

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian yang berjudul “Pengaruh Sosialisasi dan *Digital Marketing* Terhadap Minat Mahasiswa dalam Berwakaf Uang” yang dilakukan penelitian pada 65 responden, Kesimpulan yang dapat dibuat yakni:

1. Variabel sosialisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam berwakaf uang. Dengan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,107 > 0,05$ dan diperoleh nilai $t_{hitung} 1,637 < t_{tabel} 1,998$.
2. Variabel *digital marketing* berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam berwakaf uang. Dengan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$ dan diperoleh nilai $t_{hitung} 4,361 > t_{tabel} 1,998$.
3. Variabel sosialisasi dan *digital marketing* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam berwakaf uang. Dengan hasil uji simultan atau uji F pada tabel diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 44,974 > F_{tabel} 3,15$.

B. Saran

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat ruang untuk perbaikan yang perlu diperhatikan. Berikut ini beberapa rekomendasi untuk pihak terkait dan penelitian selanjutnya agar dapat meningkatkan kualitasnya.

1. Untuk lembaga wakaf terkait diharapkan lebih mengencarkan sosialisasi wakaf kepada para calon wakif baik secara langsung, media sosial maupun media cetak dan membangun hubungan yang kuat dengan konsumen melalui pemasaran digital (*digital marketing*) tentang wakaf uang dalam rangka mengoptimalkan pengumpulan wakaf uang di Indonesia.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan bisa mengembangkan variabel lain yang lebih mendukung variabel terikat yaitu minat mahasiswa dalam berwakaf uang, seperti variabel pemahaman, akses media informasi, pendapatan, tingkat pendidikan dan lain sebagainya.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan agar meluaskan sampel penelitian tidak hanya terbatas pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah, akan tetapi mengambil sampel dari mahasiswa yang berasal dari jurusan lain.