

## BAB V

### SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Simpulan

Simpulan dari penelitian ini yaitu diperoleh dari hasil pengujian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, berikut merupakan kesimpulan yang didasarkan pada pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian mengenai persepsi kontrol perilaku, tingkat harga, tingkat promosi, religiositas dan minat nasabah tabungan haji pada produk pembiayaan cicil emas dapat disimpulkan sebagai berikut:
  - a. Persepsi kontrol perilaku berada pada kategori sangat tinggi, hal ini menunjukkan bahwa nasabah tabungan haji memiliki persepsi kontrol perilaku yang sangat baik terkait kemampuan materi (keuangan) dan pengetahuan investasi jangka panjang khususnya pada produk pembiayaan cicil emas.
  - b. Tingkat harga berada pada kategori sangat tinggi, hal ini menunjukkan bahwa nasabah tabungan haji memiliki pemahaman yang sangat baik mengenai keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat produk, dan daya saing produk dibandingkan produk sejenis di tempat pembiayaan lain.
  - c. Tingkat promosi berada pada kategori sangat tinggi, hal ini menunjukkan bahwa responden merasa promosi yang dilakukan BSI sangat baik terkait periklanan produk, penjualan personal, kualitas penyampaian pesan yang disampaikan dalam promosi dan waktu promosi yang dilakukan sudah tepat.
  - d. Religiositas berada pada kategori sangat tinggi, hal ini menunjukkan bahwa nasabah tabungan haji memiliki religiositas sangat baik terhadap tindakan positif yang dianjurkan oleh Allah Swt, tindakan negatif yang dilarang oleh agama, keterlibatan dalam ibadah kepada Tuhan dan pengalaman keagamaan.
  - e. Minat nasabah berada pada kategori sangat tinggi, hal ini menunjukkan bahwa nasabah tabungan haji memiliki ketertarikan yang sangat tinggi

untuk mengajukan pembiayaan cicil emas dalam waktu dekat dan bersedia merekomendasikan produk cicil emas kepada orang lain.

2. Persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah tabungan haji BSI pada pembiayaan cicil emas. Hal ini disebabkan bahwa persepsi kontrol perilaku ditentukan oleh keinginan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dominan responden merasakan bahwa menggunakan produk pembiayaan cicil emas merupakan sesuatu yang bermanfaat baginya karena dapat menjadi upaya nasabah tabungan haji untuk menjadi perencanaan keuangannya mempersiapkan biaya haji, sehingga dengan kontrol perilaku yang tinggi akan mendorong minat responden untuk menggunakan pembiayaan cicil emas.
3. Tingkat harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah tabungan haji BSI pada produk pembiayaan cicil emas. Hal ini disebabkan ketika harga emas naik jumlah nasabah cenderung meningkat dan nasabah yang ingin menggunakan cicil emas cenderung dengan nominal yang lebih besar dibandingkan ketika harga emas turun. Tingkat harga yang sesuai dengan nilai produk dapat menjadi salah satu faktor utama dalam mempengaruhi minat pembelian konsumen.
4. Tingkat promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah tabungan haji BSI pada produk pembiayaan cicil emas. Hal ini disebabkan semakin baik strategi promosi yang dilakukan perbankan syariah nasabah akan mendapatkan informasi yang jelas mengenai produk tersebut, maka semakin tinggi juga minat nasabah tabungan haji pada pembiayaan cicil emas.
5. Religiositas sebagai variabel moderator menunjukkan bahwa religiositas tidak dapat memoderasi pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap minat nasabah tabungan haji BSI pada pembiayaan cicil emas. Hal tersebut diduga karena seseorang akan bertindak dengan kontrol perilakunya sendiri tanpa diperkuat atau diperlemah oleh tingkat religiositas yang dimilikinya.
6. Religiositas sebagai variabel moderator menunjukkan bahwa religiositas tidak dapat memoderasi pengaruh tingkat harga terhadap minat nasabah

tabungan haji BSI pada pembiayaan cicil emas. Hal tersebut diduga karena seseorang dalam menilai atau mempertimbangkan suatu tingkat harga dan dapat membentuk minat nasabah pada pembiayaan cicil emas tanpa diperkuat atau diperlemah dengan adanya religiositas yang dimiliki.

7. Religiositas sebagai variabel moderator menunjukkan bahwa religiositas dapat memoderasi pengaruh tingkat promosi terhadap minat nasabah tabungan haji BSI pada pembiayaan cicil emas. Hal tersebut diduga karena seseorang dapat menimbulkan minat pada pembiayaan cicil emas berdasarkan tingkat promosi yang dilakukan oleh BSI dapat diperkuat dengan adanya religiositas yang dimiliki.

