

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh etika pemasaran Islam dan promosi terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS BMT PETA Trenggalek, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis diperoleh bahwa tidak terdapat pengaruh etika pemasaran Islam terhadap keputusan anggota menabung pada KSPPS BMT PETA Trenggalek. Peneliti menyimpulkan bahwa pihak lembaga kurang maksimal dalam menerapkan etika pemasaran Islam, dan diharapkan KSPPS BMT PETA Trenggalek dapat meningkatkan penerapan etika pemasaran Islam dan selalu berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits.
2. Hasil pengujian hipotesis diperoleh bahwa terdapat pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS BMT PETA Trenggalek, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin baik promosi yang diberikan maka semakin banyak pula keputusan anggota menabung pada KSPPS BMT PETA Trenggalek.
3. Hasil pengujian hipotesis diperoleh bahwa terdapat pengaruh signifikan efektivitas jamaah thoriqoh terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS BMT PETA Trenggalek, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin baik efektivitas yang dilakukan oleh jamaah

thoriqoh dalam melakukan kegiatan positif yang diberikan maka semakin banyak pula keputusan anggota menabung pada KSPPS BMT PETA Trenggalek

4. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel etika pemasaran Islam, promosi dan efektivitas jamaah thoriqoh secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota menabung pada KSPPS BMT PETA Trenggalek. Sehingga apabila ketiga variabel meningkat secara bersama-sama maka akan meningkatkan keputusan anggota menabung pada KSPPS BMT PETA Trenggalek.

B. 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. Bagi Akademik

Diharapkan penelitian ini bisa bermanfaat bagi pengembangan ilmu khususnya mengenai etika pemasaran Islam, promosi dan efektivitas jamaah thoriqoh terhadap keputusan anggota menabung, bermanfaat untuk sumbangan teori, sebagai bahan referensi atau rujukan, dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

2. Bagi Praktis:

a. Bagi Penulis

Sebagai penambah wawasan penulis dalam pemahaman mengenai keputusan anggota menabung.

b. Bagi Lembaga Keuangan Mikro Syariah

Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi pihak lembaga keuangan syariah sehingga mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan calon anggota untuk menjadi anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek, dan juga untuk meningkatkan pelayanan dan penawaran atas jasa yang ada di KSPPS BMT PETA Trenggalek.

c. Bagi peneliti yang akan datang

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian terutama berkaitan dengan etika pemasaran Islam, promosi dan efektivitas jamaah thoriqoh terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS BMT PETA Trenggalek.

Terkait dengan teknik penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik pengambilan sampel secara acak karena adanya keterbatasan waktu penelitian dalam hal ini sasaran penelitian tidak terfokus pada anggota yang menikmati etika pemasaran Islam, promosi dan efektivitas jamaah thoriqoh. Sehingga hasil penelitian masih belum bisa sejalan dengan teori yang sudah ada. Untuk itu, peneliti selanjutnya

dapat melakukan penelitian yang lebih terfokus pada variabel-variabel tersebut agar hasil yang didapatkan lebih akurat dan sejalan dengan teori yang sudah ada.