

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dalam pembahasan masalah yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk, *word of mouth*, citra merek, terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* Perekonomian Tasyrikah Agung Cabang Tulungagung, maka diperoleh kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* Perekonomian Tasyrikah Agung Cabang Tulungagung. Hal ini dikarenakan kualitas produk yang bermanfaat, sesuai dengan kebutuhan, produk yang beragam, sesuai keinginan anggota, produk yang mampu bersaing, *Baitul Maal Wa Tamwil* mampu menyelesaikan masalah masalah tentang produk, produk sesuai dengan prinsip syariah, produk yang berkualitas yang diberikan oleh Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* Perekonomian Tasyrikah Agung Cabang Tulungagung dapat membantu meningkatkan minat menjadi anggota.
2. *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* Perekonomian Tasyrikah Agung Cabang Tulungagung. Hal ini dikarenakan

karena *word of mouth* yang dilakukan pihak *Baitul Maal Wa Tamwil* yang menyebarkan informasi dari kalangan masyarakat sehingga calon anggota tertarik menjadi anggota di KSPPS BMT PETA Cabang Tulungagung karena *word of mouth* yang dilakukan oleh pihak *Baitul Maal Wa Tamwil* seperti halnya calon anggota yang mendengar berbagai produk KSPPS BMT PETA Cabang Tulungagung melalui percakapan sehari – hari, sering melakukan obrolan, mendapatkan rekomendasi dari orang lain, mendapatkan informasi dari keluarga, teman terdekat, orang yang pernah menggunakan produk di *Baitul Maal Wa Tamwil* PETA, mendengar informasi dari orang berbeda profesi, dan mendapatkan informasi yang status sosialnya berbeda yang mana akan meningkatkan minat menjadi anggota di KSPPS BMT PETA Cabang Tulungagung.

3. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* Perekonomian Tasyrikah Agung Cabang Tulungagung. Hal ini dikarenakan citra merek yang diberikan pihak perusahaan atau *Baitul Maal Wa Tamwil* untuk meningkatkan minat menjadi anggota sangat meningkat, seperti halnya KSPPS BMT PETA mampu menjadi pemimpin di lingkup Tulungagung, KSPPS BMT PETA mempunyai daya tarik tersendiri, mudah dikenal, mempunyai keunikan nama, produk mudah diucapkan, produk mudah diingat, produk mudah dikenal, mempunyai variasi produk. Sehingga minat menjadi anggota sangat meningkat.
4. Kualitas produk, *word of mouth*, citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Simpan Pinjam

Pembiayaan Syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* Perekonomian Tasyrikah Agung Cabang Tulungagung. Hal ini menunjukkan bahwa ketika kualitas produk, *word of mouth*, dan citra merek baik maka secara bersama-sama akan mempengaruhi minat menjadi anggota di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* Perekonomian Tasyrikah Agung Cabang Tulungagung.

E. 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 peneliti sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* Perekonomian Tasyrikah Agung Cabang Tulungagung.
 - a. Mempertahankan strategi-strategi pemasaran meliputi produk, *word of mouth*, citra merek yang selama ini harus dikembangkan agar anggota di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* Perekonomian Tasyrikah Agung Cabang Tulungagung semakin meningkat.
 - b. Memberikan pelayanan yang maksimal sehingga dapat menciptakan *output* yang baik di kalangan anggota sehingga akan terciptanya rasa kekeluargaan di benak anggota dan mampu meningkatkan positif *word of mouth* dari anggota serta dapat mengurangi negative *word of mouth*.

2. Bagi Akademisi IAIN Tulungagung

Sebagai tambahan informasi bagi para akademisi, bahwa tidak hanya variabel kualitas produk, *word of mouth*, citra merek yang dapat mempengaruhi minat menjadi anggota di Lembaga Keuangan Mikro Syariah. Dengan demikian hal tersebut dapat dijadikan bahan informasi tambahan untuk dikaji lebih lanjut, apakah juga berlaku untuk lembaga keuangan syariah lainnya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti ini dapat dijadikan sebagai penambah wawasan bagi peneliti selanjutnya. Diharapkan juga melakukan penelitian lebih lanjut dan lebih spesifik dengan menambah beberapa faktor lainnya yang berpengaruh terhadap minat menjadi anggota di *Baitul Maal Wa Tamwil*.