

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan bukti-bukti empiris yang diperoleh maka disimpulkan bahwa :

1. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,015. Dengan demikian  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $4,015 > 1.99006$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh *personal selling* signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa, berdasarkan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Hal ini disebabkan karena sebagian besar responden menjawab setuju bahwa karyawan melakukan presentasi mengenai produk BMT pada anggota sehingga anggota ingin menggunakan jasa BMT Mubarakah Undaan Kudus.
2. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,422. Dengan demikian  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $2,422 > 1.99006$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan penggunaan jasa BMT Mubarakah Undaan Kudus, berdasarkan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,009 < 0,05$ ). Hal ini disebabkan karena sebagian besar responden berpendapat bahwa karyawan melakukan promosi secara rutin kepada anggota sehingga anggota ingin menggunakan jasa BMT Mubarakah Undaan Kudus.
3. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,190. Dengan demikian  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $2,190 > 1.99006$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat *digital marketing* terhadap keputusan penggunaan jasa BMT Mubarakah Undaan Kudus, berdasarkan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Hal ini disebabkan karena sebagian besar responden berpendapat bahwa BMT memiliki website yang memuat sejarah, visi, misi serta produk BMT

sehingga anggota ingin menggunakan jasa BMT Mubarakah Undaan Kudus.

## **B. Keterbatasan**

Dalam penelitian ini masih terdapat banyak keterbatasan, diantaranya :

1. Keterbatasan waktu tidak memungkinkan peneliti untuk menguji faktor-faktor lain yang juga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa.
2. Penggunaan metode survey melalui kuesioner yang tidak diikuti dengan wawancara langsung.
3. Sampel penelitian hanya diambil dari satu BMT, yaitu BMT Mubarakah Undaan Kudus.

## **C. Saran**

Saran yang disampaikan dalam penelitian ini meliputi :

1. Penambahan variabel penelitian yang juga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa misalnya kualitas pelayanan, pengetahuan dan kepercayaan.
2. Penggunaan metode survey melalui kuesioner hendaknya diikuti dengan wawancara langsung untuk menghasilkan data yang lebih akurat.
3. Penelitian mendatang diharapkan dapat memperluas populasi penelitian. Populasi penelitian tidak hanya diambil dari satu BMT, mungkin bisa dikembangkan pada perusahaan lain yang cakupannya lebih besar.

## **D. Penutup**

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan dalam penulisan skripsi ini. Shalawat teruntuk Rasulullah SAW yang telah memberikan pelajaran kepada kita semua bagaimana menjadi seorang pakar ekonomi islam yang baik dan diridhoi Allah SWT, semoga kita semua selalu mengikuti jejaknya. Amin.

Penulis menyadari sedalam-dalamnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna meskipun penulis sudah berusaha semaksimal mungkin. Hal ini disebabkan karena keterbatasan dan sangat dangkalnya pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu penulis dengan rendah hati mengharapkan kritik dan saran yang membangun pembaca, demi kesempurnaan dalam skripsi ini.

Akhirnya tiada kata yang pantas keluar dari penulis selain memohon ampun kepada Allah, atas segala kekurangan dan kesalahan penulis dan doa penulis semoga skripsi ini dikemudian hari dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan semua pihak pada umumnya, yang benar-benar membutuhkannya. Amien ya robbal 'alamin.

