

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan dan diolah dengan menggunakan SPSS versi 20 peneliti menemukan hasil analisisnya sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi nasabah berdasarkan kondisi demografis berpengaruh secara signifikan terhadap pemilihan produk pembiayaan di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung tahun 2015. Hasil tersebut berdasarkan indikator kondisi demografis meliputi usia, jenis kelamin, dan jenis pekerjaan. Koefisien regresi variabel kondisi demografis (X_1) sebesar 0,542 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% produk pembiayaan, maka faktor Kondisi Demografis akan meningkatkan pemilihan produk pembiayaan sebesar 0,542 atau 54,2%. Dan sebaliknya, jika faktor kondisi demografis menurun 1% maka pemilihan produk pembiayaan akan diprediksi mengalami penurunan sebesar 0,542 atau 54,2% dengan anggapan X_2 dan X_3 tetap.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi nasabah berdasarkan kondisi psikografis berpengaruh secara signifikan terhadap pemilihan produk pembiayaan di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung tahun 2015. Hasil

tersebut berdasarkan indikator kondisi psikografis meliputi kepribadian, gaya hidup, dan nilai/kepercayaan. Koefisien regresi variabel kondisi psikografis (X_2) sebesar 0,246, menyatakan bahwa setiap penambahan 1% pemilihan produk pembiayaan, maka faktor kondisi psikografis akan meningkatkan pemilihan produk pembiayaan sebesar 0,246 atau 24,6%. Dan sebaliknya, jika faktor kondisi psikografis menurun 1% maka pemilihan produk pembiayaan akan diprediksi mengalami penurunan sebesar 0,582 atau 58,2% dengan anggapan X_1 dan X_3 tetap.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi nasabah berdasarkan kondisi geografis nasabah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pemilihan produk pembiayaan di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung tahun 2015. Hasil tersebut berdasarkan indikator kondisi geografis adalah lokasi/wilayah, kondisi alam, dan lingkungan. Koefisien regresi variabel kondisi geografis (X_3) sebesar -0,022, menyatakan bahwa setiap penambahan 1% pemilihan produk pembiayaan, maka faktor kondisi geografis akan menurunkan pemilihan produk pembiayaan sebesar -0,022 atau 2,2%. Dan sebaliknya, jika variabel kondisi geografis menurun 1% maka pemilihan produk pembiayaan akan diprediksi mengalami peningkatan sebesar -0,022 atau 2,2% dengan anggapan X_1 dan X_2 tetap.
4. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa persepsi nasabah berdasarkan kondisi demografis, psikografis, dan geografis nasabah berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap pemilihan produk

pembiayaan di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung tahun 2015. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa kondisi demografis, psikografis dan geografis hanya memberikan pengaruh sebesar 34,3%. Sisanya 65,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel penelitian meliputi variable perilaku, variabel operasi, pendekatan pembelian, faktor situasional, dan karakteristik pribadi.

B. Saran-saran

Tanpa mengurangi rasa hormat kepada pihak akademik, pihak BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, dan untuk peneliti-peneliti selanjutnya, maka penulis menyampaikan saran-saran:

1. Bagi Pihak Akademik

Analisis ini merupakan temuan pertama yang dilakukan oleh peneliti dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung. Hendaknya temuan ini menjadikan referensi dan sumber keilmuan bagi pihak akademik. Karena dalam dunia perbankan semua variabel yang di angkat dalam penelitian ini menjadi penting untuk di praktikkan terkhusus untuk pengembangan dunia perbankan syariah dan koperasi syariah.

2. Bagi BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung

a. Mengidentifikasi nasabah melalui variabel segmentasi pasar seperti kondisi demografis, psikografis, dan geografis sangat penting agar dalam memberikan pelayanan dan penawaran terhadap produk pembiayaan maupun pendanaan jauh lebih efektif dan efisien tanpa

mengesampingkan kebutuhan dan keinginan dari nasabah demi kemajuan dan keberhasilan BMT Istiqomah Karangrejo menjadi BMT yang berkualitas.

3. Bagi Peneliti selanjutnya.

- a. Analisis yang menentukan dalam pemilihan produk pembiayaan tidak hanya memperhatikan variabel kondisi demografis, psikografis, dan geografis saja. Tentu masih banyak factor lain yang mempengaruhi. Oleh sebab itu, peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya menggunakan faktor lain yang belum dipakai dalam penelitian ini agar penelitian semakin berkembang.

