

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian positivistik kuantitatif yang dimaksudkan pengujian (ferivikasi) hipotesis penelitian. Terdapat tiga hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini yaitu, pengaruh sikap responsif, kemampuan komunikasi dan penerapan prinsip marketing syariah terhadap peningkatan kepercayaan nasabah di BMT MADE Demak. Hasil survey dan pengujian hipotesis dapat disimpulkan:

1. Menurut hasil survey terkait dengan tingkat sikap responsif pegawai BMT adalah berbanding lurus dengan peningkatan kepercayaan nasabah. Semakin tinggi atau baik sikap responsif yang dilakukan pegawai BMT tentang kepercayaan nasabah maka semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah dalam melakukan pembiayaan atau menabung di BMT MADE Demak. Hal itu dipicu oleh fenomena empiris bahwa sebagian peningkatan kepercayaan nasabah itu harus dengan adanya sikap empati pegawai dengan nasabah, sikap tanggap pegawai dengan nasabah dan pegawai mampu menjelaskan produk-produk di BMT tersebut. Hasil survey menunjukkan skor 196 jawaban atas dimensi sikap responsif (33%) berada pada posisi bagus, Sebanyak 32% dari responden juga menyatakan netral, Sekitar 13% dan 0,5% yang tidak mengetahui dan memahami tentang sikap responsif, dan berbagai hal terkait dengan sikap responsif. Hasil pengujian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “Diduga terdapat pengaruh positif sikap responsif pegawai terhadap peningkatan kepercayaan nasabah” membuktikan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima. Itu, ditunjukkan *ordinary least square* (regresi linier berganda) yaitu nilai t_{hitung} sebesar 3,457 dengan p value (sig.) sebesar 0,001 yang berada kurang dari alpha 0,05 ($\alpha = 5\%$) atau ($t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,985) (lihat tabel 4.22) maka hipotesis nihil (H_0) ditolak. Mengingat nilai p value (sig) kurang dari alpha 0,05 ($\alpha = 5\%$) ada

pengaruh yang signifikan, yang artinya sikap responsif merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan kepercayaan nasabah.

2. Tingkat intensitas kemampuan komunikasi pegawai dalam memasarkan produk BMT itu perlu, serta dengan perilaku bahasa yang dipakai pegawai dapat dipahami oleh nasabah dan kedekatan pegawai dengan nasabah tersebut bisa meningkatkan kepercayaan nasabah dalam menabung atau melakukan pembiayaan. Hasil perhitungan skor intensitas kedekatan sosial pegawai secara harian menunjukkan sebanyak 0,43 berada posisi netral (N) dan sebanyak 0,27 menjawab pada posisi bagus (B). Sementara yang menjawab dengan kemampuan komunikasi pegawai sangat bagus (SB) sebanyak 0,6 dan yang menjawab tidak baik (TB) sebanyak 0,19. Hasil pengujian hipotesis kedua menyatakan “ Diduga terdapat pengaruh positif kemampuan komunikasi terhadap peningkatan kepercayaan nasabah” hipotesis alternatif (H_a) diterima. Itu, ditunjukkan output *ordinary least square* (regresi linier berganda) yaitu nilai t_{hitung} sebesar 5,040 dengan p value (sig.) sebesar 0,000 yang berada dibawah alpha 0,05 ($\alpha = 5\%$) atau ($t_{hitung} 5,040 > t_{tabel} 1,985$) (lihat tabel 4.22) maka hipotesis nihil (H_0) ditolak. Mengingat nilai p value (sig.) berada dibawah alpha 0,05 ($\alpha = 5\%$) ada pengaruh yang signifikan, yang artinya kemampuan komunikasi merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan kepercayaan nasabah.

Kepercayaan nasabah kepada BMT MADE dalam melakukan pembiayaan atau menabung karena pegawai dalam melakukan operasionalnya menggunakan prinsip marketing syariah, serta suasana islam dalam kantor BMT dan produk-produk BMT mencerminkan keIslam. Hasil survey menunjukkan bahwa sebanyak 242 (0,48) item pertanyaan terkait penerapan prinsip marketing syariah dijawab dengan netral atau cukup (N), dan 138 item pertanyaan (0,27) terjawab bagus (B). Sementara yang terjawab Sangat bagus (SB) sebanyak 14 item

pertanyaan (0,2) yang terjawab Tidak Bagus (TB) sebanyak 101 item pertanyaan (0,20) dan yang menjawab Sangat Tidak Bagus (STB) sebanyak 5 item pertanyaan (0,1) . Hasil pengujian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa ”Diduga terdapat pengaruh positif penerapan prinsip marketing syariah terhadap peningkatan kepercayaan nasabah” hipotesis alternatif (H_a) diterima. Itu, ditunjukkan output *ordinary least square* (regresi linier berganda) yaitu nilai t_{hitung} sebesar 3,954 dengan p value (sig.) sebesar 0,000 yang berada kurang dari alpha 0,05 ($\alpha=5\%$) atau ($t_{hitung} 3,954 > t_{tabel} 1,985$) (lihat tabel 4.22) maka hipotesis nihil (H_0) ditolak. Mengingat nilai p value (sig.) berada kurang dari alpha 0,05 ($\alpha=5\%$) ada pengaruh yang signifikan, yang artinya penerapan prinsip marketing syariah merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan kepercayaan nasabah.

B. Keterbatasan Penelitian

Meskipun telah diupayakan semaksimal mungkin, namun ternyata penelitian ini masih banyak keterbatasan penelitian, meliputi :

1. Keterbatasan pengetahuan peneliti tentang sikap responsif, kemampuan komunikasi, penerapan prinsip marketing syariah dan peningkatan kepercayaan nasabah sehingga dalam pembahasan tidak diuraikan secara lengkap.
2. Keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga sehingga penelitian ini kurang maksimal.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, adapun saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya meliputi:

1. Kepada Pimpinan BMT PUSAT MADE Demak
Dalam meningkatkan kepercayaan nasabah, pihak pimpinan BMT PUSAT MADE Demak tetap terus memberikan perhatian pada sumber daya manusia, seperti karyawan.

2. Kepada Karyawan

Diharapkan karyawan BMT PUSAT MADE Demak lebih memberikan informasi-informasi atau pesan yang disampaikan pada nasabah agar dapat meningkatkan kepercayaan nasabah dengan baik.

3. Kepada Penelitian yang Akan Datang

Untuk memperoleh hasil studi yang lebih baik dan akurat, perlu dilakukan uji tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan nasabah dengan menambahkan variabel *independen* yang lebih banyak.

D. Penutup

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan hidayah dan taufik-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW yang kita harapkan syafa'atnya kelak di hari kiamat.

Penulis menyadari meskipun dalam penulisan skripsi ini telah berusaha semaksimal mungkin, namun dalam penulisan ini tidak lepas dari kesalahan dan kekeliruan. Hal itu semata-mata merupakan keterbatasan ilmu dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang konstruktif dari berbagai pihak demi perbaikan yang akan datang untuk mencapai kesempurnaan.

Akhirnya penulis hanya berharap semoga skripsi ini dapat menambah khazanah keilmuan, bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Aamiin.