

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan adalah:

1. Berdasarkan angket yang diperoleh dari 272 responden, diperoleh hasil uji hipotesis yakni $t(\text{hitung}) > t(\text{table})$, yang mana $2,125 > 1,968$, dengan signifikansi $0,035 < 0,05$ dan nilai koefisiennya $0,167$. Artinya, variabel *Product* (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat penggunaan produk pembiayaan *murabahah* (Y) pada KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara sebesar 16,7%, dari bukti tersebut maka H1 diterima. Menurut uji yang telah dilakukan, Variabel *product* merupakan variabel yang paling mempengaruhi atau yang paling dominan diantara 8 variabel lainnya (*Place, Price, Promotion, People, Process, Promise, Patience, dan Physiscal Evidence*), sebab nilai koefisien β paling menjauhi nilai 0 yang secara perhitungan presentase variabel *product* merupakan yang paling tinggi. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwasannya dari segi dimensi *quality* (produk sesuai ketentuan syariah dan jelas kehalalannya), *Appreance/tampilan* (tidak terdapat nama Allah pada jenis produk yang dipasarkan), dan *Service* (tidak terdapat *laissez faire* atau campur tangan karyawan pada saat anggota memilih produk pembiayaan yang diinginkan) semuanya memengaruhi minat penggunaan produk pembiayaan *murabahah* pada KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara. Ini berarti bahwa *product* termasuk sesuatu yang penting guna memenuhi kebutuhan dasar masyarakat khususnya pelaku usaha dari segi finansial. Dengan demikian adanya penyusunan mengenai strategi *product*, maka akan menambah minat masyarakat dalam menggunakan produk pembiayaan *murabahah* pada KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara.
2. Berdasarkan angket yang diperoleh dari 272 responden, diperoleh hasil uji hipotesis yakni $t(\text{hitung}) < t(\text{table})$, yang mana $-1,596 < 1,968$, dengan signifikansi $0,112 > 0,05$ dan nilai koefisiennya $-0,124$. Artinya, variabel *Place* (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat penggunaan produk pembiayaan *murabahah* (Y) pada KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara, dan setiap kenaikan satu satuan, variabel *place* akan turun sebesar 12,4%, dari bukti

tersebut maka H_2 ditolak. Ini berarti bahwa *place* atau tempat tidak menjadi pengaruh utama masyarakat dalam menentukan minatnya untuk menggunakan produk pembiayaan murabahah karena sistem yang digunakan KSPPS Berkah Abadi Gemilang adalah jemput bola. Dengan demikian, adanya pengembangan strategi *place* tidak terlalu dipertimbangkan masyarakat untuk memustuskan pilihan mereka.

3. Berdasarkan angket yang diperoleh dari 272 responden, diperoleh hasil uji hipotesis yakni $t(\text{hitung}) > t(\text{table})$, yang mana $2,473 > 1,968$, dengan signifikansi $0,014 < 0,05$ dan nilai koefisiennya 0,197. Artinya, variabel *Price* (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat penggunaan produk pembiayaan *murabahah* (Y) pada KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara sebesar 19,7%, dari bukti tersebut maka H_3 diterima. Ini berarti bahwa *price* termasuk sesuatu yang cukup diperhatikan ketika akan menggunakan produk pembiayaan *murabahah*. Anggota dapat memilih besarnya pembiayaan sesuai kebutuhan dengan jasa yang hanya 2,5%, tentunya besarnya pembiayaan yang diinginkan tersebut sesuai dengan besarnya kisaran harga agunan yang diberikan. Dengan adanya strategi *price* tersebut, maka akan membuat masyarakat berminat untuk menggunakan produk pembiayaan *murabahah*.
4. Berdasarkan angket yang diperoleh dari 272 responden, diperoleh hasil uji hipotesis yakni $t(\text{hitung}) > t(\text{table})$, yang mana $2,249 > 1,968$, dengan signifikansi $0,025 < 0,05$ dan nilai koefisiennya 0,075. Artinya, variabel *Promotion* (X_4) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat penggunaan produk pembiayaan *murabahah* (Y) pada KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara sebesar 7,5%, dari bukti tersebut maka H_4 diterima. Ini berarti bahwa *promotion* termasuk variabel yang cukup mempengaruhi pengetahuan masyarakat adanya produk pembiayaan murabahah pada KSPPS Berkah Abadi Gemilang. Dengan demikian, adanya strategi *promotion* maka akan membuat produk pembiayaan dapat dikenal oleh khalayak ramai, serta menarik minat masyarakat supaya menggunakan produk pembiayaan *murabahah*.
5. Berdasarkan angket yang diperoleh dari 272 responden, diperoleh hasil uji hipotesis yakni $t(\text{hitung}) > t(\text{table})$, yang mana $2,263 > 1,968$, dengan signifikansi $0,024 < 0,05$ dan nilai koefisiennya 0,076. Artinya, variabel *People* (X_5) berpengaruh

secara signifikan terhadap variabel minat penggunaan produk pembiayaan *murabahah* (Y) pada KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara sebesar 7,6%, dari bukti tersebut maka H5 diterima. Ini berarti bahwa *people* termasuk kedalam variabel yang cukup dipertimbangkan ketika menentukan minat penggunaan produk pembiayaan *murabahah* karena menyangkut sikap dan kepribadian para karyawan terhadap para anggota. Dengan demikian, adanya karyawan yang baik sebagai salah satu strategi *people*, maka akan membuat masyarakat berminat untuk menggunakan produk pembiayaan *murabahah* karena merasa nyaman dengan pelayanannya.

