

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang sudah dipaparkan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan bahwa variabel *financial literacy* (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Dengan memiliki nilai presentase pengaruh sebesar 42,14%. Dari hasil pengolahan data pada variabel X_1 , indikator yang memiliki nilai rata-rata tertinggi terdapat pada mengetahui cara mengatur pendapatan dan pengeluaran sedangkan yang memiliki nilai rata-rata terendah terdapat pada minimnya pengetahuan mengenai asuransi syariah.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan bahwa *word of mouth* (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Dengan memiliki nilai presentase pengaruh sebesar 32,17%. Dari hasil pengolahan data pada variabel X_2 , indikator yang memiliki nilai rata-rata tertinggi terdapat pada membicarakan hal positif tentang bank syariah. Sedangkan yang memiliki nilai rata-rata terendah terdapat pada menggunakan brosur.
3. *Financial literacy* dan *word of mouth* berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung generasi milenial menjadi nasabah bank syariah dengan memiliki nilai presentase sebesar 74,30%. Sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian variabel *financial literacy*, yang memiliki indikator terkecil yaitu minimnya pengetahuan mengenai asuransi syariah. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai gambaran untuk suatu lembaga keuangan syariah, karena masyarakat generasi milenial Kabupaten Majalengka belum memahami tentang asuransi syariah. Oleh karena itu, perlu adanya sosialisasi baik dilakukan oleh pihak

perusahaan atau dari masyarakat itu sendiri yang sebelumnya sudah memahami pentingnya asuransi syariah. Dan juga bisa memanfaatkan sosial media sebagai alat untuk memperkenalkan produk asuransi syariah. Karena generasi milenial lebih banyak menggunakan sosial media untuk berkomunikasi dan berekspresi serta lebih suka mencari dan mendapatkan informasi dari ponselnya. Contohnya dengan mengadakan seminar dan dapat melakukan edukasi dengan video pendek serta menarik melalui sosial media.

2. Berdasarkan hasil penelitian variabel *word of mouth*, yang memiliki indikator terkecil yaitu menggunakan brosur. Ketika masyarakat melakukan *word of mouth*, mereka tidak banyak menggunakan brosur sebagai alat untuk merekomendasikan bank syariah. Karena di zaman modern sekarang brosur tidak banyak digunakan oleh suatu perusahaan. Namun, dengan memilih brosur sebagai salah satu media promosi dapat memudahkan ketika menyampaikan informasi positif mengenai produk yang akan ditawarkan. Dengan demikian, akan mudah menarik calon konsumen/nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan tersebut. Sebaiknya bank syariah memberikan sebuah brosur kepada nasabahnya, sehingga dapat digunakan sebagai alat untuk membantu meyakinkan sekaligus merekomendasikan kepada calon nasabah. Selain itu, penyebaran brosur bisa melalui beberapa cara. Contohnya memberikan brosur dalam bingkisan hadiah, mengirim melalui surat, meletakkannya di depan *receptionist* gedung perkantoran, atau juga memberikan disaat pameran.
3. Berdasarkan hasil penelitian variabel minat, yang memiliki indikator terkecil yaitu bank syariah dijadikan sebagai prioritas utama dalam menabung. Hal ini disebabkan karena masyarakat masih minim pengetahuan mengenai pentingnya bank syariah. Dan masyarakat lebih memilih untuk menabung di bank konvensional, karena bunga yang ditawarkan lebih tinggi dan juga memiliki fasilitas yang lengkap. Sebaiknya bank syariah juga harus mampu menyeimbangkan hal tersebut. Misalnya dengan mengembangkan produk syariah yang lebih inovatif yang dapat menguntungkan satu sama lain. Memberikan fasilitas yang lebih lengkap, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan *market share* keuangan syariah. Dan juga tidak hanya fokus dari sisi agamanya saja, namun lebih menonjolkan nilai-nilai yang mudah diterima oleh masyarakat luas seperti nilai moral, nilai etika, nilai keadilan dan nilai sosial. Karena