

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh persepsi, kepercayaan, dan nilai nasabah terhadap perilaku *word of mouth* tentang Bank Syariah maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji parsial (uji-t) pengaruh variabel persepsi terhadap perilaku *word of mouth* tentang Bank Syariah diperoleh nilai constant sebesar 0.296 dengan nilai signifikansi hitung sebesar 0.012 di kalangan mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah dan nilai constant sebesar 0.315 dengan nilai signifikansi hitung sebesar 0.022 di kalangan mahasiswa non Ekonomi Syariah yang mana lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat dikatakan bahwa persepsi dari mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah maupun mahasiswa non Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku *word of mouth* tentang Bank Syariah
2. Berdasarkan hasil uji parsial (uji-t) pengaruh variabel kepercayaan terhadap perilaku *word of mouth* tentang Bank Syariah diperoleh nilai constant sebesar 0.434 dengan nilai signifikansi hitung sebesar 0.039 di kalangan mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah dan nilai constant sebesar 0.195 dengan nilai signifikansi hitung sebesar 0.029 di kalangan mahasiswa non Ekonomi Syariah yang mana lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat dikatakan bahwa kepercayaan dari mahasiswa

yang mempelajari Ekonomi Syariah maupun mahasiswa non Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku *word of mouth* tentang Bank Syariah

3. Berdasarkan hasil uji parsial (uji-t) pengaruh variabel nilai nasabah terhadap perilaku *word of mouth* tentang Bank Syariah diperoleh nilai constant sebesar 0.702 dengan nilai signifikansi hitung sebesar 0.011 dikalangan mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah dan nilai constant sebesar 0.553 dengan nilai signifikansi hitung sebesar 0.004 di kalangan mahasiswa non Ekonomi Syariah yang mana lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat dikatakan bahwa nilai nasabah dari mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah maupun mahasiswa non Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku *word of mouth* tentang Bank Syariah

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, maka diajukan saran sebagai berikut:

1. Sehubungan dengan hasil penelitian ini yang menyatakan bahwa persepsi, kepercayaan, dan nilai nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku *word of mouth* tentang Bank Syariah maka sebaiknya pihak universitas meningkatkan lagi pengetahuan tentang Bank Syariah dengan cara meningkatkan sistem pembelajaran seperti mengadakan seminar tentang Perbankan Syariah sehingga dapat meningkatkan lagi pengetahuan dan persepsi tentang Perbankan

Syariah sehingga dapat meningkatkan *word of mouth* yang positif tentang Bank Syariah. Selain itu Perbankan Syariah dapat meningkatkan *word of mouth positif* melalui menjaga kepercayaan, meningkatkan kepuasan nasabah yang telah diterima mahasiswa atas sikap karyawan yang sopan dan ramah dalam melayani kebutuhan transaksi nasabah, penampilan interior yang nyaman untuk mendukung proses transaksi, dan produk dan pelayanan yang menguntungkan dan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

C. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada variabel persepsi, kepercayaan dan nilai nasabah terhadap perilaku *word of mouth*, maka di penelitian selanjutnya bisa mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan indikator lain, menggunakan objek berbeda, dan responden yang lebih banyak lagi.
2. Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar langsung ke responden dan dengan menggunakan google form sehingga masih ada pengisian kuesioner yang tidak didampingi peneliti.