

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan riset ini adalah untuk melihat bagaimana variabel dependen yakni minat menabung mahasiswa di bank syariah dipengaruhi tiga variabel independen yaitu variabel *Islamic financial literacy*, *Digital marketing* dan *Word of mouth*. Peneliti mengumpulkan data dari total 90 responden, mengolah informasinya, sehingga ditemukan temuan sebagai berikut:

1. Variabel *Islamic financial literacy* (X_1) terhadap minat menabung mahasiswa Fakultas Tarbiyah IAIN Kudus angkatan 2020 di bank syariah secara parsial menunjukkan pengaruh positif signifikan, hal ini dapat dilihat dalam Uji t diperoleh nilai t_{hitung} yaitu sebesar 2,027 dengan t_{tabel} 1,988 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sedangkan untuk nilai Sig. 0,046 < 0,05. Hasil ini didukung oleh banyaknya *average* pada indikator pengetahuan keuangan syariah yang dominan dalam pernyataan responden pada kuesioner yang telah dibagikan yaitu sebesar 4,43. Maka dapat ditarik simpulan jika variabel *Islamic financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa Fakultas Tarbiyah IAIN Kudus angkatan 2020 di bank syariah.
2. Variabel *Digital marketing* (X_2) terhadap minat menabung mahasiswa Fakultas Tarbiyah IAIN Kudus angkatan 2020 di bank syariah tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan. Hasil ini dapat dilihat dalam Uji t didapat nilai t_{hitung} yaitu sebesar 0,539 dengan t_{tabel} 1,988 yang berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$. Sedangkan untuk nilai Sig. 0,591 > 0,05. Hasil ini didukung rendahnya *average* pada indikator memberikan informasi yang jelas yaitu 4,06. Penurunan minat terhadap informasi bank syariah melalui *Digital marketing* bisa disebabkan oleh beberapa faktor yaitu kurangnya kesadaran, konten yang kurang menarik, keterbatasan akses dan teknologi, kecemasan atas keamanan dan privasi, dan juga ketidakpercayaan terhadap informasi. Maka ditarik simpulan jika *Digital marketing* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat menabung mahasiswa Fakultas Tarbiyah IAIN Kudus Angkatan 2020 di bank syariah.
3. Variabel *Word of mouth* (X_1) terhadap minat menabung mahasiswa Fakultas Tarbiyah IAIN Kudus angkatan 2020 di bank syariah secara parsial menunjukkan pengaruh positif

signifikan, ini bisa diketahui dalam Uji t diperoleh nilai t_{hitung} yaitu sebesar 18,931 dengan t_{tabel} 1,988 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sedangkan untuk nilai Sig. 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hasil ini didukung oleh banyaknya *average* pada indikator mempunyai informasi yang kuat dan jelas yang dominan dalam pernyataan responden pada kuesioner yang telah dibagikan yaitu sebesar 4,12. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa Fakultas Tarbiyah IAIN Kudus Angkatan 2020 di bank syariah.

B. Rekomendasi

Dari hasil riset dan kesimpulan yang diambil oleh peneliti. Semoga temuan riset ini bisa berguna bagi semua pihak yang terkait. Selanjutnya adalah rekomendasi bagi beberapa pihak dalam riset ini, diantaranya:

1. Dalam penelitian ini *Islamic financial Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, Diperlukan upaya untuk meningkatkan literasi keuangan syariah di kalangan mahasiswa Tarbiyah. Program-program pendidikan dan pelatihan tentang konsep dan prinsip-prinsip keuangan syariah dapat membantu mahasiswa memahami pentingnya menabung secara syariah dan manfaatnya bagi kehidupan masa depan.
2. Dalam penelitian ini *Digital Marketing* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat menabung dan *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Meskipun digital marketing tidak terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung, namun penggunaan media sosial dan platform digital masih dapat dimanfaatkan untuk mendukung upaya *word of mouth*. Bank syariah atau lembaga terkait dapat menggunakan media sosial untuk membagikan konten yang edukatif tentang keuangan syariah, mempromosikan program-program *word of mouth*, atau memberikan insentif kepada mahasiswa yang berbagi informasi positif tentang menabung secara syariah.
3. Bagi peneliti selanjutnya, riset ini bisa menjadi sumber dan panduan bagi para peneliti di masa depan yang ingin memperluas temuannya dengan memanfaatkan variabel-variabel tambahan yang dapat menghasilkan wawasan baru

dan menjadi pembaharu mengenai minat menabung di bank syariah.

4. Bagi peneliti selanjutnya, responden hanya sebatas Fakultas Tarbiyah Angkatan 2020, sehingga perlu dilakukan penelitian yang lebih luas. Misal lingkup seluruh Angkatan di Fakultas Tarbiyah atau bahkan seluruh Mahasiswa IAIN Kudus.

