BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uji F dalam penelitian diatas diketahui bahwa nilai signifikansi diketahui nilai sig. adalah sebesar 0.000. Karena nilai sig. 0.000<0.05 sehingga berdasarkan dasar pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa variabel minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembiayaan *murabahah.*Sementara uji t yang digunakan untuk mengetahui pengaruh indikator minat terhadap pembiayaan *murabahah,* dengan melakukan uji masing-masing pada indikator maka di dapatkan:

1. Nilai koefisien persepsi ketertarikan untuk variabel X1 sebesar -2.082 dengan demikian setiap peningkatan variabel persepsi pelayanan sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain tetap maka akan meningkatkan minat dalam pembiayaan *murabahah* sebesar -2.082 satuan. Indikator ketertarikan secara statistik menunjukan hasil yang signfikan pada nilai lebih dari α (-2.082 <0.05). Sedang nilai t hitung persepsi pelayanan =-2.082 dan t tabel=1.660 (df (n-k) 100-2= 98, α=0.05, sehingga t hitung< ttabel(-2.082 <1.660). Maka H0 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi ketertarikan secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah dalam pembiayaan.
2. Nilai koefisien persepsi keinginan untuk variabel X sebesar 0.667. Dengan demikian setiap peningkatan variabel persepsi keinginan sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain tetap akan meningkatkan minat dalam

pembiayaan *murabahah* sebesar 0.667 satuan. Persepsi keinginan secara statistikmenunjukkan hasil yang tidak signifikan pada nilai lebih besar dari α (0.667>0.05). sedangkan nilai t hitung = 0.667 dan t tabel= 1.660 (df (n-k) 100-2=98, α=0.05, sehingga t hitung< t tabel(0.667>1.677). Maka H0 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi keinginan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam pembiayaan *murabahah.*

3. Nilai koefisien persepsi transparansi untuk variabel X sebesar -3.007. Dengan demikian setiap peningkatan variabel persepsi keyakinan sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain tetap akan meningkatkan minat dalam pembiayaan *murabahah* sebesar -3.007 satuan.Persepsi keyakinan secara statistik menunjukkan hasil yang tidak signifikan pada nilai lebih besar dari α (-3.007<0.05). sedangkan nilai t hitung = -3.007 dan t tabel= 1.660 (df (n-k) 100-3=48, α=0.05, sehingga t hitung< t tabel(-3.007<1.660). Maka H0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi keyakinan secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam pembiayaan *murabahah.*

Sementara berdasarkan uji nilai koefisien determinasi atau R square adalah sebesar 0.507 atau sama dengan 50%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel minat nasabah secara simultan berpengaruh terhadap variabel pembiayaan sebesar 50%. Sedangkan sisanya (100%-50%=50%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi semua nasabah ataupun calon nasabah pembiayaan kenalilah secara detail mengenai pembiayaan yang akan diajukan.
2. Bagi perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik untuk mempertahankan loyalitas nasabah.
3. Untuk akademisi diharapkan bisa dijadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Perbankan Syariah.

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KENDARI