

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dalam penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM), yang bertujuan untuk mengkaji pengaruh variabel independen yaitu pengetahuan investasi dan persepsi keuntungan, terhadap variabel dependen berupa keputusan nasabah dalam menggunakan produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Tangerang Balaraja dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengetahuan investasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Tangerang Balaraja. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-statistik sebesar $5,298 > 1,96$ dan nilai *p-value* sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis H0 ditolak dan hipotesis H1 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan investasi yang dimiliki nasabah maka semakin besar pula keyakinan mereka dalam mengambil keputusan yang tepat dan selektif terhadap produk investasi. Pengetahuan yang memadai membuat nasabah lebih mampu memahami manfaat risiko serta mekanisme produksi emas sehingga meningkatkan kecenderungan mereka untuk membeli produk tersebut sebagai alternatif investasi yang menguntungkan dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
2. Persepsi keuntungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Tangerang Balaraja. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-statistik sebesar $2,555 > 1,96$ dan nilai *p-value* sebesar $0,011 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis H0 ditolak dan hipotesis H2 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah terhadap potensi

keuntungan yang diperoleh dari produk investasi cicil emas, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk memutuskan memilih produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak keterbatasan. Oleh karena itu, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan juga acuan dalam menjalankan penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Bagi perusahaan

Bagi Bank Syariah Indonesia diharapkan untuk terus mengoptimalkan strategi pemasaran produk cicil emas dengan mengadakan kampanye edukasi terkait strategi investasi emas yang efektif serta pentingnya membeli emas pada waktu yang tepat. Selain itu, BSI juga disarankan untuk lebih menonjolkan nilai tambah dan keuntungan yang ditawarkan pada produk cicil emas. Sehingga akan menarik nasabah untuk memutuskan membeli emas dan produk lainnya di Bank Syariah Indonesia. Nasabah juga diharapkan dapat lebih memahami manfaat produk cicil emas sebagai instrumen investasi yang tidak hanya aman, tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat melanjutkan penelitian dengan menggunakan lebih banyak faktor dalam penelitian ini yang mempengaruhi keputusan menggunakan produk cicil emas. Meskipun variabel pengetahuan investasi dan persepsi keuntungan memberikan pengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah sebesar 57,3%, namun hasil menunjukkan tergolong sedang. Sehingga peneliti menyarankan menambahkan variabel yang tidak ada dalam penelitian ini. Ukuran sampel yang lebih besar dapat digunakan

dalam penelitian selanjutnya. Selain itu cakupan penelitian juga sebaiknya diperluas, tidak terbatas pada satu wilayah atau cabang bank syariah.