

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi dan pengetahuan mahasiswa terhadap pengambilan keputusan memilih jasa perbankan syariah studi kasus mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam angkatan 2016 institut agama islam negeri Kudus. Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan dan pengolahan data, maka dapat diambil kesimpulan:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi mahasiswa terhadap Pengambilan Keputusan memilih jasa Perbankan Syariah. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji  $t$  di mana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,918 > 1,990$ ) dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Serta koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,415. Hal ini berarti semakin tinggi persepsi mahasiswa maka berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pengetahuan mahasiswa terhadap Pengambilan Keputusan memilih jasa Perbankan Syariah. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji  $t$  di mana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,004 > 1,990$ ) dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Serta koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,678. Hal ini berarti semakin tinggi pengetahuan mahasiswa maka berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
3. Variabel persepsi dan pengetahuan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan memilih jasa perbankan syariah. Hal ini didukung dengan nilai  $R Square$  yang pada penelitian ini sebesar 0,877. Hal ini berarti variabel bebas yakni persepsi dan pengetahuan mahasiswa mempunyai kontribusi sebesar 87,7% terhadap variabel terikat yaitu pengambilan keputusan memilih jasa perbankan syariah (Y), sedangkan sisanya sebanyak 12,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak masuk dalam penelitian. Dengan demikian hipotesis mengatakan bahwa diduga persepsi dan pengetahuan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

angkatan 2016 IAIN Kudus mempunyai pengaruh positif terhadap pengambilan keputusan memilih jasa perbankan syariah.

## **B. Saran-saran**

Berdasarkan hasil penelitian di atas, ada beberapa saran yang peneliti sampaikan dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan, diantaranya yaitu:

1. Perlu adanya kegiatan promosi yang dilakukan oleh pegawai Bank Syariah untuk memunculkan persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Kudus agar dapat memudahkan mengambil keputusan dalam memilih jasa Perbankan Syariah.
2. Memberikan pengetahuan yang lebih mendalam kepada mahasiswa mengenai perbankan syariah, sehingga tidak lagi muncul kesalahan persepsi tentang perbankan syariah. Dimana Bank Syariah dianggap sama dengan Bank Konvensional padahal jelas berbeda.
3. Untuk penelitian-penelitian selanjutnya hendaknya mengembangkan variabel dengan menggunakan variabel bebas lain untuk mengetahui dan meningkatkan pengambilan keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah.