

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab IV dan pembahasan pada bab V mengenai promosi dan harga terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *Murabahah Bil Wakalah* pada KSPPS Tunas Artha Mandiri (TAM) Syariah Nganjuk. Maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan terdapat 343 responden, kemudian responden dari variabel promosi (X_1) adalah sebanyak 316 dengan presentase 92,1% menyatakan bahwa promosi pada KSPPS TAM Syariah Nganjuk termasuk dalam kategori baik.
2. Dari hasil penelitian yang dilakukan terdapat 343 responden, kemudian responden dari variabel harga (X_2) adalah sebanyak 326 dengan presentase 95% menyatakan bahwa harga pada KSPPS TAM Syariah Nganjuk termasuk dalam kategori murah.
3. Dari hasil penelitian yang dilakukan terdapat 343 responden, kemudian responden dari variabel keputusan memilih (Y) adalah sebanyak 284 dengan presentase 82,8% menyatakan bahwa keputusan memilih pembiayaan *Murabahah Bil Wakalah* pada KSPPS TAM Syariah Nganjuk termasuk dalam kategori tinggi.
4. Berdasarkan hasil uji korelasi diketahui nilai *pearson correlation* sebesar 0,689 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan antar variabel promosi mempunyai hubungan kuat dengan variabel

keputusan memilih pembiayaan *Murabahah Bil Wakalah* pada KSPPS TAM Syariah. Kemudian diketahui bahwa pada hasil uji t yaitu t hitung pada variabel promosi sebesar 6.864. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6.864 > 1.967$ dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak H_a diterima. Artinya promosi (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan memilih pembiayaan *Murabahah Bil Wakalah* KSPPS TAM Syariah Nganjuk.

5. Berdasarkan hasil uji korelasi diketahui nilai *pearson correlation* sebesar 0,680 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan antar variabel harga mempunyai hubungan kuat dengan variabel keputusan memilih pembiayaan *Murabahah Bil Wakalah* pada KSPPS TAM Syariah. Variabel Harga (X_2) memiliki nilai signifikansi 0.000 nilai tersebut dibawah 0.05 atau $0.000 < 0.05$ dan nilai t_{hitung} 11.336 lebih besar dari t_{tabel} 1.967 atau $11.336 > 1.967$, sehingga H_0 ditolak H_a diterima. Artinya harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan memilih pembiayaan *Murabahah Bil Wakalah* KSPPS TAM Syariah Nganjuk.
6. Dalam perhitungan diketahui *F Change* sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil dari uji SPSS 25 menunjukkan nilai R korelasi sebesar 0,695. Berdasarkan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel promosi dan harga secara bersama sama mempunyai hubungan kuat terhadap variabel keputusan memilih pembiayaan *Murabahah Bil Wakalah* KSPPS TAM Syariah Nganjuk. Pada uji f diperoleh f_{hitung} yaitu $122,668 > f_{tabel}$ 3,04 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ jadi dapat disimpulkan bahwa H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Yang berarti bahwa dalam penelitian ini terdapat pengaruh

secara simultan atau secara bersama-sama antara variabel promosi dan harga terhadap keputusan memilih pembiayaan *Murabahah Bil Wakalah* KSPPS TAM Syariah Nganjuk. Hasil uji determinasi nilai R Square yaitu 0,419 yang berarti variabel promosi dan harga mempunyai pengaruh sebesar 41,90% terhadap variabel keputusan memilih pembiayaan *Murabahah Bil Wakalah* KSPPS TAM Syariah Nganjuk. Sedangkan sisanya sebesar 58,10% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

B. Saran

1. Bagi KSPPS Tunas Artha Mandiri (TAM) Syariah Nganjuk

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi dan harga berpengaruh terhadap keputusan memilih. Promosi pada KSPPS TAM Syariah Nganjuk dalam kategori baik, Harga juga dalam kategori baik dalam mempengaruhi anggota nasabah dalam melakukan keputusan melakukan pembiayaan *Murabahah Bil Wakalah*. Selanjutnya peneliti memberikan saran kepada karyawan KSPPS TAM Syariah Nganjuk untuk meningkatkan seluruh aspek yang berkaitan dengan penelitian ini, utamanya pada aspek promosi dan harga. Hal tersebut bertujuan agar minat calon anggota nasabah terhadap keputusan melakukan pembiayaan *Murabahah Bil Wakalah* meningkat.

2. Bagi peneliti Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri

Peneliti berharap bahwa penelitian di KSPPS TAM Syariah Nganjuk terus berlanjut agar bisa memaksimalkan lembaga keuangan di Nganjuk. Hasil pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan melakukan pembiayaan *Murabahah Bil Wakalah* dalam penelitian ini memperoleh nilai 41,9%, sehingga masih terdapat ruang untuk dieksplorasi peneliti berikutnya.