

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh strategi promosi dan brand image terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan mudharabah di Bank BSI Mojokerto (Ex BRI Syariah) maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *mudharabah* di Bank BSI Mojokerto (Ex BRI Syariah).
2. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *mudharabah* pada Bank BRI Syariah Mojokerto.
3. Strategi Promosi dan Brand Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *mudharabah* pada Bank BRI Syariah Mojokerto.

B. Saran

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dalam penelitian ini, adapun saran penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Lembaga.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi dalam hal meningkatkan strategi

promosi serta mempertahankan Brand Image yang positif agar dapat meningkatkan jumlah minat nasabah

2. Bagi Akademisi.

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu pengetahuan, bahan informasi dan referensi menambah variabel lain yang berkaitan erat secara teori tentang strategi promosi dan *brand image* terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *Mudharabah*.

3. Bagi Peneliti Lanjutan.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menambah variabel yang lain, objek penelitian yang berbeda dan lebih mengembangkan ilmu tentang perbankan syariah dan masalah-masalah yang ada didalamnya.