

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan data dan analisis yang diuraikan pada bab-bab sebelumnya, dapat diambil kesimpulan bahwa pengujian yang dilakukan terhadap hipotesis penelitian yaitu persepsi mahasiswa berpengaruh positif terhadap minat berprofesi sebagai marketing di BMT diterima. Hal tersebut dapat dilihat dari uji hipotesis yang menunjukkan bahwa nilai T hitung untuk variabel independen di peroleh sebesar 4.428 sedangkan signifikansinya 0.000 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05). Adapun besar presentase pengaruhnya variabel independen persepsi (X) terhadap variabel dependen minat (Y) dapat dilihat dari koefesien determinasi (*R Square*) yang nilainya sebesar 0.214 atas 21.4%. Jadi sebesar 21.4% variable minat yang dipengaruhi oleh persepsi sedang sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar persepsi.

#### **5.2. Saran - saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat disarankan sebagai berikut:

a. Bagi Subjek Penelitian

Skala pengukuran yang sebaiknya dipergunakan perlu dipertimbangkan menggunakan skala yang lebih lebar karena skala yang memiliki rentang data cukup responden, sehingga hasilnya lebih baik dan diharapkan terdistribusi secara lebih normal. Selain itu, responden juga dapat

menjawab pertanyaan-pertanyaan dengan lebih leluasa tanpa terbatas pada pilihan jawaban yang disediakan.

b. Bagi IAIN Walisongo Semarang

Bagi IAIN Walisongo Semarang untuk lebih meningkatkan fasilitas serta sarana yang menunjang kemampuan mahasiswa agar bermanfaat kelak ketika telah terjun di dunia kerja. Bagi mahasiswa sendiri agar lebih mendayagunakan fasilitas yang ada yang bisa meningkatkan kemampuan mereka dibidang ilmu ekonomi. Kemampuan tersebut meliputi pengatahan tentang profesi yang ada BANK dan LKS.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Metode pengujian yang dilakukan oleh peneliti masih sangat terbatas menggunakan uji pengaruh searah karena tidak terpenuhinya sampel size untuk itu, diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan topik sejenis (persepsi, minat dan profesi marketing) dapat mengujinya kembali dengan metode yang lebih tepat. pengujian dua arah (menggunakan analisis data *Struktural Equation Modelling*).

### **5.3. Penutup**

Puji syukur Alhamdulillahirobbil ‘alamin dengan rahmat dan hidayah dari Allah SWT, maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan dan pembahasan skripsi ini masih banyak kekurangan, baik dalam segi bahasa, penulisan, penyajian, sistematika maupun analisisnya. Akhirnya dengan memanjatkan doa

mudah-mudahan skripsi ini membawa manfaat bagi pembaca dan bagi diri penulis, selain itu juga mampu memeberikan hasanah ilmu pengetahuan yang positif bagi keilmuan Ekonomi Islam.