

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini secara empiris telah menguji adanya hubungan antara persepsi tentang bagi hasil dengan keputusan membeli produk tabungan. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan pendekatan korelasional. Sampel dalam penelitian ini adalah 32 responden yang merupakan pengurus Lembaga dakwah Kampus Universitas Negeri Jakarta yang memutuskan membeli produk tabungan.

Dari penelitian mengenai hubungan antara persepsi tentang bagi hasil dengan keputusan membeli dapat diambil beberapa kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara kedua variabel yang diteliti yaitu persepsi tentang bagi hasil dengan keputusan membeli pada pengurus Lembaga dakwah Kampus Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian yang telah dilaksanakan ini berhasil memberikan kesimpulan secara empiris adanya hubungan antara persepsi tentang bagi hasil dengan keputusan membeli produk tabungan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi tentang bagi hasil dengan keputusan membeli produk tabungan. Hal ini berdasarkan pengujian signifikansi koefisien korelasi antara pasangan skor persepsi tentang bagi hasil dengan keputusan membeli

diperoleh $t_{hitung} = 3,88$ dan $t_{tabel} = 1,697$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi bivariat $r_{xy} = 0,578$ adalah positif dan signifikan.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa persepsi tentang bagi hasil bukan secara kebetulan mempunyai hubungan positif dengan keputusan membeli, melainkan didasarkan pada analisis statistik yang menguji signifikansi hubungan dengan taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) dengan persamaan garis regresi $\hat{Y} = 40,67 + 0,556X$ yang berarti bahwa setiap kenaikan sebesar satu skor persepsi tentang bagi hasil dapat menyebabkan kenaikan keputusan membeli sebesar 0,556 pada konstanta 40,67. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan tersebut bersifat searah. Artinya gerak satu variabel akan diikuti oleh variabel lainnya, dengan kata lain apabila persepsi tentang bagi hasilnya baik maka keputusan membelinya pun akan meningkat, sebaliknya jika persepsi tentang bagi hasilnya buruk maka keputusan membelinya pun akan menurun.

Keputusan membeli produk tabungan ditentukan oleh persepsi tentang bagi hasil berdasarkan koefisien determinasinya sebesar 33,41% dan sisanya 66,59% dipengaruhi faktor lain seperti: pelayanan, lokasi, fasilitas, kepercayaan, promosi, dan kualitas produk.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, maka implikasi yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian bahwa terdapat hubungan yang positif antara persepsi tentang bagi hasil dengan keputusan membeli, dan bahwa peranan persepsi tentang bagi hasil yang diberikan sangat

mempengaruhi keputusan membeli suatu produk, dalam hal ini produk tabungan.

Data persepsi tentang bagi hasil dapat mengukur seberapa jauh keputusan membeli produk tabungan pada bank syariah. Dengan tingginya persepsi tentang bagi hasil maka akan meningkatkan keputusan membeli produk tabungan pada bank syariah.

Dengan tingginya keputusan membeli produk tabungan pada bank syariah, maka akan meningkatkan pula kuantitas nasabah bank syariah. Dengan demikian maka bank syariah akan mampu meningkatkan kemampuan peran sertanya terhadap masyarakat.

C. Saran

Berdasarkan implikasi yang dikemukakan diatas, saran-saran yang dapat diberikan peneliti yang mungkin berguna diantaranya adalah :

1. Sebagai lembaga keuangan yang mempunyai fungsi untuk menyimpan dan menyalurkan dana bagi pihak ketiga, bank syariah harus lebih intensif untuk memberikan dan memperkenalkan sistem bagi hasil kepada masyarakat.
2. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya menggunakan sampel yang lebih besar serta jangka waktu penelitian yang lebih lama agar memperoleh hasil yang optimal.