

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh literasi keuangan Syariah dan brand image terhadap keputusan dalam menggunakan produk-produk perbankan Syariah pada aktivis mahasiswa FEBI UIN SSC, didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel literasi keuangan Syariah menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pada aktivis mahasiswa FEBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dengan nilai P-Value 0.000 lebih kecil dari 0.05 dan T-Value 62.029 lebih besar dari 1.96. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan Syariah terhadap produk-produk Perbankan Syariah meningkat, maka Keputusan Penggunaan para aktivis mahasiswa FEBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon juga akan meningkat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan literasi keuangan Syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan diterima.
2. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel *brand image* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pada aktivis mahasiswa FEBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dengan nilai P-Value 0.036 lebih kecil dari 0.05 dan T-Value 2.101 lebih besar dari 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa *brand image* Perbankan Syariah meningkat, maka Keputusan Penggunaan para aktivis mahasiswa FEBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon juga akan meningkat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan diterima.
3. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel literasi keuangan Syariah dan variabel *brand image* menunjukkan bahwa terdapat

pengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan dalam menggunakan produk Perbankan Syariah pada aktivis mahasiswa FEBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil nilai *Goodness of Fit PLS* 0.78 termasuk kedalam kategori tinggi yaitu diantara 0.38 sampai dengan 1. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan Syariah dan *brand image* terhadap produk-produk Perbankan Syariah meningkat, maka Keputusan Penggunaan para aktivis mahasiswa FEBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon juga akan meningkat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan literasi keuangan Syariah dan *brand image* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan diterima.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran adalah sebagai berikut:

1. Bagi aktivis mahasiswa FEBI UIN SSC

Peneliti berharap para aktivis mahasiswa bisa bekerja, membuka usaha sendiri, dan menciptakan lapangan kerja bagi orang lain. Dengan demikian, peneliti juga berharap lulusan SSC UIN dapat berkontribusi dalam mengentaskan kemiskinan dan menjadikan perekonomian negara menjadi lebih baik lagi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan mampu meneliti lebih mendalam lagi apa saja factor yang mempengaruhi para aktivis mahasiswa FEBI UIN SSC yang belum dibahas dalam penelitian ini. Bagi peneliti selanjutnya agar tidak melakukan penelitian di kalangan mahasiswa saja tetapi masyarakat umum dengan memperhatikan permasalahan yang lebih kompleks. Peneliti selanjutnya juga bisa menambah variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan dalam menggunakan produk Perbankan Syariah.