

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji parsial, preferensi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa pada produk tabungan wadiah di BSI. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3.165 > t_{tabel}$ sebesar 1.98861.
2. Berdasarkan uji parsial, persepsi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa pada produk tabungan wadiah di BSI. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar $0,033 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar 2.202 $> t_{tabel}$ 1.98861.
3. Berdasarkan uji parsial, *brand image* berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa pada produk tabungan wadiah di BSI. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar $0,029 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar 2.228 $> t_{tabel}$ sebesar 1.98861.
4. Berdasarkan uji simultan, preferensi, persepsi dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa pada produk tabungan wadiah di BSI. Hal ini dibuktikan dengan nilai f_{hitung} sebesar 36.982 $>$ dari nilai f_{tabel} 2.72. Dan diketahui bahwa nilai signifikansi dari *output* tersebut sebesar $0,000 <$ dari 0,05.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran, diantaranya:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia, diharapkan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan nasabah. Selanjutnya, Bank Syariah Indonesia diharapkan dapat meningkatkan dan mempertahankan *brand image* yang telah dibangun agar tetap eksis dan diminati oleh banyak orang.
2. Bagi mahasiswa Dakwah dan Komunikasi Islam IAIN Kudus 2018, peneliti berharap bahwa mahasiswa akan menjadi lebih sadar akan pentingnya membuka rekening wadiah di bank syariah, guna memberikan *brand image* yang baik bagi Bank Syariah Indonesia.

3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian serupa oleh peneliti selanjutnya, dan penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan melakukan penelitian pada aspek-aspek tambahan yang dapat mempengaruhi minat beli nasabah. Dilihat dari butir-butir pertanyaan angket, peneliti selanjutnya harus lebih teliti dalam membuat butir-butir pertanyaan. Selanjutnya peneliti selanjutnya diharapkan dapat menyumbangkan sampel atau memperbaharui periode penelitian agar dapat menghasilkan data yang lebih akurat dan mendukung.

