

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1. Simpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Gambaran umum setiap variabel pada mahasiswa FEBI IAIN Pontianak yaitu sebagai berikut:
 - a. Keputusan menjadi konsumen nasabah perbankan syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Pontianak berada di kategori tinggi. Indikator dengan skor tertinggi ke terendah secara berurutan yaitu pertama indikator memberikan rekomendasi, melakukan pembelian ulang, kebiasaan dalam membeli produk, dan terendah pada indikator kebiasaan dalam membeli produk.
 - b. Pengetahuan konsumen pada mahasiswa FEBI IAIN Pontianak berada pada kategori tinggi. Indikator dengan skor tertinggi adalah dari indikator pengetahuan produk, yang kedua pengetahuan pengetahuan pemakaian dan indikator terendah yaitu pengetahuan pembelian.
 - c. Motif religiusitas pada mahasiswa FEBI IAIN Pontianak berada pada kategori kuat. Indikator dengan skor tertinggi ke terendah secara berurutan yaitu yang pertama indikator keyakinan, pengetahuan agama, konsekuensi, pengalaman, dan yang terendah adalah praktik agama.
 - d. Literasi keuangan syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Pontianak berada pada kategori tinggi. Indikator dengan skor tertinggi ke terendah secara berurutan yaitu pertama indikator pengetahuan, indikator kepercayaan, indikator kemampuan, dan yang terendah pada indikator sikap.
- 2) Pengetahuan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Konsumen Nasabah Bank Syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Pontianak.
- 3) Motif Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Konsumen Nasabah Bank Syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Pontianak.

- 4) Pengetahuan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Literasi Keuangan Syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Pontianak.
- 5) Motif Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Literasi Keuangan Syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Pontianak.
- 6) Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Konsumen pada mahasiswa FEBI IAIN Pontianak.
- 7) Literasi Keuangan Syariah mampu memediasi pengaruh Pengetahuan Konsumen terhadap Keputusan Menjadi Konsumen pada mahasiswa FEBI IAIN Pontianak.
- 8) Literasi Keuangan Syariah mampu memediasi pengaruh Motif Religiusitas terhadap Keputusan Menjadi Konsumen pada mahasiswa FEBI IAIN Pontianak.

5.2. Implikasi

Berdasarkan hasil pembahasan dari hasil penelitian mengenai pengaruh pengetahuan konsumen dan motif religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Pontianak melalui literasi keuangan syariah, maka dapat diberikan implikasi yang dapat dikaji sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi konsumen nasabah bank syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Pontianak. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik pengetahuan mahasiswa mengenai produk perbankan syariah, maka semakin besar pula kemungkinan untuk menjadi konsumen bank syariah. Dalam hal ini, perbankan syariah perlu lebih meningkatkan transparansi informasi produk dan memberikan pengetahuan yang komprehensif berkaitan dengan produk keuangan syariah. Informasi tentang keuntungan dan fitur produk syariah harus disajikan lebih jelas guna menghindari kesalahan persepsi pada masyarakat, hal ini dapat dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi seperti media sosial, seminar atau webinar.
- 2) Motif religiusitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi konsumen nasabah bank syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Pontianak. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik motif religiusitas yang dimiliki mahasiswa

dalam memilih penggunaan perbankan, maka semakin besar pula kemungkinan untuk menjadi konsumen nasabah bank syariah. Dalam hal ini perbankan syariah perlu meningkatkan pemasaran dan komunikasi dengan konsumen dengan menekankan nilai-nilai religius dan prinsip syariah agar tingkat motivasi religius pada konsumen semakin kuat dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, dengan memanfaatkan nilai-nilai religiusitas dalam strategi edukasi kampanye pemasaran mereka dengan menekankan keunggulan syariah dalam etika, keadilan dan keberlanjutan yang sesuai dengan prinsip-prinsip islam.

