

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh promosi dan diferensiasi citra terhadap minat masyarakat menjadi muzakki pada Rumah Zakat Indonesia Cabang Semarang, maka dapat ditarik kesimpulan dari hasil penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel Promosi (X1) Hasil uji empiris pengaruh antara promosi terhadap minat masyarakat menjadi *muzakki* menunjukkan nilai $t_{hitung} = 3,931$ dan p value (Sig) sebesar 0,000 yang di bawah alpha 5%. Artinya bahwa promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi muzakki. Hasil penelitian menunjukkan menolak H_0 dan menerima H_1 yang menyatakan “Ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap minat masyarakat menjadi muzakki”.
2. Variabel Diferensiasi Citra (X2) Hasil uji empiris pengaruh antara diferensiasi citra terhadap minat masyarakat menjadi *muzakki* menunjukkan nilai $t_{hitung} = 2,838$ dan p value (Sig) sebesar 0.006 yang di bawah alpha 5%. Artinya bahwa diferensiasi citra berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi muzakki. Hasil penelitian menunjukkan menolak H_0 dan menerima H_2 yang menyatakan “Ada pengaruh yang signifikan antara diferensiasi citra terhadap minat masyarakat menjadi muzakki”.

3. Variable promosi (X1) dan diferensiasi citra (x2) Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji signifikansi secara simultan menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 24,682 dengan tingkat probabilitas sebesar 0,000 ; karena probabilitas lebih kecil dari 0.05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi bahwa promosi dan diferensiasi citra secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi muzakki, yang berarti menerima hipotesa (H₃). Dari hasil analisis regresi berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 0,135 + 0,196X_1 + 0,208X_2$

5.2 Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Promosi yang dilakukan harus ditingkatkan baik melalui spanduk, brosur, koran, majalah, TV, radio atau website, agar masyarakat lebih mengenal produk – produk Rumah Zakat Indonesia Cabang Semarang.
2. Produk – produk yang menjadi andalan harus ditingkatkan lagi pelayanannya agar masyarakat lebih memilih Rumah Zakat Indonesia Cabang Semarang sebagai lembaga penyalur zakat yang handal dan mampu bersaing dengan lembaga serupa yang lain.

3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya untuk bidang yang sama.
4. Penelitian selanjutnya, hendaknya memilih indikator dan konstruk yang lebih banyak dan bervariasi disesuaikan dengan situasi, kondisi, budaya dan religiusitasnya pada obyek penelitian yang bersangkutan.

5.3 Penutup

Alhamdulillah, segala puja dan puji milik Allah SWT semata. Teriring panjat syukur kepada Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Kekurangan dan kekhilafan sebagai manusia, menyadarkan penulis akan kekurang sempurnaan skripsi ini. Oleh karena itu, tegur sapa dan saran kritik yang konstruktif sangat penulis harapkan.

Sebagai akhir kata, terbesit harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca budiman pada umumnya, dan khususnya bagi penulis sendiri di masa-masa yang akan datang. *Amin Yaa Rabbal 'Alamin*.