

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dapat diperoleh beberapa kesimpulan dari hasil penelitian sebagai berikut:

1. Variabel kebutuhan dengan indikator yang terdiri dari kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan ego, dan kebutuhan aktualisasi, menunjukkan bahwa kebutuhan ego mempunyai pengaruh yang lebih dominan. Sehingga, pembiayaan di BMT Sahara Tulungagung mampu meningkatkan kemandirian dan kebebasan.
2. Variabel kualitas pelayanan dengan indikator keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsive*), asuransi (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangible*), menunjukkan bahwa keandalan (*reliability*) mempunyai pengaruh yang lebih dominan. Sehingga, pembiayaan di BMT Sahara Tulungagung mampu memberikan pelayanan komunikasi yang baik terhadap anggota.
3. Variabel keunggulan produk dengan indikator kinerja (*performance*), keistimewaan tambahan (*features*), keandalan (*reliability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), dan daya tahan (*durability*), menunjukkan bahwa daya tahan berpengaruh lebih dominan. Sehingga, pembiayaan di BMT Sahara Tulungagung sangat memudahkan anggota karena dapat diperpanjang.

4. Variabel keputusan dengan indikator pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif/pilihan, keputusan, dan perilaku pembelian, menunjukkan bahwa pencarian informasi berpengaruh lebih dominan karena anggota mendapatkan informasi dari keluarga dan kerabat. Sehingga, anggota memilih pembiayaan di BMT Sahara Tulungagung.

Temuan ini diambil dari item X1, X2, X3, dan Y yang memperoleh skor responden tertinggi. Hal ini membuktikan bahwa nasabah memutuskan untuk melakukan pembiayaan agar kebutuhannya dapat terpenuhi. Temuan yang kedua adalah pegawai memiliki kemampuan komunikasi yang baik dengan para anggota, Hal ini membuktikan bahwa nasabah memutuskan melakukan pembiayaan karena mendapatkan pelayanan yang baik. Temuan ketiga adalah BMT Sahara Tulungagung sangat mempermudah anggota karena pembiayaannya dapat diperpanjang.

Sementara temuan yang ke empat, menunjukkan bahwa sebelum anggota memutuskan untuk melakukan pembiayaan di BMT SAHARA Tulungagung, mereka mencari informasi melalui keluarga dan kerabat terlebih dahulu. Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa hal yang paling berpengaruh (mendorong) anggota dalam melakukan pembiayaan di BMT Sahara Tulungagung adalah adanya kebutuhan yang harus dipenuhi. Adanya keinginan anggota untuk memenuhi kebutuhannya mendorong anggota untuk melakukan pembiayaan. Terlebih lagi dengan adanya pelayanan yang baik dan adanya ketetapan untuk dapat memperpanjang waktu pembiayaan.

## **B. Saran**

### **1. Bagi BMT Sahara Tulungagung**

BMT Sahara Tulungagung diharapkan lebih meningkatkan kualitas produk-produk pembiayaan dan pemasaran, misalnya dengan melakukan pemasaran di media sosial seperti *whatsapp*, *instragam* dan *facebook*, sehingga masyarakat dapat mengetahui tentang berbagai macam produk-produk pembiayaan yang ada di lembaga. Karena dengan meningkatkan kemampuan pemasaran yang dimiliki oleh lembaga, hal ini akan membantu anggota/konsumen untuk lebih mengetahui mengenai produk-produk pembiayaan serta dapat lebih menarik minat anggota/konsumen.

### **2. Bagi Akademik IAIN Tulungagung**

Dalam rangka menyiapkan mahasiswa yang siap menghadapi tantangan dan persaingan dalam dunia bisnis yang sebenarnya, hendaknya institut mendorong dan mendukung mahasiswa untuk lebih sering terjun ke lapangan, dan meningkatkan kerjasama dengan perusahaan/lembaga/organisasi sebagai sarana penelitian untuk memperdalam pengetahuan mahasiswa.

### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini masih mempunyai banyak kekurangan karena adanya keterbatasan dari peneliti. Sehingga, diharapkan peneliti selanjutnya agar menjelaskan secara lebih lengkap, dengan merujuk pada teori-teori yang dapat lebih mendukung dan menggunakan variabel-variabel yang lebih representatif sesuai dengan kondisi objek penelitian yang bersangkutan.