

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, dalam pembahasan masalah yang terkait dengan pengaruh pemasaran dengan konsep AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) terhadap minat mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung angkatan tahun 2017 hingga angkatan tahun 2019 menjadi nasabah bank syariah, maka diperoleh suatu kesimpulan dari penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

1. *Attention* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung angkatan tahun 2017 sampai dengan angkatan 2019 berminat menjadi nasabah bank syariah berdasarkan uji t-test, $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ sebesar $3,167 > 1,66277$ dan variabel *attention* memiliki nilai yang paling dominan dari seluruh variabel AIDA. Hal ini dikarenakan mahasiswa memiliki perhatian khusus terkait perbankan syariah dimana perbankan syariah yang hakikatnya menjadi jurusan yang sedang dipelajari dalam bangku perkuliahan.
2. *Interest* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung angkatan tahun 2017 sampai dengan angkatan 2019 berminat menjadi nasabah bank syariah berdasarkan uji t-test, $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ senilai $2,323 > 1,66277$.

3. *Desire* memiliki pengaruh secara signifikan dan bernilai positif terhadap keputusan mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung angkatan tahun 2017 sampai dengan angkatan 2019 berminat menjadi nasabah bank syariah berdasarkan uji t-test, $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ senilai $2,591 > 1,6677$.
4. *Action* memiliki pengaruh nilai positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung angkatan tahun 2017 sampai dengan angkatan 2019 berminat menjadi nasabah bank syariah berdasarkan uji t-test, $t\text{-hitu} > t\text{-tabel}$ senilai $2,175 > 1,66277$.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuji, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran yang kiranya dapat memberikan hal yang bermanfaat kepada pihak-pihak yang terlibat atas penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah

Dari hasil penelitian ini disarankan kepada bank syariah untuk lebih memperbaharui strategi dalam hal pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabah yang lebih baik dari sebelumnya dan kedepannya agar bisa bermitra dengan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, selain itu bank syariah harus mampu mempertahankan kualitas dan kuantitas yang dimiliki dengan

memberikan informasi-informasi melalui pemasaran yang dilakukan yang dikemas sedemikian rupa sehingga mahasiswa tidak hanya mempelajari secara teori berkaitan dengan bank syariah melainkan mahasiswa berminat untuk menjadi nasabah bank syariah dan bahkan menjadi anggota dari bank syariah.

2. Bagi IAIN Tulungagung

Dari hasil penelitian ini disarankan kepada IAIN Tulungagung diharapkan mampu membantu bank syariah dalam pemasaran khususnya kepada mahasiswa melalui media akademik maupun media lainnya, hal ini sebagai bentuk dukungan terhadap lembaga perbankan syariah.

3. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung

Dari hasil penelitian ini disarankan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung khususnya untuk kedepannya dapat bermitra atau bekerjasama dengan lebih banyak lembaga perbankan syariah sehingga mahasiswa berminat menjadi nasabah bank syariah.

4. Bagi Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung

Dari hasil penelitian ini disarankan kepada jurusan perbankan syariah sebagai jurusan perbankan syariah yang lebih mengerti di bidang perbankan syariah untuk mendukung pemasaran atau bauran pemasan dalam upaya meningkatkan minat mahasiswa menjadi sabah bank syariah. Dengan memberikan edukasi disetiap kesempatan dalam pembelajaran di kelas.

5. Bagi Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung

Dari hasil dari penelitian ini disarankan kepada mahasiswa perbankan syariah untuk lebih memperhatikan dalam setiap materi yang diberikan oleh dosen dalam hal pemasaran bank syariah khususnya sehingga ada pertimbangan yang dapat dipergunakan sebagai bahan referensi untuk menentukan menjadi bagian dari bank syariah, minat berminat sebagai nasabah bank syariah.

6. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan serta keterbatasan peneliti, sehingga perlu adanya penelitian dan pengkajian lebih lanjut dan juga pendalama berkaitan permasalahan-permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel yang lebih kreatif lagi tentang konsep pemasaran terhadap keputusan minat mahasiswa menjadi nasabah bank syariah dan menggunakan responden yang lebih luas lagi dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Hasil dari penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.