

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan di bab sebelumnya, mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan emosional terhadap kepuasan anggota pembiayaan *Murabahah* antara BMT Nusantara Umat Mandiri Tulungagung dan BMT Sinar Amanah Boyolangu, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *Murabahah* di BMT Nusantara Umat Mandiri Tulungagung dan BMT Sinar Amanah Boyolangu. Artinya semakin berkualitas produk, maka kepuasan anggota pembiayaan *Murabahah* di BMT Nusantara Umat Mandiri Tulungagung dan BMT Sinar Amanah Boyolangu semakin meningkat.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *Murabahah* di BMT Nusantara Umat Mandiri Tulungagung dan BMT Sinar Amanah Boyolangu. Artinya semakin berkualitas pelayanan, maka kepuasan anggota pembiayaan *Murabahah* di BMT Nusantara Umat Mandiri Tulungagung dan BMT Sinar Amanah Boyolangu semakin meningkat.
3. Emosional berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *Murabahah* di BMT Nusantara Umat Mandiri Tulungagung

dan BMT Sinar Amanah Boyolangu. Artinya semakin baik emosional karyawan terhadap nasabah, maka kepuasan anggota pembiayaan *Murabahah* di BMT Nusantara Umat Mandiri Tulungagung dan BMT Sinar Amanah Boyolangu semakin meningkat.

4. Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan emosional berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan anggota pembiayaan *Murabahah* di BMT Nusantara Umat Mandiri Tulungagung dan BMT Sinar Amanah Boyolangu. Artinya semakin baik kualitas produk, kualitas pelayanan, dan emosional akan meningkatkan kepuasan anggota.
5. Terdapat perbedaan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan emosional terhadap kepuasan anggota pembiayaan *Murabahah* antara BMT Nusantara Umat Mandiri Tulungagung dan BMT Sinar Amanah Boyolangu. Pada hasil koefisien determinasi BMT Nusantara Umat Mandiri besarnya adalah 77,6%, sedangkan BMT Sinar Amanah Boyolangu adalah 65,6%. Pada pengujian hipotesis, nilai  $f_{hitung}$  BMT Nusantara Umat Mandiri adalah 22,081, sedangkan nilai  $f_{hitung}$  BMT Sinar Amanah adalah 10,719.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti menyarankan beberapa hal antara lain:

### **1. Bagi BMT**

Diharapkan BMT lebih meningkatkan dan mengembangkan kualitas

produk, kualitas pelayanan, dan emosional agar lembaga yang dijalankan berkembang dan dapat meningkatkan jumlah nasabah serta aset perusahaan.

## 2. Bagi Akademik

Diharapkan penelitian ini bisa dijadikan referensi dan dapat menjadi bahan acuan dalam penelitian yang akan datang selain sebagai jurnal dan buku penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber keilmuan bagi pihak akademik mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan emosional terhadap kepuasan anggota pembiayaan *Murabahah*.

## 3. Bagi Penelitian Mendatang

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan dan memperkaya variabel-variabel lain seperti fasilitas, psikologi nasabah, *diferensiasi* produk, *brand equity*, *brand positioning*, dan *marketing mix* yang dapat mempengaruhi kepuasan anggota agar menjadi lebih beragam. Selain itu peneliti mendatang diharapkan dapat menambah sampel-sampel yang lebih luas selain lembaga BMT.