- 3) Pengetahuan konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap literasi keuangan syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Pontianak. Tingkat pengetahuan konsumen yang tinggi terutama terkait dengan pengetahuan produk menunjukkan bahwa mahasiswa cukup sadar akan keberadaan dan karakteristik produk-produk perbankan syariah. Pengetahuan yang lebih baik mengenai produk keuangan syariah berbanding lurus dengan literasi keuangan syariah yang lebih baik. Oleh karena itu, perbankan syariah dan institusi pendidikan perlu terus menyediakan informasi dan pemahaman yang terstruktur dan jelas mengenai produk-produk keuangan syariah. Meningkatkan akses terhadap informasi baik melalui *platform* digital dan *offline* akan membantu mahasiswa lebih memahami produk-produk ini secara lebih baik dalam membuat keputusan lebih bijak.
- 4) Motif religiusitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap literasi keuangan syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Pontianak. Hal tersebut menekankan pentingnya agama dalam pembentukan pemahaman terhadap mahasiswa pada konsep keuangan syariah. Oleh karena itu, bagi pihak perbankan syariah dapat memanfaatkan nilai-nilai religiusitas dalam strategi edukasi kampanye pemasaran mereka dengan menekankan keunggulan syariah dalam etika, keadilan dan keberlanjutan yang sesuai dengan prinsip-prinsip islam. Selain itu, institusi pendidikan bisa memberikan penguatan dalam pemahaman agama yang lebih aplikatif dalam kehidupan sehari-hari terutama dalam konteks mengelola keuangan. Hal ini dapat dilakukan melalui penyuluhan atau pembelajaran yang mendalam yang mengaitkan nilai-nilai religius pada praktik ekonomi dan keuangan syariah.

Umami Safiratul Mufidah, 2025

EFEK MEDIASI LITERASI KEUANGAN SYARIAH PADA PENGARUH PENGETAHUAN KONSUMEN DAN MOTIF RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK SYARIAH (Studi Pada Mahasiswa FEBI di IAIN Pontianak)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- 5) Literasi keuangan syariah memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa FEBI IAIN Pontianak menunjukkan literasi keuangan syariah yang tinggi, dengan penekanan pada keyakinan dan pemahaman terhadap nilai-nilai agama dalam konteks keuangan syariah. Hal tersebut menunjukkan kampanye literasi keuangan syariah yang dilakukan telah efektif. Institusi pendidikan dan perbankan syariah dapat bekerja sama lebih lanjut untuk memperluas program literasi keuangan syariah, utamanya terkait dengan aspek praktek dan pengalaman langsung dalam menggunakan produk keuangan syariah yang masih memiliki skor rendah.
- 6) Literasi keuangan syariah memberikan pengaruh positif dan signifikan dalam menjadi mediator terhadap pengetahuan konsumen dan motif religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Pontianak. Maka dari itu, program meningkatkan literasi keuangan syariah yang lebih komprehensif dan berkelanjutan perlu untuk terus dikembangkan. Institusi keuangan syariah dapat bekerja sama dengan universitas dan lembaga pendidikan dalam menyelenggarakan program pendidikan literasi keuangan syariah yang terintegrasi dalam kurikulum atau sebagai kegiatan ekstrakurikuler. Dampak dari hal ini dapat membantu meningkatkan pemahaman tentang pentingnya literasi keuangan dalam mengelola keuangan dengan bijak dalam pengambilan keputusan memilih perbankan syariah.

5.3. Rekomendasi

Berdasarkan simpulan dan implikasi yang telah dijelaskan di dalam penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan peneliti sebagai berikut:

- 1) Indikator yang mendapatkan skor terendah pada variabel keputusan menjadi konsumen ialah indikator kebiasaan dalam membeli produk. Hal ini berkaitan dengan jumlah informasi yang dimiliki calon konsumen dalam mengambil keputusan menggunakan produk perbankan syariah. Adapun solusi yang dapat dilakukan ialah perbankan syariah dapat memberikan informasi yang lebih jelas, tepat dan menarik mengenai manfaat penggunaan produk secara berkelanjutan. Hal ini bisa dilakukan melalui media sosial, *website*, aplikasi *mobile* dan mengadakan seminar di kampus.

