

BAB VI

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian yang dilakukan peneliti ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, promosi, reputasi, dan religiusitas terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia. Hasil dari penyebaran data dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan dengan menggunakan regresi linear berganda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.
2. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.
3. Reputasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.
4. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.

B. Saran

1. Bagi Bank Syariah Indonesia

- a. Pihak bank sebaiknya teusmeningkatkan kegiatan promosinya seperti mengadakan seminar di kampus-kampus terutama kampus Islam dan ikut serta dalam event-event keagamaan sehingga akan banyak orang yang mengetahui tentang Bank Syariah Indonesia. Akan lebih mudah promosi langsung dihadapan banyak orang sehingga lebih efektif dan efisien.
- b. Pihak Bank Syariah Indonesia perlu menjalin hubungan kerjasama dengan pihak lembaga kampus demi terciptanya hubungan yang saling menguntungkan. Seperti banak dengan kampus dapat melakukan kerjasama dalam hal pembayaran UKT dan transaksi pembayaran lainnya guna meningkatkan pengetahuan produk pada mahasiswa.
- c. Diharapkan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perbankan syariah tidak gencar di lapangan saja tetapi juga aktif dipublish pada media sosial. Hal ini dapat menjadi peluang yang sangat bagus untuk Bank Syariah Indonesia menggait nasabah dari kaum milenial.
- d. Diharapkan pihak Bank Syariah Indonesia memperbanyak SDM yang berkualitas guna menciptakan inovasi baru sehingga akan mempercepat pertumbuhan produk Bank Syariah Indonesia. Tidak dapat dipungkiri bahwa inovasi produk dengan pemasaran

memiliki hubungan yang sangat kuat. Jika inovasi-inovasi produk Bank Syariah Indonesia semakin inovatif maka pemasaran juga akan meningkat.

2. Bagi Pihak Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk menambah wawasan dalam rangka mendokumentasikan dan menginformasikan hasil penelitian ini di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya di Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi bagi peneliti terdahulu selanjutnya dalam kajian yang sama dengan variabel yang berbeda. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas dan merubah variabel penelitian lainnya yang mempunyai pengaruh kuat terhadap minat menabung.