6. Berdasarkan angket yang diperoleh dari 272 responden, diperoleh hasil uji hipotesis yakni $t(\text{hitung}) > t(\text{table})$, yang mana $0,098 < 1,968$, dengan signifikansi $0,923 > 0,05$ dan nilai koefisiennya 0,003. Artinya, variabel *Process* (X6) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat penggunaan produk pembiayaan *murabahah* (Y) pada KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara dan setiap kenaikan satu satuan variabel *process* maka akan turun sebesar 0,3%, dari bukti tersebut maka H6 ditolak. Ini berarti bahwa *process* tidak menjadi pertimbangan utama dalam menentukan minat penggunaan produk pembiayaan *murabahah*. Anggota hanya terpaku pada proses yang cepat tanpa ingin mengetahui fasilitas apa yang digunakan dalam transaksi. Dengan demikian, adanya strategi *process* tidak akan berpengaruh dalam pengembangan pada jalannya transaksi ketika menggunakan produk pembiayaan *murabahah*.
7. Berdasarkan angket yang diperoleh dari 272 responden, diperoleh hasil uji hipotesis yakni $t(\text{hitung}) > t(\text{table})$, yang mana $2,186 > 1,968$, dengan signifikansi $0,030 < 0,05$ dan nilai koefisiennya 0,101. Artinya, variabel *Promise* (X7) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat penggunaan produk pembiayaan *murabahah* (Y) pada KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara sebesar 10,1%, dari bukti tersebut maka H7 diterima. Ini berarti bahwa *promise* termasuk variabel yang cukup penting dan diperhatikan terutama pada masyarakat muslim yang ingin menggunakan produk pembiayaan sesuai syariah. perjanjian yang dipakai pada KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara yakni akad *murabahah* dan ketentuannya pun ditetapkan berdasarkan aturan-aturan syariah. Dengan demikian, adanya strategi *promise* pada

KSPPS Berkah Abadi Gemilang, maka dapat menarik minat untuk menggunakan produk pembiayaan *murabahah* khususnya untuk masyarakat muslim.

8. Berdasarkan angket yang diperoleh dari 272 responden, diperoleh hasil uji hipotesis yakni $t(\text{hitung}) > t(\text{table})$, yang mana $2,216 > 1,968$, dengan signifikansi $0,028 < 0,05$ dan nilai koefisiennya $0,095$. Artinya, variabel *Patience* (X8) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat penggunaan produk pembiayaan *murabahah* (Y) pada KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara sebesar 9,5%, dari bukti tersebut maka H8 diterima. Ini artinya variabel *patience* cukup cukup dipertimbangkan dalam menentukan minat seseorang ketika akan memutuskan suatu pilihan. Pelayanan yang baik dan sabar akan menciptakan komunikasi yang nyaman antara karyawan dengan anggota. Dengan demikian, adanya penerapan strategi *patience* maka akan membuat masyarakat berminat untuk menggunakan produk pembiayaan *murabahah*.
9. Berdasarkan angket yang diperoleh dari 272 responden, diperoleh hasil uji hipotesis yakni $t(\text{hitung}) > t(\text{table})$, yang mana $2,505 > 1,968$, dengan signifikansi $0,013 < 0,05$ dan nilai koefisiennya $0,114$. Artinya, variabel *Physical Evidence* (X9) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat penggunaan produk pembiayaan *murabahah* (Y) pada KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara sebesar 11,4%, dari bukti tersebut maka H9 diterima. Ini berarti bahwa adanya bukti transaksi, dokumentasi, dan lain sebagainya mempengaruhi keyakinan seseorang untuk memutuskan minatnya untuk menggunakan produk pembiayaan *murabahah*. Dengan demikian, adanya bukti fisik yang ada pada KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara menjadikan masyarakat yakin untuk menggunakan produk pembiayaan *murabahah*.

B. Kritik dan Saran

1. Penulis berharap KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara terus berkembang dan memiliki anggota yang meningkat.
2. Variabel bebas pada penelitian yang dipakai ini merupakan unsur yang cukup penting guna menarik minat masyarakat dalam menggunakan produk pembiayaan yang sesuai syariah. Maka dari itu, diharap hasil penelitian ini mampu digunakan untuk referensi bagi pihak KSPPS Berkah Abadi Gemilang dan para peneliti lain yang akan meneliti seputar tema ini.

3. Peneliti berharap penelitian ini menjadi bahan untuk menambah pengetahuan dan informasi di waktu yang akan datang.

