

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh Literasi Keuangan dan *Percieved Value* terhadap Minat, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Literasi keuangan Generasi Z perguruan tinggi di DKI Jakarta dalam menabung di Bank Syariah memiliki hasil nilai dengan kategori baik, namun masih terdapat beberapa indikator yang berada di bawah nilai rata-rata. Indikator yang memiliki nilai di bawah rata-rata yaitu pemahaman mengenai konsep perlindungan finansial jangka panjang dari menabung di Bank Syariah serta kepercayaan bahwa menabung di Bank Syariah dapat memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan bank konvensional. Berdasarkan hasil penelitian, variabel literasi keuangan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung (Y) di Bank Syariah. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk memiliki minat menabung di Bank Syariah.
2. *Percieved Value* terhadap Minat menabung pada Bank Syariah memiliki hasil nilai dengan kategori baik, namun masih terdapat beberapa indikator yang berada di bawah nilai rata-rata, yaitu persepsi terhadap nilai lebih dari prinsip tanpa bunga (riba) serta keyakinan bahwa produk perbankan syariah lebih menguntungkan dibandingkan bank konvensional. Berdasarkan hasil penelitian, variabel *perceived value* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menabung (Y) pada Generasi Z di perguruan tinggi DKI Jakarta. Hal ini berarti semakin tinggi *perceived value* yang dirasakan oleh nasabah terhadap layanan dan manfaat Bank Syariah, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menabung di Bank Syariah.

3. Minat Generasi Z perguruan tinggi di DKI Jakarta dalam menabung di Bank Syariah memiliki hasil nilai dengan kategori baik, namun masih terdapat beberapa indikator yang berada di bawah nilai rata-rata, yaitu minat untuk mencari informasi terbaru mengenai perkembangan layanan Bank Syariah serta keinginan mendalami lebih lanjut produk keuangan dan investasi yang ditawarkan. Berdasarkan hasil penelitian, variabel minat (Y) menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki preferensi yang kuat terhadap Bank Syariah, dengan tingkat kepercayaan dan kepuasan yang tinggi dalam memilihnya sebagai tempat menabung. Hal ini berarti semakin tinggi kepercayaan dan preferensi Generasi Z terhadap layanan dan nilai yang ditawarkan oleh Bank Syariah, maka semakin besar pula kemungkinan mereka untuk terus menabung dan merekomendasikan Bank Syariah kepada orang lain.

4.2 Saran

Untuk mengatasi permasalahan dalam penelitian ini maka saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pada indikator variabel literasi keuangan terdapat satu item yang memiliki nilai di bawah rata-rata variabel, yaitu pada item P6. Berdasarkan hasil analisis, sebagian responden merasa bahwa menabung di Bank Syariah belum sepenuhnya dapat memberikan perlindungan finansial yang baik di masa depan. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat keraguan di kalangan Generasi Z terhadap manfaat jangka panjang dari tabungan syariah. Berdasarkan hasil analisis tersebut, diperlukan edukasi lebih lanjut mengenai keunggulan dan manfaat menabung di Bank Syariah dalam perencanaan keuangan jangka panjang. Selain itu, meskipun pemahaman mengenai perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional memiliki nilai tertinggi, pemahaman ini perlu dioptimalkan agar tidak hanya terbatas pada konsep dasar, tetapi juga mencakup pemahaman mendalam mengenai sistem bagi hasil serta produk keuangan syariah lainnya. Bank Syariah dapat

meningkatkan strategi edukasi melalui seminar, workshop, dan konten digital yang lebih menarik bagi Generasi Z. Dengan adanya peningkatan pemahaman dan edukasi yang lebih luas, diharapkan literasi keuangan Generasi Z mengenai perbankan syariah dapat semakin meningkat, sehingga mendorong minat mereka untuk menabung dan memanfaatkan produk keuangan syariah secara lebih optimal.

2. Pada indikator variabel *perceived value* terdapat satu item yang memiliki nilai di bawah rata-rata variabel, yaitu pada item P7. Berdasarkan hasil analisis, sebagian responden merasa bahwa prinsip tanpa bunga (*riba*) belum sepenuhnya menjadi faktor utama dalam keputusan mereka untuk menabung di Bank Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat preferensi yang lebih besar terhadap faktor lain, seperti kemudahan layanan, biaya administrasi, atau keuntungan finansial dibandingkan faktor nilai syariah semata. Berdasarkan hasil analisis tersebut, Bank Syariah perlu meningkatkan strategi komunikasi dan edukasi mengenai keunggulan sistem tanpa bunga serta manfaat ekonomi dari prinsip syariah agar lebih dipahami oleh calon nasabah. Selain itu, meskipun aspek layanan dan kenyamanan transaksi mendapatkan nilai tertinggi, Bank Syariah harus terus menjaga serta meningkatkan kualitas pelayanan agar tetap kompetitif. Hal ini dapat dilakukan dengan optimalisasi teknologi layanan digital, peningkatan efisiensi proses transaksi, serta pelatihan lebih lanjut bagi staf agar pengalaman nasabah tetap positif dan mendorong loyalitas mereka. Dengan adanya peningkatan edukasi dan optimalisasi layanan, diharapkan *perceived value* Generasi Z terhadap Bank Syariah semakin meningkat, sehingga mereka tidak hanya melihat Bank Syariah sebagai pilihan yang nyaman tetapi juga sebagai institusi keuangan yang memberikan manfaat jangka panjang sesuai dengan prinsip syariah.
3. Pada indikator variabel minat terdapat satu item yang memiliki

nilai di bawah rata-rata variabel, yaitu pada item P8. Berdasarkan hasil analisis, sebagian responden merasa kurang aktif dalam mencari informasi terbaru mengenai perkembangan dan layanan yang disediakan oleh Bank Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat keterbatasan dalam akses informasi atau kurangnya kesadaran mengenai pentingnya memahami perkembangan produk perbankan syariah. Berdasarkan hasil analisis tersebut, Bank Syariah perlu meningkatkan strategi komunikasi dan penyebaran informasi, seperti melalui media sosial, seminar, atau program edukasi digital yang lebih menarik bagi Generasi Z. Selain itu, meskipun preferensi terhadap Bank Syariah lebih tinggi dibandingkan bank konvensional, Bank Syariah perlu terus mempertahankan keunggulannya dengan meningkatkan inovasi produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan Generasi Z. Peningkatan fitur digital banking yang lebih interaktif serta program loyalitas berbasis syariah dapat menjadi strategi untuk memperkuat daya tarik bank syariah sebagai pilihan utama bagi mahasiswa dalam mengelola keuangan mereka. Dengan adanya peningkatan akses informasi dan penguatan keunggulan layanan, diharapkan minat Generasi Z untuk menabung di Bank Syariah semakin meningkat, tidak hanya sebagai pilihan utama tetapi juga sebagai bagian dari kebiasaan finansial mereka dalam jangka panjang.