BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh persepsi, gaya hidup dan sikap terhadap keputusan anggota memilih produk pembiayaan murabahah dengan lokasi penelitian pada anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Diantara salah satu variabel Persepsi, gaya hidup, dan sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam memilih produk pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Persepsi yang baik pada produk pembiayaan murabahah dapat menarik minat anggota sehingga mempengaruhi keputusan anggota dalam memilih produk pembiayaan murabahah. Gaya hidup akan mengikuti perkembangan zaman sehingga kebutuhan untuk memenuhi gaya hidupnya akan bertambah maka gaya hidup akan mempengaruhi keputusan anggota dalam memilih produk pembiayaan murabahah. Sikap adalah respon yang diberikan oleh anggota berdasarkan perasaanya akan mempengaruhi keputusan anggota untuk memilih produk pembiayaan murabahah di kedua BMT tersebut.

2. Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam memilih produk pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Menandakan bahwa anggota di kedua BMT tersebut memiliki persepsi baik tentang produk pembiayaan murabahah, hingga mereka memutuskan untuk memilih produk pembiayan murabahah di kedua BMT tersebut.
3. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam memilih produk pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Hal ini menandakan bahwa gaya hidup anggota akan mendorong anggota melakukan keputusan memilih produk pembiayaan murabahah untuk memenuhi gaya hidupnya.
4. Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam memilih produk pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Itu menandakan bahwa sikap konsumen dalam memilih produk pembiayaan murabahah di kedua BMT tersebut bukan hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan saja, akan tetapi ada sesuatu yang lain diantaranya ada perasaan suka, keyakinan serta berharap kepada produk pembiayaan murabahah.
5. Berdasarkan pembahasan mengenai semua hasil pengujian hipotesis diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa masing-masing

variabel yang terdiri dari persepsi, gaya hidup, dan sikap mempengaruhi keputusan anggota memilih produk pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Berdasarkan penelitian ini dengan menggunakan *independent sample t test*, pengaruh variabel persepsi, gaya hidup dan sikap terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo lebih besar dari pada BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka peneliti menyampaikan saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak dalam penelitian ini. Adapun saran-saran peneliti sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Lembaga Keuangan Syariah (BMT)

   a) BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung

      Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan tambahan dalam mengambil sebuah kebijakan dalam pemasaran produk khususnya produk murabahah dalam meningkatkan profit lembaga.

   b) BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung

      Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan tambahan dalam mengambil sebuah kebijakan

dalam pemasaran produk khususnya produk murabahah dalam meningkatkan profit lembagaa.

2. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi masyarakat mengenai produk pembiayaan murabahah sebelum memutuskan untuk memilih produk pembiayaan murabahah sehingga calon anggota memiliki pertimbangan dan tambahan informasi mengenai produk produk pembiayaan murabahah.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutya diharapkan mengkaji atau meneliti lebih luas dengan menggunakan variabel yang lebih banyak lagi tentang apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah seperti faktor budaya, dan faktor lokasi.