DAFTAR RUJUKAN

- Amirullah. 2013. *Metodologi Penelitian Manajemen*. Malang: Bayumedia Publising.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ascarya. 2008. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ayu widyastuti, Ni Putu. 2006. *Pengaruh Faktor Demografi dan Lingkungan Sosial terhadap Keputusan Pembelian Produk*. Bali: Skiripsi tidak diterbitkan.
- Badan Pusat Statistik Tulugagung. 2015. *Kabupaten Tulungagung dalam Angka 2015*. Tulungagung: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung.
- Bungin, Burhan. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: kencana.
- Departemen Agama RI. 2011. *Al Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Widya Cahaya.
- Direktorat Pembiayaan Syariah. 2011. *Tanya Jawab Surat Berharga Syariah Negara (Sukuk Negara)*. Jakarta: DPS Kementerian Keuangan RI.
- Idris. 2010. *Aplikasi Model Analisis Data Kuantitatif dengan Program SPSS*. Padang: FE-UNP.
- Isgiyanto, Awal. 2009. *Teknik Pengambilan Sampel: Pada Penelitian Non-Eksperimental*. Yogyakarta: Mitra Cendekia Offset.
- Istjianto. 2005. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Karim, Adiwarman. 2004. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Kasiram, Moh.. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Yogyakarta: Sukses Offset.
- Kementrian Agama RI. 2010. *Bukhara: Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahan*. Bandung: Syamil Quran.
- Kotler, Philip kotler dan Gary Armstrong. 2002. *Prinsip – prinsip pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Martono. 2003. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Yogyakarta: Ekosnia.
- Nirwana. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa*. Malang: Dioma.
- Nur Asiyah, Binti. 2014. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Teras.
- Puguh Suharsono. 2009. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: PT. Indeks.
- Purwanto. 2011. *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rianse, Usman dan Abdi. 2012. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Rivai, Veithzal dan Arviyan Arifin. 2010. *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010.
- _____. 2010. *Islamic Banking*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Robinson. 2008. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saeed, Abdullah. 2008. *Bank Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____. 2008. *Bank Islam dan Bunga: Studi Kritis dan Interpretasi Kontemporer tentang Riba dan Bunga*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Shimp, Terence A. 2000. *Komunikasi Pemasaraan Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Sudarsono, Heri. 2003. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekosnia.

- Sugiono. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2012. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- _____, 2012. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suharso, Puguh . 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan dan Praktis*. Jakarta: PT Indeks.
- Sujianto, Agus Eko. 2009. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- _____. 2012. *Pendekatan dan Rancangan Penelitian, Populasi dan Sampel,, Variabel Penelitian, Instrumen Penelitian, Teknik Pengumpulan Data serta Analisis Data*. Modul Belajar Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah. slide 2
- Sukidin dan Mundir. 2005. *Metode Penelitian Membimbing Mengantar Kesuksesan Anda dalam Dunia Penelitian*. Surabaya: Insan Cendikia.
- Syafi'i Antonio, Muhammad. 2001. *Bank Syariah dari Teori dan Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Tanzeh,Ahmad. 2009. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Teras.
- _____. 2011. *Metodologi penelitian praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Taufiqul Hulam,2010, *Jaminan dalam transaksi akad murabahah dalam perbankan syariah*. Mimbar hukum, Volume 22 no.3 hal.35
- Tika, Papundu. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta:PT Bumi Aksara.
- Wirosa. 2005. *Jual-beli Murabahah*. Yogyakarta: UII Press.
- Fatwa DSN-MUI dalam www.dsnmui.or.id diakses tanggal 2 Mei 2015 pukul 03:00

Faundria Amri, Kharisma. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah dalam pemilihan KPR Syariah: Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia, Tbk* dalam lib.ui.ac.id/20321602-s-Kharisma-Faundria-Amri. Diakses tanggal 5 Januari 2016 pukul 03:00

Husaini, Ahmad. *Pengaruh Variable Segmentasi Psikografis Terhadap Keputusan pembelian Yamaha di Makassar*. <http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/1110/pengaruhvariabelsegmentasipsikografisterhadapkeputusanpembelianyamahamiodimakassar.pdf?sequence=1>. Diakses pada tanggal 17 Nopember 2015 pukul 00:20

Munandar, Dadang. *Analisis Penentuan Segmen, Target, dan Posisi Pasar Home Care di RSI Bandung* dalam jurnal.unikom.ac.id/vol—6-artikel-12. Diakses tanggal 5 Januari 2016 pukul 02:10

Susanto, Angga Sandy. *Membuat Segmentasi Berdasarkan Gaya Hidup* dalam http://lp3m.asia.ac.id/wp-content/uploads/2013/08/Angga-Sandy_Membuat-segmentasi-berdasarkan-Gaya-Hidup-Life-Style.pdf . diakses pada tanggal 17 Nopember 2015 pukul 00:15

Yahya. *Pengaruh Variabel Demografis Konsumen Terhadap Keputusan Pemilihan Produk*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya dalam journal.stiesia.ac.id. Diakses tanggal 5 Januari 2016 pukul 02:00

www.tulungagungkab.bps.go.id