

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil hipotesis pertama diketahui bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat anggota pembiayaan dalam mengajukan pembiayaan di BMT NUsantara Umat Mandiri maupun BMT Istiqomah. Pengaruh pengetahuan tersebut disebabkan karena apabila semakin banyak informasi yang seseorang dapat, dan semakin jelas pengetahuan terhadap suatu barang atau jasa akan meningkatkan minat anggota pembiayaan dalam mengajukan pembiayaan.
2. Hasil hipotesis kedua diketahui bahwa pengalaman memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat anggota pembiayaan dalam mengajukan pembiayaan pada BMT NUsantara Umat Mandiri maupun BMT Istiqomah. Hal ini disebabkan karena semakin banyak hal positif yang seseorang dapat akan meningkatkan minat seseorang untuk menggunakan barang atau jasa.
3. Hasil hipotesis ketiga diketahui bahwa motif sosial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat anggota UMKM dalam mengajukan pembiayaan pada BMT NUsantara Umat Mandiri maupun BMT Istiqomah. Hal ini karena semakin banyak orang terdekat, lingkungan, teman merekomendasikan terhadap suatu barang atau jasa akan

meningkatkan kepercayaan seseorang terhadap barang atau jasa tersebut.

4. Hasil hipotesis keempat diketahui bahwa emosional memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat anggota pembiayaan dalam mengajukan pembiayaan pada BMT NUsantara Umat Mandiri maupun BMT Istiqomah. Motif emosional berasal dari pribadi dan berdasarkan kata nurani.
5. Secara bersama-sama atau simultan dapat diketahui dengan Uji F bahwa variabel pengetahuan, pengalaman, motif sosial, dan emosional berpengaruh signifikan terhadap minat anggota pembiayaan dalam mengajukan pembiayaan di BMT NUsantara Umat Mandiri maupun BMT Istiqomah. Pengaruh tersebut dikarenakan sebelum anggota memutuskan seseorang akan mencari informasi sebanyak-banyaknya dari keluarga, teman, lingkungan, dan bahkan seseorang akan melakukan tindakan untuk membuktikan rasa penasarannya sebelumnya akhirnya memutuskan untuk menggunakan barang atau jasa sesuai kata hati.

B. Saran

Peneliti di masa mendatang diharapkan dapat menyajikan hasil penelitian yang lebih baik lagi dengan adanya beberapa masukan mengenai beberapa hal diantaranya:

1. Bagi Lembaga Bank

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan atau sebagai sumber informasi bagi lembaga bank dalam menentukan strategi pemasaran untuk

menjadikan produk-produk dalam bank sebagai produk yang dapat bersaing dengan produk-produk bank lain dengan cara memberikan kualitas lebih terhadap produk yang dimilikinya, khususnya produk pembiayaan agar lebih banyak diminati para anggotanya.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk memperdalam mengenai ilmu manajemen pemasaran. Khususnya referensi bagi mahasiswa di FEBI IAIN Tulungagung.

3. Bagi peneliti lanjutan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian terutama berkaitan dengan faktor- faktor yang mempengaruhi minat anggota dalam mengajukan pembiayaan. Untuk peneliti selanjutnya dapat diperluas lagi variabel - variabel yang mempengaruhi keputusan anggota. Selain itu juga dapat menggunakan variabel- variabel yang lebih banyak dan lebih variatif dari penelitian ini, agar penelitian ini semakin berkembang.