

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *personal selling* terhadap keputusan nasabah dalam pembelian produk pembiayaan murabahah warung mikro pada Bank Syariah Mandiri KCP Wirobrajan, dengan mengambil sampel 60 nasabah pembiayaan murabahah warung mikro sebagai responden. Penelitian dilakukan karena dalam suatu lembaga keuangan seperti Bank Umum Syariah dibutuhkan seorang tenaga penjual yang baik dalam menawarkan produk khususnya produk pembiayaan, karena tingkat resiko likuiditas sebuah bank dapat dilihat dari *funding* dan *landing* dari bank itu sendiri, apabila dana yang terkumpul di bank tersebut terlalu banyak karena kesulitan untuk menyalurkan dana tersebut maka resiko likuiditas yang akan dihadapi oleh sebuah bank akan besar pula. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang pengaruh *personal selling* terhadap keputusan nasabah dalam pembelian produk pembiayaan murabahah warung mikro pada Bank Syariah Mandiri KCP Wirobrajan khususnya dalam pembelian murabahah warung mikro. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *prospecting, pre approach, approach, presentation and demonstration, handling objection, closing, follow up and maintenance*.

Kemudian variabel dependen dalam penelitian ini adalah pembelian murabahah warung mikro.

Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan didukung dengan wawancara dan dokumentasi. Alat analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda. Setelah peneliti melakukan penelitian dengan menyebar kuesioner, melakukan wawancara, dan selanjutnya olah data. Peneliti memperoleh kesimpulan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *prospecting* terhadap pembelian murabahah warung mikro pada Bank Syariah Mandiri KCP Wirobrajan. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil regresi linier berganda yang menunjukkan nilai signifikansi (sig.) sebesar 0,045. Besarnya pengaruh dimensi *prospecting* memiliki kontribusi sebesar 0,119 yang merupakan koefisien β_1 , yang menunjukkan *prospecting* berdampak positif.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *pre approach* terhadap pengaruh *personal selling* terhadap keputusan nasabah dalam pembelian produk pembiayaan murabahah warung mikro pada Bank Syariah Mandiri KCP Wirobrajan. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil regresi linier berganda yang menunjukkan nilai signifikansi (sig.) sebesar 0,047. Besarnya pengaruh dimensi *pre approach* memiliki kontribusi

sebesar 0,124 yang merupakan koefisien β_2 , yang menunjukkan *pre approach* berdampak positif.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *approach* terhadap pengaruh *personal selling* terhadap keputusan nasabah dalam pembelian produk pembiayaan murabahah warung mikro pada Bank Syariah Mandiri KCP Wirobrajan. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil regresi linier berganda yang menunjukkan nilai signifikansi (sig.) sebesar 0,041. Besarnya pengaruh dimensi *approach* memiliki kontribusi sebesar 0,202 yang merupakan koefisien β_3 , yang menunjukkan *approach* berdampak positif.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *presentation and demonstration* terhadap pengaruh *personal selling* terhadap keputusan nasabah dalam pembelian produk pembiayaan murabahah warung mikro pada Bank Syariah Mandiri KCP Wirobrajan. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil regresi linier berganda yang menunjukkan nilai signifikansi (sig.) sebesar 0,044. Besarnya pengaruh dimensi *presentation and demonstration* memiliki kontribusi sebesar 0,146 yang merupakan koefisien β_4 , yang menunjukkan *presentation and demonstration* berdampak positif.
5. Variabel *handling objection* berpengaruh terhadap pengaruh *personal selling* terhadap keputusan nasabah dalam pembelian produk pembiayaan murabahah warung mikro pada Bank Syariah Mandiri KCP Wirobrajan.

Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil regresi linier berganda yang menunjukkan nilai signifikansi (sig.) sebesar 0,021. Besarnya pengaruh dimensi *handling objection* memiliki kontribusi sebesar 0,149 yang merupakan koefisien β_5 , yang menunjukkan *handling objection* menunjukkan kontribusi yang signifikan.

6. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *closing* terhadap pengaruh *personal selling* terhadap keputusan nasabah dalam pembelian produk pembiayaan murabahah warung mikro pada Bank Syariah Mandiri KCP Wirobrajan. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil regresi linier berganda yang menunjukkan nilai signifikansi (sig.) sebesar 0,017. Besarnya pengaruh dimensi *closing* memiliki kontribusi sebesar 0,187 yang merupakan koefisien β_6 , yang menunjukkan *closing* berdampak positif.
7. Variabel *follow up and maintenance* berpengaruh terhadap pengaruh *personal selling* terhadap keputusan nasabah dalam pembelian produk pembiayaan murabahah warung mikro pada Bank Syariah Mandiri KCP Wirobrajan. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil regresi linier berganda yang menunjukkan nilai signifikansi (sig.) sebesar 0,031. Besarnya pengaruh dimensi *follow up and maintenance* memiliki kontribusi sebesar 0,162 yang merupakan koefisien β_7 , yang menunjukkan *follow up and maintenance* menunjukkan kontribusi yang signifikan.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan penelitian antara lain:

1. Jumlah *sample* yang diambil pada penelitian ini hanya terbatas pada 60 orang nasabah saja, dikarenakan nasabah pembiayaan Bank Syariah Mandiri ada yang sudah selesai perihal pembiayaan dan pindah keluar kota.
2. Data yang didapatkan dari bank hanya sedikit, dikarenakan banyak kerahasiaan mengenai informasi nasabah yang harus dijaga oleh pihak bank.

C. Saran

1. Bagi pihak Bank Syariah Mandiri KCP Wirobrajan diharapkan lebih memperhatikan tenaga *personal selling* dalam hal komunikasi yang perlu ditingkatkan dan penyesuaian bahasa dengan setiap nasabahnya. Selain itu *personal selling* dapat meningkatkan penjualan produk yang ditawarkan, sehingga mampu meningkatkan nasabah untuk melakukan pembelian berulang.
2. Bagi pihak Bank Syariah Mandiri KCP Wirobrajan diharapkan mampu untuk mendukung fasilitas khususnya pada alat transportasi yang digunakan tenaga *marketing* untuk meningkatkan kinerja tenaga *personal selling* itu sendiri.