

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti tentang pengaruh *Attitude Toward Behavior* (X1), *Subjective Norm* (X2) dan *Perceived Behavioral Control* (X3) terhadap *Intention to Purchase* (Y) Produk Tabur Puja, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut;

1. *Attitude Toward Behavior* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Intention to Purchase* pada Produk Tabur Puja. Pada Prakteknya di KPRI Kencana BKKBN Kab. Solok - Unit Tabur Puja, Pengaruh *Attitude Toward Behavior* (Sikap) terhadap niat menjadi anggota peminjam Tabur Puja adalah sebuah faktor yang penting yang harus diperhatikan oleh Perusahaan. Hal tersebut dapat digambarkan oleh beberapa pernyataan yang terdapat dalam penelitian yang memiliki nilai pengaruh yang cukup kuat seperti; Masyarakat akan lebih memilih produk Tabur Puja jika mereka mempunyai kemampuan dan kesempatan. Selanjutnya Masyarakat menilai bahwa menjadi anggota peminjam Tabur Puja merupakan suatu hal yang menarik bagi mereka.
2. *Subjective Norm* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Intention to Purchase* pada Produk Tabur Puja. Pada Prakteknya di KPRI Kencana BKKBN Kab. Solok - Unit Tabur Puja, Pengaruh *Subjective Norm* (Norma Subjektif) terhadap niat menjadi anggota peminjam Tabur Puja digambarkan dengan baik melalui pernyataan-pernyataan dalam penelitian ini. Ini dibuktikan dengan setiap indikator pernyataan memiliki nilai yang baik dalam menggambarkan hubungan Norma Subjektif dengan Niat Menjadi

Anggota Produk Tabur Puja. Pernyataan yang dinilai paling tinggi menggambarkan hubungan tersebut adalah tentang masyarakat menilai bahwa orang-orang penting yang berada dilingkungan mereka berpikir bahwa mereka sebaiknya menjadi anggota peminjam produk Tabur Puja.

3. *Perceived Behavior Control* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Intention to Purchase* pada Produk Tabur Puja. Pada Prakteknya di KPRI Kencana BKKBN Kab. Solok - Unit Tabur Puja, Pengaruh *Perceived Behavioral Control* (Kontrol Perilaku) terhadap niat menjadi anggota peminjam Tabur Puja digambarkan dengan lima indikator pernyataan yang memiliki nilai bervariasi. Hubungan yang menggambarkan kedua variabel tersebut memiliki nilai tertinggi pada pernyataan “jika saya ingin, saya bisa dengan mudah menjadi anggota peminjam produk Tabur Puja”. Ini membuktikan bahwa masyarakat bisa dengan mudah meminjam produk Tabur Puja disaat mereka memiliki keinginan untuk keperluan modal usaha.

5.2 Implikasi

Temuan dalam penelitian ini mempunyai beberapa implikasi penting bagi perusahaan untuk meningkatkan pemahaman tentang pentingnya mengetahui dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi Niat Beli produk Tabur Puja (Niat Menjadi Anggota Peminjam Tabur Puja) sehingga perusahaan dapat mengembangkan program dan strategi terbaik dalam bersaing. Dengan adanya hal ini diharapkan dapat mencapai tujuan perusahaan. Implikasi dari masing-masing variabel dapat kita lihat sebagai berikut:

1. Variabel *Attitude Toward Behavior* dalam penelitian ini menggambarkan bahwa Sikap seseorang mempengaruhi tindakannya dalam berniat untuk

menjadi anggota Peminjam produk Tabur Puja. Kedepannya perusahaan harus memperhatikan variabel ini dalam membuat kebijakan-kebijakan perusahaan terkait Pertimbangan Konsumen untuk memilih produk perusahaan. Dari hasil penelitian juga ditemukan beberapa indikator yang harus ditingkatkan oleh perusahaan karena memiliki nilai yang tidak terlalu tinggi, seperti pada pernyataan “merupakan sebuah keinginan bagi saya untuk menjadi anggota Peminjam Produk Tabur Puja”, penelitian menunjukkan pernyataan tersebut menggambarkan bahwa perusahaan belum mampu mengakomodir keinginan anggota untuk meminjam produk Tabur Puja. Ini bisa saja diakibatkan oleh strategi perusahaan yang belum intens dalam menggarap hal tersebut atau juga bisa disebabkan karena adanya alternatif produk pinjaman lain yang lebih menarik dan dapat memunculkan keinginan anggota.

2. Variabel *Subjective Norm* dalam penelitian ini menggambarkan bahwa Lingkungan seseorang mempengaruhi tindakannya dalam berniat untuk menjadi anggota Peminjam produk Tabur Puja. Kedepannya perusahaan harus memperhatikan variabel Lingkungan Konsumen dalam membuat kebijakan-kebijakan perusahaan terkait Pertimbangan Konsumen untuk memilih produk perusahaan maupun kegiatan promosi.
3. Variabel *Perceived Behavioral Control* dalam penelitian ini menggambarkan bahwa Persepsi Kontrol Peilaku seseorang mempengaruhi tindakannya dalam berniat untuk menjadi anggota Peminjam produk Tabur Puja. Kedepannya perusahaan harus memperhatikan variabel ini dalam membuat kebijakan-kebijakan perusahaan. Namun juga terdapat pernyataan yang memiliki nilai yang tidak terlalu tinggi pada hubungan variabel ini,

yaitu pada pernyataan “bagi saya menjadi anggota peminjam Tabur Puja akan sangat muda”. Pernyataan tersebut menjadi pernyataan dengan nilai paling rendah dibanding pernyataan lain. Hal menggambarkan untuk menjadi anggota peminjam Tabur Puja tidak terlalu mudah karena dirasa anggota memiliki banyak alternatif tempat meminjam modal dimasyarakat sehingga mereka perlu melakukan beberapa pertimbangan-pertimbangan untuk melakukan pilihan tersebut. Hal yang paling mempengaruhi seperti adanya rentenir di masyarakat yang dapat memberikan keuntungan dalam hal kecepatan waktu pencairan, dimana jika kita meminjam sekarang maka akan bisa pinjaman tersebut dicairkan sekarang, ini tentu berbeda dengan Tabur Puja yang memerlukan waktu dalam proses pencairan suatu kredit.

5.3 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini masih jauh dari sempurna sehingga masih butuh penelitian tambahan yang berkelanjutan, lebih terarah dan lebih luas dari penelitian ini sehingga kekurangan dan kelemahan yang muncul dalam penelitian ini dapat diperbaiki serta disempurnakan. Saran yang dapat diberikan sebagai alternatif dari penelitian ini dimasa yang akan datang adalah bahwa pada penelitian mendatang dapat dilakukan penambahan variasi variabel mengingat masih banyak hal yang dapat mengungkap niat beli seseorang.