

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian maupun pembahasan maka kesimpulan pada penelitian adalah sebagai berikut :

1. Pengetahuan berpengaruh secara positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Tanjung. Hal ini ditunjukkan hasil koefisien regresi persamaan 0,252 artinya hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel pengetahuan terhadap keputusan pembelian nasabah cicil emas adalah positif, yaitu jika ada peningkatan pengetahuan juga akan meningkatkan keputusan pembelian nasabah cicil emas sebesar 25,2% setiap kali terjadi peningkatan. Dan hasil uji hipotesis (uji T) diperoleh nilai Sig.(0,03) < (0,05) maka H_0 ditolak sehingga pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Kantor Cabang Tanjung.
2. Pendapatan berpengaruh secara positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Tanjung. Hal ini ditunjukkan hasil koefisien regresi persamaan 0,319 artinya hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel pendapatan terhadap keputusan pembelian nasabah cicil emas adalah positif, yaitu jika ada peningkatan pendapatan juga akan meningkatkan keputusan pembelian nasabah cicil emas sebesar 31,9% setiap kali terjadi peningkatan. Dan hasil

uji hipotesis (uji T) diperoleh nilai Sig.(0,014) < (0,05) maka H_0 ditolak sehingga pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Kantor Cabang Tanjung.

3. Harga emas tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Tanjung. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji hipotesis (uji T) diperoleh nilai Sig.(0,175) > (0,05) maka H_0 diterima sehingga harga emas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian nasabah cicil emas. Namun, hasil koefisien regresi persamaan 0,235 artinya hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel harga emas terhadap keputusan pembelian nasabah cicil emas adalah positif, yaitu jika ada peningkatan harga emas juga akan meningkatkan keputusan pembelian nasabah cicil emas sebesar 23,5% setiap kali terjadi peningkatan.
4. Nilai margin berpengaruh secara positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Tanjung. Hal ini ditunjukkan hasil koefisien regresi persamaan 0,343 artinya hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel nilai margin terhadap keputusan pembelian nasabah cicil emas adalah positif, yaitu jika ada peningkatan nilai margin juga akan meningkatkan keputusan pembelian nasabah cicil emas sebesar 34,3% setiap kali terjadi peningkatan. Dan hasil uji hipotesis (uji T) diperoleh nilai Sig.(0,022) < (0,05) maka H_0 ditolak sehingga nilai margin berpengaruh signifikan

terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Kantor Cabang Tanjung.

5. Variabel pengetahuan, pendapatan, harga emas, dan nilai margin secara bersamaan diketahui nilai koefisien signifikan adalah ($<$) $0,000 < 0,05$, serta nilai F_{hitung} sebesar 29,658, melebihi nilai F_{tabel} yakni 2,48. Ini mengindikasikan bahwa keempat variabel bebas tersebut secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Kantor Cabang Tanjung. Oleh karena itu, hipotesis H_a diterima, sedangkan hipotesis H_0 ditolak.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh pengetahuan, pendapatan, harga emas dan nilai margin terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Tanjung, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan konstruktif bagi berbagai pihak, sebagai berikut:

1. Bagi PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Tanjung
 - a. Peningkatan Literasi Produk

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Oleh karena itu, pihak BSI disarankan untuk terus meningkatkan kegiatan edukasi mengenai produk cicil emas, baik melalui penyuluhan

langsung, media digital, maupun layanan informasi terintegrasi agar pemahaman nasabah terhadap produk dapat meningkat dan mendorong keputusan pembelian.

b. Segmentasi dan Penawaran

Berdasarkan Pendapatan Variabel pendapatan juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien 0,335 dan signifikansi 0,006. Oleh karena itu, strategi penawaran produk sebaiknya disesuaikan dengan segmen pendapatan nasabah, termasuk menyediakan pilihan tenor dan besaran cicilan yang fleksibel agar lebih sesuai dengan kemampuan finansial masing-masing segmen nasabah.

c. Evaluasi dan Transparansi Nilai Margin

Nilai margin terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (koefisien 0,327; signifikansi 0,017). Oleh karena itu, bank disarankan untuk terus menjaga tingkat margin pada level yang kompetitif, serta menyampaikan informasi terkait margin secara transparan dan mudah dipahami oleh nasabah.

d. Optimalisasi Strategi Komunikasi Terkait Harga Emas

Meskipun variabel harga emas tidak berpengaruh signifikan secara parsial (signifikansi 0,209), namun nilai koefisien regresi menunjukkan arah pengaruh positif sebesar 0,197. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi nasabah terhadap harga tetap memiliki nilai strategis. Maka dari itu, penyampaian informasi yang berkala dan akurat

mengenai fluktuasi harga emas tetap perlu dioptimalkan agar nasabah merasa lebih percaya diri dalam mengambil keputusan investasi.

2. Bagi Nasabah dan Calon Nasabah

Nasabah diharapkan lebih proaktif dalam mencari dan memahami informasi tentang produk cicil emas, khususnya terkait margin, manfaat investasi, serta risiko yang menyertainya. Pengetahuan yang baik akan mendukung pengambilan keputusan yang rasional dan sesuai dengan kondisi keuangan pribadi. Selain itu, memahami struktur margin dan mekanisme cicilan akan membantu nasabah dalam merencanakan investasi secara lebih optimal.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini terbatas pada empat variabel independen dan hanya dilakukan pada satu cabang bank. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk:

- a. Menambahkan variabel lain seperti promosi, pelayanan nasabah, atau persepsi risiko untuk melihat faktor-faktor tambahan yang mempengaruhi keputusan nasabah.
- b. Melakukan pendekatan penelitian di beberapa cabang atau wilayah berbeda untuk memperluas generalisasi hasil penelitian.
- c. Menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif (mixed method) agar diperoleh pemahaman yang lebih mendalam, khususnya terkait motivasi dan preferensi nasabah dalam memilih produk cicil emas