

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan analisis mengenai pengaruh pengetahuan keuangan, uang saku, promosi, dan kualitas layanan galeri investasi terhadap minat menabung saham yang telah dilakukan maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa hipotesis pertama (H1) ditolak maka dapat dikatakan bahwa pengetahuan keuangan tidak berpengaruh terhadap minat menabung saham. Sehingga hasil ini menunjukkan semakin rendah pengetahuan keuangan maka menurunkan minat menabung saham.
2. Berdasarkan hasil penelitian bahwa hipotesis kedua (H2) ditolak maka dapat disimpulkan bahwa uang saku tidak berpengaruh terhadap minat menabung saham. Sehingga hasil ini menunjukkan semakin kecil uang saku maka akan semakin kecil minat untuk menabung saham.
3. Berdasarkan hasil penelitian bahwa hipotesis ketiga (H3) diterima maka dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap minat menabung saham. Promosi dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa tentang pentingnya menabung saham dan manfaat jangka panjang yang dapat diperoleh dari menabung saham. Promosi dapat digunakan sebagai sarana untuk memberikan edukasi keuangan yang lebih baik kepada mahasiswa FEB 2020.

4. Berdasarkan hasil penelitian bahwa hipotesis keempat (H4) ditolak maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap minat menabung saham.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti mengalami beberapa keterbatasan sebagai berikut:

1. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner menyebabkan ketidakkonsistenan jawaban dan ketidakseriusan responden dalam mengisi kuesioner. Pada peneliti yang akan datang disarankan untuk melakukan pendampingan dan memberikan penjelasan mengenai pengisian kuesioner.
2. Batasan waktu mempengaruhi proses pengumpulan data, menyebabkan data yang didapatkan kurang maksimal. Pada peneliti yang akan datang disarankan untuk melakukan penelitian lebih awal.
3. Penelitian ini hanya berfokus pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis sehingga untuk peneliti selanjutnya dapat memperluas objek penelitian agar hasil penelitian dapat mewakili Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

### **5.3. Implikasi Manajerial**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan analisis yang dilakukan terhadap mahasiswa FEB 2020 di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, maka implikasi manajerial yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

#### **1. Bagi Pemerintah**

Pemerintah dapat melibatkan diri dalam pengembangan program-program edukasi keuangan yang lebih luas di institusi pendidikan. Ini dapat mencakup peningkatan kurikulum yang mencakup topik keuangan dan menabung saham, serta mendukung inisiatif-inisiatif pendidikan keuangan di luar kurikulum formal. Pemerintah dapat meningkatkan upaya monitoring dan evaluasi terhadap program pendidikan keuangan di tingkat nasional. Jika pengetahuan keuangan terbukti sebagai faktor kunci dalam minat menabung saham, pemantauan ini dapat membantu menilai efektivitas program-program yang sudah ada atau menyarankan perbaikan yang diperlukan. Pemerintah juga dapat mendorong pembentukan kemitraan antara institusi pendidikan dan industri keuangan. Ini dapat mencakup program-program mentor atau pelatihan dari praktisi keuangan bagi mahasiswa, serta dukungan dalam hal promosi dan peningkatan kualitas layanan Galeri Investasi.

#### **2. Bagi Perusahaan Perbankan**

Perusahaan perbankan dapat menyusun program edukasi dan pelatihan untuk meningkatkan literasi keuangan nasabah. Hal ini dapat mencakup workshop, seminar, dan materi edukasi online yang memperkuat pemahaman tentang

menabung saham. Perusahaan perbankan juga dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk mengembangkan produk dan layanan baru yang lebih menarik bagi mahasiswa. Ini bisa melibatkan peningkatan fitur investasi, penawaran khusus untuk mahasiswa, atau pembuatan platform investasi yang mudah digunakan. Data yang diperoleh dari penelitian ini juga dapat membantu perusahaan perbankan untuk lebih memahami preferensi dan kebutuhan mahasiswa.

### **3. Bagi Galeri Investasi**

Jika promosi memiliki pengaruh positif terhadap minat mahasiswa, galeri investasi dapat mempertimbangkan untuk mengoptimalkan strategi promosinya. Hal ini bisa mencakup kampanye iklan yang lebih agresif, pemanfaatan media sosial, atau kerjasama dengan pihak-pihak lain di kampus untuk meningkatkan visibilitas galeri investasi. Jika promosi termasuk penawaran insentif atau bonus, galeri investasi dapat mencoba untuk diversifikasi program promosinya. Misalnya program yang dapat menarik lebih banyak mahasiswa untuk terlibat dalam kegiatan investasi. Dengan mengambil langkah-langkah ini, galeri investasi dapat meningkatkan efektivitas operasional mereka, mendukung pertumbuhan minat mahasiswa dalam menabung saham, dan memperkuat posisi mereka sebagai lembaga yang mendukung literasi keuangan dan investasi di kalangan mahasiswa.