

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel *brand image*, *perceived risk* dan *perceived value* berpengaruh terhadap keputusan mitra dalam memilih MLM Syariah studi pada Mitra Paytren Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis jawaban dari 40 responden dengan metode kuantitatif deskriptif. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS versi 22. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat dibuat kesimpulan sebagaimana berikut :

- a) Variabel *brand image* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan mitra dalam memilih MLM Syariah studi pada Mitra Paytren Yogyakarta. Jadi semakin tinggi *brand image* tidak diikuti dengan semakin tinggi pula tingkat pengambilan keputusan mitra dalam memilih MLM syariah studi pada Mitra Paytren Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu.
- b) Variabel *perceived risk* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan mitra dalam memilih MLM Syariah studi pada Mitra Paytren Yogyakarta. Jadi semakin tinggi *perceived risk* tidak diikuti dengan menurunnya pengambilan keputusan Mitra dalam memilih MLM Syariah studi pada Mitra Paytren Yogyakarta. Hal

ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu.

- c) Variabel *perceived value* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan mitra dalam memilih MLM Syariah studi pada Mitra Paytren Yogyakarta. Jadi semakin tinggi *perceived value* maka semakin tinggi pula tingkat pengambilan keputusan mitra dalam memilih MLM Syariah studi pada Mitra Paytren Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu.

B. Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan peneliti adalah :

1. Bagi Peneliti selanjutnya
 - a. Untuk penelitian selanjutnya hendaknya menggunakan indikator yang berbeda dari indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Karena, pada penelitian ini penggunaan indikator yang ada hanya dapat menggambarkan keputusan mitra dalam memilih MLM Syariah sebesar 55,4% sedangkan sisanya 44,6% dipengaruhi oleh faktor lainnya.
 - b. Untuk penelitian selanjutnya hendaknya memasukkan variabel kontrol, karena dari hasil uji t variabel brand image menunjukkan hasil yang hampir signifikan sehingga perlu memasukkan variabel kontrol.

c. Pada penelitian ini responden didominasi oleh mahasiswa/i, maka peneliti selanjutnya bisa lebih memfokuskan penelitian kepada mahasiswa/i saja bukan pada masyarakat umum.

2. Bagi Lembaga

a. Perlunya meningkatkan keunggulan produk atau layanan Paytren, agar semakin menarik minat masyarakat untuk ikut bergabung menjadi mitra Paytren.

b. Perlunya inovasi yang terus mengikuti perkembangan zaman sehingga Paytren lebih unggul dari pada bisnis MLM lainnya dan masyarakat semakin tertarik untuk ikut bergabung menjadi mitra Paytren.

3. Keterbatasan Penelitian

a. Responden dalam penelitian ini masih umum, karena responden dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa maka untuk penelitian selanjutnya bisa fokus meneliti pada mahasiswa saja.

Keterbatasan sumber informasi yang didapat mengenai objek dan subjek penelitian, karena tidak tersedia informasi yang cukup banyak pada website resmi Paytren.