

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh pengetahuan, lokasi dan promosi terhadap minat anggota memilih produk pembiayaan *Murabahah* di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* Perekonomian Tasyrikah Agung Tulungagung, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian antara pengaruh pengetahuan terhadap minat anggota memilih produk pembiayaan *Murabahah* di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* Perekonomian Tasyrikah Agung Tulungagung menunjukkan bahwa secara parsial pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh yang besar terhadap minat anggota memilih produk pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT PETA Tulungagung.
2. Hasil pengujian antara pengaruh lokasi terhadap minat anggota memilih produk pembiayaan *Murabahah* di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* Perekonomian Tasyrikah Agung Tulungagung menunjukkan bahwa secara parsial lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang besar terhadap minat anggota

memilih produk pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT PETA Tulungagung.

3. Hasil pengujian antara pengaruh promosi terhadap minat anggota memilih produk pembiayaan *Murabahah* di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* Perekonomian Tasyrikah Agung Tulungagung menunjukkan bahwa secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota. Hal ini menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh yang besar terhadap minat anggota memilih produk pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT PETA Tulungagung.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yang penulis ajukan kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak KSPPS BMT PETA Tulungagung diharapkan memberikan pemahaman atau informasi kepada calon anggota tentang pembiayaan *Murabahah*, sehingga calon anggota memahami betul tentang pembiayaan *Murabahah*, sehingga calon anggota banyak yang tertarik untuk menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada KSPPS BMT PETA Tulungagung.
2. Pihak KSPPS BMT PETA Tulungagung sebaiknya tidak hanya melalui promosi melalui brosur saja, tetapi KSPPS BMT PETA Tulungagung diharapkan meningkatkan promosi pembiayaan *Murabahah* kepada calon anggota dengan melakukan kombinasi strategi promosi yang terdiri dari

empat alat yaitu periklanan, promosi, penjualan, penjualan tatap muka, dan publisitas. Dengan meningkatkan strategi promosi dengan baik maka akan membuat calon anggota tertarik untuk menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada KSPPS BMT PETA Tulungagung.

3. Bagi peneliti yang akan datang, diharapkan mampu memperluas populasi dan sampel, dan peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan penelitian ini dengan cara melibatkan variabel lain yang kemungkinan mempengaruhi minat anggota untuk menggunakan produk pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT PETA Tulungagung.