

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, menunjukkan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan antara pengetahuan konsumen tentang produk pembiayaan modal kerja terhadap keputusan untuk menjadi nasabah di PT. BPRS Jabal Nur Surabaya dengan koefisien regresi untuk variabel pengetahuan konsumen tentang produk dengan keputusannya untuk menjadi nasabah adalah sebesar 1.054 dengan konstanta sebesar 3.795.

Terlihat bahwa koefisien regresi untuk variabel pengetahuan tentang produk adalah positif terhadap keputusannya untuk menjadi nasabah di BPRS Jabal Nur Surabaya. Dengan demikian setiap terjadi peningkatan variabel pengetahuan konsumen tentang produk pembiayaan modal kerja maka keputusannya untuk menjadi nasabah di BPRS Jabal Nur Surabaya juga mengalami kenaikan. Dengan demikian pengujian hipotesis dapat diterima.

Dalam upaya mengidentifikasi seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya, perlu melihat nilai dari koefisien determinasi. Sebagaimana sudah diuraikan di bab sebelumnya, bahwa nilai koefisien determinasi yang dinotasikan dalam angka R^2 (R square) adalah sebesar 0,731 yang artinya besar pengaruh variabel independen (pengetahuan konsumen tentang produk) terhadap variabel dependen (keputusannya untuk

menjadi nasabah) adalah sebesar 7% sedangkan sisanya sebesar 93% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti.

Selanjutnya berdasarkan hasil uji F sebesar 23,067 dengan menunjukkan $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ ($23,067 \geq 3,592$) dan signifikansi kurang dari 0,05 maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan pengetahuan konsumen tentang produk pembiayaan modal kerja terhadap keputusannya untuk menjadi nasabah di PT. BPRS Jabal Nur Surabaya.

B. Saran

Pengetahuan konsumen akan sebuah produk akan mempengaruhi terhadap keputusannya untuk melakukan pembelian. Konsumen yang belum pernah menggunakan suatu produk akan memerlukan informasi tentang suatu produk, baik manfaat dan cara membelinya sebelum konsumen memutuskan untuk memilih, membeli dan menggunakannya. Sedangkan konsumen yang pernah menggunakan produk tersebut akan cenderung menggunakan kembali produk tersebut setelah mengetahui manfaat dan memiliki pengalaman baik tentang produk tersebut.

Bagi perusahaan, diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu sumber informasi untuk mendapatkan nasabah lebih banyak lagi. Bagi peneliti yang akan meneliti pada permasalahan yang sejenis diharapkan memasukkan variabel lain diluar variabel yang sudah ada dalam penelitian ini.