

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh *personal selling* terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan BMT Harapan Ummat, Larangan Sidoarjo dapat disimpulkan bahwa:

1. Dengan mengacu pada hasil pembahasan, variabel *personal selling* yang terdiri dari pendekatan (X_1), presentasi (X_2), menangani keberatan (X_3), dan menutup penjualan (X_4), mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) secara simultan. Dengan melihat perbandingan besaran angka F hitung $>$ F tabel yaitu $285,432 > 2,69$ maka secara simultan adalah signifikan yang berarti H_1 terbukti.
2. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dengan analisis regresi parsial Indikator pendekatan (X_1) nilai t hitung sebesar $4,665 >$ nilai t tabel $2,012$ dan nilai $p = 0,000 < 0,05$, maka H_2 terbukti, itu berarti ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel pendekatan (X_1), terhadap keputusan nasabah (Y) dan nilai dari koefisien regresi (b_1) sebesar $0,195$ dengan tanda positif, dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel pendekatan (x_1), maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah sebesar $0,195$. Indikator presentasi (X_2) nilai t hitung sebesar $3,381 >$ nilai t tabel $2,012$ dan nilai $p = 0,001 < 0,05$, maka H_3 terbukti, itu berarti ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel presentasi (X_2) terhadap keputusan nasabah (Y) dan nilai dari koefisien regresi (b_2) sebesar $0,248$ dengan tanda positif, dapat diartikan bahwa

setiap peningkatan variabel presentasi (x_2), maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah sebesar 0,248. Indikator menangani keberatan (X_3) nilai t hitung sebesar 6,499 > nilai t tabel 2,012 dan nilai $p = 0,000 < 0,05$, maka H_4 terbukti, itu berarti ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel menangani keberatan (X_3) terhadap keputusan nasabah (Y) dan nilai dari koefisien regresi (b_3) sebesar 0,316 dengan tanda positif, dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel menangani keberatan (x_3), maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah sebesar 0,316. Indikator menutup penjualan (X_4) nilai t hitung sebesar 3,904 > nilai t tabel 2,012 dan nilai $p = 0,000 < 0,05$, maka H_5 terbukti, ini berarti ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel menutup penjualan (X_4) terhadap keputusan nasabah (Y) dan nilai dari koefisien regresi (b_4) sebesar 0,250 dengan tanda positif, dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel menutup penjualan (x_4), maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah sebesar 0,250.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas ada beberapa hal yang ingin disampaikan pada pihak yang bersangkutan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi BMT

Sehubungan dengan pemasaran *personal selling* yang BMT Harapan Ummat jalankan selama ini, maka penelitian yang berhubungan dengan strategi pemasaran mengenai *pengaruh personal selling* terhadap keputusan nasabah dapat dijadikan acuan dalam mengambil kebijakan BMT, khususnya dalam hal menangani keberatan atau keluhan dari nasabah karena hasil dari Uji t menunjukkan indikator menangani keberatan berpengaruh paling dominan terhadap keputusan nasabah.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat dimanfaatkan sebagai rujukan dalam melakukan penelitian berikutnya terutama mengenai pemasaran *personal selling* terhadap keputusan nasabah dengan mengembangkan variabel yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta, Graha Ilmu, Cet.1, 2002.
- Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2009.
- Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Pemasaran*, Malang, UIN Maliki Press, 2011.
- Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta, Liberty, Cet. 5, 1997.
- Boyd L Walker, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Alih Bahasa Oleh Imam Nurmawan, Jakarta, Erlangga, 1997.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, Yogyakarta, CV. Andi Offset, 2008.
- Gregorius Chandra, *Strategi dan Program Pemasaran*, Yogyakarta, ANDI, 2005.
- Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi*, Yogyakarta, Ekonisia, cet.4, 2007.
- Herlin Supriyandani, ” *Pengaruh Personal selling terhadap kepuasan konsumen (suatu kajian personal selling terhadap konsumen pada counter AVON di Gajah Mada Malang)*,” Malang, Skripsi Universitas Brawijaya, 2001.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, Edisi Kedua*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001.
- Karnaen A. Perwataatmadja, *Membumikan Ekonomi Islam di Indonesia*, Depok, Usaha Kami, 1996.
- Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 2, Alih bahasa oleh Damos Sihombing, Jakarta Erlangga, 2001.
- Kukuh Yahya, ” *Pengaruh personal selling terhadap keputusan pembelian bunga mawar potong (Survey pada Gapoktan Mekarsari Batu)*,” Malang, Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana malik ibrahim, 2010.
- Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil (BMT)*, Yogyakarta, UII press, 2004).
- Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*, Jakarta, Bumi Aksara, 2004.
- Muhammad Syafi’i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, Jakarta, Gema Insani, 2001.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jilid 1, Alih Bahasa Oleh Ancella Anitawati H, Salemba Empat, Jakarta, 1995.
- Philip kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian*, Jilid 1, Alih bahasa Jaka Wasana, Jakarta, Erlangga, Cet. 6, 1996.
- Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*, Jakarta, Indeks, 2009.

- R. Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linear Berganda dengan SPSS*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2005.
- R. Heru Kristanto HC, *Kewirausahaan Entrepreneurship*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2009.
- Rachmadi Usman, *Aspek-aspek Hukum Perbankan Islam di Indonesia*, Bandung, PT Citra aditiya Bakti, 2002.
- Rahma Andriana, *Company Profile of BMT Harapan Ummat Sidoarjo*, Sidoarjo, BMT Harapan Ummat, 2012.
- Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung, Alfabeta, 2010.
- Singarimbun dan Effendi, *Metode Penelitian Survey*, Jakarta, LP3ES, 1995.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung, Alfabeta, Cet. 9, 2006.
- _____, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta, 2012.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta, PT. Rineka Cipta, 2010.
- Anggota IKAPI, *Pemasaran Barang dan Jasa*, Yogyakarta, Kanisius, Cet.6, 2001.
- Achmad Subianto dkk, “Sejarah berdirinya Masyarakat Ekonomi Syariah (MES),” dalam: <http://www.ekonomisyariah.org/sejarah>, (10 Januari 2013).
- Cahya Suryana, “Data dan Jenis data Penelitian,” dalam <http://csuryana.wordpress.com>, (17 Desember 2012)
- Dimas Siregar, “Ekonomi Syariah Indonesia Dinilai Terbaik di Dunia,” dalam: <http://www.tempo.co/read/news>, (10 Januari 2013).
- Dinas Koperasi, Pengusaha Kecil dan Menengah Kab. Sidoarjo. “Kabupaten Sidoarjo dalam Angka”, dalam <http://www.sidoarjokab.bps.go.id>, (08 November 2012)
- Duwi, “Uji Heteroskedastisitas,” dalam: <http://duwiconsultant.blogspot.com>, (29 Desember 2012).
- Yuli Afriandi, “Haluan BMT 2020-Perhimpunan BMT Indonesia,” dalam <http://www.emicsyariah.com>, (08 November 2012).