

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan pengaruh *mobile* UGT, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota memilih tabungan *Mudharabah* berjangka pada BMT UGT Sidogiri Blitar maka, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Mobile* UGT berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih tabungan *Mudharabah* berjangka pada BMT UGT Sidogiri Blitar.
2. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih tabungan *Mudharabah* berjangka pada BMT UGT Sidogiri Blitar.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan keputusan anggota memilih tabungan *Mudharabah* berjangka pada BMT UGT Sidogiri Blitar.
4. Secara bersama-sama *mobile* UGT, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih tabungan *Mudharabah* berjangka pada BMT UGT Sidogiri Blitar.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan

manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademik

Dalam penelitian ini diharapkan dapat dijadikan tambahan keilmuan di bidang perbankan syariah yang berkaitan dengan *mobile* UGT, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih tabungan *Mudharabah* berjangka. Namun bagi pihak akademisi masih banyak kekurangan dalam hal kajian maupun teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini, sehingga perlu adanya penelitian lanjutan yang lebih mendalam agar hasil yang diberikan bisa sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya.

2. Bagi Perusahaan

- a. BMT UGT Sidogiri, diharapkan selalu memberikan fasilitas layanan *mobile* UGT yang lebih baik lagi dengan memberikan jaminan keamanan, kepercayaan, dan kenyamanan dalam bertransaksi.
- b. BMT UGT Sidogiri, diharapkan selalu membuat promosi yang inovatif agar bisa menarik para anggota atau calon anggota untuk memilih tabungan *Mudharabah* berjangka, dengan cara meningkatkan publisitas melalui sosialisasi dan edukasi tentang BMT melalui media massa seperti Koran, internet, buku, majalah maupun dialog atau seminar. Sosialisasi dan edukasi ini tentu saja bukan masalah halal haram tentang riba atau label syariah saja, tetapi juga mengedepankan

aspek rasional dan obyektif, sehingga masyarakat tertarik untuk memilih tabungan *Mudharabah* berjangka.

- c. BMT UGT Sidogiri, diharapkan dalam penataan kualitas pelayanan untuk lebih menjaga keamanan, kenyamanan, dan mampu memberikan pelayanan yang maksimal bagi anggota yang membutuhkan, meski dalam penelitian ini kualitas pelayanan mendapatkan penilaian paling tinggi dari responden lainnya.

3. Bagi peneliti yang akan datang

Untuk penelitian selanjutnya agar dapat lebih mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan memilih tabungan mudharabah berjangka, misalnya factor personal atau individual, factor pemasaran produk, keuntungan dan fasilitas penggunaan produk. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti keputusan memilih tabungan mudharabah berjangka, misalnya melalui metode wawancara mendalam terhadap karyawan, atau mengambil sampel tidak hanya pada produk tabungan melainkan pada depositonya atau perputaran kredit BMT era saat ini, sehingga informasi yang diperoleh lebih bervariasi dari pada angket atau koesioner yang jawabannya telah tersedia.