Ummi Safiratul Mufidah, 2025

EFEK MEDIASI LITERASI KEUANGAN SYARIAH PADA PENGARUH PENGETAHUAN KONSUMEN DAN MOTIF RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK SYARIAH (Studi Pada Mahasiswa FEBI di IAIN Pontianak)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- 2) Indikator dengan skor terendah pada variabel literasi keuangan syariah ialah indikator sikap, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa masih memiliki sikap yang rendah dalam menyisihkan sebagian uang untuk diinvestasikan. Untuk itu perlu adanya institusi pendidikan dalam menyelenggarakan seminar atau workshop secara spesifik membahas pentingnya investasi dalam perencanaan keuangan pribadi. Edukasi ini harus memfokuskan manfaat jangka panjang dari investasi, serta memberikan edukasi berinvestasi sesuai dengan prinsip syariah. Contohnya materi mengenai reksadana syariah, saham syariah dan deposito syariah yang diajarkan secara sederhana dan praktis.
- 3) Indikator yang mendapatkan skor terendah pada variabel pengetahuan konsumen yaitu indikator pengetahuan pembelian. Hal tersebut berkaitan dengan masih rendahnya tingkat pengetahuan mahasiswa dalam mengetahui lokasi kantor cabang bank syariah yang ada di tempat tinggalnya. Menghadapi hal tersebut pihak perbankan syariah dapat menentukan lokasi kantor di daerah yang strategis terutama dekat dengan daerah perguruan tinggi sehingga mahasiswa dapat lebih sadar dengan keberadaan perbankan syariah. Selain itu, perbankan syariah perlu lebih sering mengadakan kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan produk jasa perbankan syariah ke perguruan tinggi agar lebih memberikan dampak pada mahasiswa dan mendukung informasi yang telah mahasiswa dapatkan dari materi perkuliahan mengenai sistem yang diterapkan perbankan syariah dilandasi oleh nilai-nilai religiusitas.
- 4) Indikator dengan skor terendah pada variabel motif religiusitas yaitu pada indikator praktik agama. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa memiliki motif religiusitas yang tinggi, namun mereka tidak selalu menerapkan nilai-nilai agama dalam praktik keuangan sehari-hari. Mahasiswa tidak selalu menggunakan perbankan syariah yang artinya masih ada dari sebagian besar responden menggunakan bank konvensional. Hal ini dapat disebabkan oleh faktor kenyamanan, kebiasaan atau kurangnya keyakinan bahwa produk perbankan syariah lebih sesuai dengan prinsip islam. Dalam hal ini, perbankan syariah harus mengidentifikasi dan mengatasi alasan mengapa mahasiswa masih memilih bank konvensional. Perbankan syariah harus

lebih menekankan bahwa layanan mereka setara atau bahkan lebih menguntungkan dalam konteks sesuai dengan syariah.

5) Bagi peneliti selanjutnya, sehubungan dengan keterbatasan dari penelitian ini. Maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

- a. Penelitian ini dapat diperluas dengan melibatkan instansi perguruan tinggi. Dengan demikian, hasil penelitian dapat dibandingkan dan digeneralisasi ke jumlah populasi yang lebih luas.
- b. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan tema penelitian ini dengan bereksplorasi pada variabel lain yang mempengaruhi keputusan menjadi konsumen nasabah bank syariah. Hal ini seperti persepsi, lokasi dan produk pada perbankan syariah.
- c. Penelitian selanjutnya dapat melengkapi penelitian dengan pendekatan kualitatif atau dengan *multimethode* untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam berkaitan dengan pengalaman responden sebagai konsumen seperti pada mahasiswa atau masyarakat dalam pengambilan keputusan menjadi konsumen nasabah bank syariah

6) Bagi pihak perbankan syariah

Pihak perbankan syariah dapat meningkatkan *branding* meningkatkan pemasaran dan komunikasi dengan konsumen dengan menekankan nilai-nilai religius dan prinsip syariah agar tingkat motivasi religius pada konsumen semakin kuat dalam pengambilan keputusan menjadi konsumen nasabah perbankan syariah.