## 5.2 Implikasi dan Rekomendasi

Implikasi dari hasil penelitian ini apabila ditinjau dari segi teoritis penelitian ini mendukung teori perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2018) menyatakan bahwa perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Pada faktor eksternal pada penelitian ini ada stimulus pemasaran yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) dan tempat (*place*) yang disingkat menjadi 4P dan disebut bauran pemasaran. Dalam hal ini tingkat promosi dan harga termasuk pada faktor eksternal dalam bauran pemasaran yang dapat menarik perspektif konsumen untuk menimbulkan minat nasabah. Sedangkan pada variabel persepsi kontrol perilaku mengenai persepsi mengenai kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu tindakan sesuai dengan *theory planned behaviour* dari Icek Ajzen (1991) yang menjelaskan bahwa persepsi kontrol perilaku mempengaruhi minat seseorang dalam melakukan sesuatu. Selanjutnya religiositas sebagai variabel moderator termasuk ke dalam faktor internal dari perilaku konsumen. Penelitian yang dilakukan pada produk pembiayaan cicil emas tentunya mempunyai implikasi dalam perbankan syariah di Indonesia. Maka dari itu, implikasi dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Implikasi teoritis dari hasil penelitian ini adalah bahwa penelitian mengenai nasabah tabungan haji BSI pada pembiayaan cicil emas masih jarang untuk diteliti. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan pemahaman terkait investasi jangka panjang yang mudah dan memiliki manfaat yang besar untuk masa

depan. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan yang ada dan memperkaya wawasan mengenai produk pembiayaan syariah yang sesuai dengan prinsip-prinsip islam dalam bidang perbankan syariah khususnya pada produk pembiayaan cicil emas Bank Syariah Indonesia.

## 2. Implikasi Praktis

- a. Dalam aspek praktis, diharapkan bahwa penelitian ini dapat berfungsi sebagai referensi untuk penelitian mendatang dan memberikan suatu pandangan yang lebih jelas mengenai dampak pada variabel persepsi kontrol perilaku, tingkat harga, tingkat promosi, religiositas terhadap minat nasabah tabungan haji BSI pada pembiayaan cicil emas. Sehingga diharapkan dapat memberikan panduan dan informasi yang berharga bagi penelitian selanjutnya.
- b. Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dijelaskan, bahwa variabel persepsi kontrol perilaku perlu ditingkatkan terlebih dahulu karena pengaruhnya lebih tinggi dibandingkan variabel lainnya untuk meningkatkan minat nasabah tabungan haji. Selanjutnya variabel tingkat promosi, tingkat harga, dan religiositas juga memiliki peranan penting dalam penentuan untuk membentuk minat nasabah tabungan haji BSI pada pembiayaan cicil emas. Hal tersebut menunjukkan bahwa minat nasabah adalah proses multifactor dan dapat dipengaruhi oleh berbagai variabel yang saling terikat. Maka dari itu, Bank Syariah Indonesia yang berkepentingan perlu untuk melakukan upaya agar dapat meningkatkan minat nasabah tabungan haji BSI pada pembiayaan cicil emas. Upaya yang dapat dilakukan antara lain yaitu:
  1. Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat terkait produk pembiayaan di Bank Syariah Indonesia salah satunya dengan menjelaskan kemudahan dan manfaat yang diberikan dalam transaksi pembiayaan cicil emas.
  2. Melakukan upaya penyesuaian harga dengan kualitas produk dan manfaat yang terbaik, namun tetap memberikan penetapan harga yang dapat dijangkau oleh kemampuan finansial rata-rata karakteristik konsumen dan memiliki daya saing yang sepadan.
  3. Membuat strategi promosi yang sesuai dengan karakteristik konsumen baik itu mengoptimalkan iklan produk cicil emas melalui media sosial,

media masa, media cetak, maupun penjualan personal di kantor-kantor BSI dan membuat seminar atau *event* edukasi mengenai keuntungan investasi melalui pembiayaan cicil emas. Dikarenakan beberapa konsumen sebenarnya cukup tertarik dengan produk cicil emas, akan tetapi karena minimnya tingkat promosi yang dilakukan membuat masyarakat banyak yang tidak mengetahui detail produk tersebut.

3. Bagi lembaga dan organisasi yang mendorong perkembangan ekonomi syariah, seperti KNEKS, MES dan lainnya dapat terus mengajak masyarakat agar menggunakan produk dan layanan berbasis syariah terutama pada produk perbankan syariah.
4. Bagi peneliti selanjutnya:
  - a. Melakukan penelitian analisis komparatif terhadap minat nasabah tabungan haji terhadap produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia dan lembaga keuangan syariah lainnya
  - b. Mengembangkan pilihan variabel penelitian lain yang memungkinkan berpengaruh terhadap minat nasabah, seperti tingkat margin, pengetahuan, citra merek, kualitas produk, dan lain sebagainya yang tidak diteliti dalam kajian ini guna mendapatkan hasil yang lebih baik lagi.
  - c. Mempertimbangkan penggunaan indikator yang lebih tepat seperti menggunakan format pertanyaan pada variabel religiositas agar lebih terukur.
  - d. Menambahkan serta memperluas wilayah populasi penelitian dan jumlah responden yang diikutsertakan dalam penelitian.

Adapun beberapa kelemahan dan keterbatasan yang dihadapi oleh penulis, di antaranya sebagai berikut:

1. Variabel pada penelitian ini masih terbatas, yaitu empat variabel yang digunakan belum sepenuhnya dapat menjadi variabel yang berpengaruh terhadap minat nasabah tabungan haji BSI pada pembiayaan cicil emas. Maka untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan tambahan variabel lain berdasarkan rekomendasi di atas.

2. Lingkup wilayah penelitian yang masih terbatas, yakni wilayah Bandung Raya. Maka untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji wilayah lainnya, atau secara lebih luas baik itu Jawa Barat atau Indonesia.
3. Pembiayaan cicil emas tidak hanya dibutuhkan untuk nasabah tabungan haji, tetapi untuk masyarakat lainnya secara umum. Penulis memfokuskan pada subjek karena dikomparasikan dengan adanya masalah pada nasabah tabungan haji. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya dapat memperluas subjek penelitian dalam meneliti minat atau keputusan menggunakan cicil emas BSI.