

## 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).