

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh strategi *marketing mix* terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah* di MT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

Variabel *product* diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*. Hal ini dibuktikan dengan pembiayaan *murabahah* yang sering dilakukan anggota lebih dari satu kali dengan tingkat margin yang tidak terlalu memberatkan anggotanya dalam mengangsur pembiayaan.

Variabel *price* diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*. Hal tersebut dapat diketahui dengan tingkat margin yang diberikan BMT Sinar Amanah rendah sehingga anggota merasa puas dengan pemberian pembiayaan *murabahah*.

Variabel *place* diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*. Hal ini sesuai dengan hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti dimana, lokasi dari BMT Sinar Amanah sangat strategis untuk dilihat. Lokasi yang dekat dengan pasar dan juga jalur utama memudahkan masyarakat luas mengetahui BMT Sunar Amanah Boyolangu-Tulungagung.

Variabel *promotion* diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*. Bauran pemasaran promosi yang dilakukan dengan media brosur, media elektronik seperti radio memudahkan anggota mengetahui tentang BMT dan juga produk-produk yang ada di BMT Sinar Amanah.

Variabel *process* diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*. Pelayanan yang cepat, mudah, dan ketepatan waktu sesuai dengan kesepakatan bersama pada saat melakukan transaksi pembiayaan *murabahah*, sehingga anggota merasa senang dan puas untuk melakukan pembiayaan di BMT Sinar Amanah.

Variabel *personal traits* diketahui berpengaruh positif dan tidak signifikan secara statistik terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*. Karyawan sangat berpengaruh di dalam kegiatan operasional BMT karena merekalah yang berada didepan untuk melayani anggota. Tetapi, dari hasil penelitian menunjukkan *personal traits* berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan anggota BMT Sinar Amanah. Hal ini bisa saja terjadi karena pelayanan yang diberikan karyawan kurang memuaskan anggota pada saat melakukan pembiayaan.

Variabel *physical evidence* diketahui berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*. Sarana dan prasarana tidak terlalu dipedulikan anggota pada saat melakukan pembiayaan sehingga dari hasil penelitian *physical evidence* (bukti fisik) tidak berpengaruh secara jelas/ signifikan terhadap kepuasan anggota.

Dalam pengaruh *Marketing Mix 7P* (*product, price, place, promotion, process, personal traits, physical evidence*) terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*, peneliti menguji dengan uji F yaitu, dilihat dari tabel (ANOVA) bahwa F_{hitung} sebesar 9,393 dengan tingkat signifikansi 0.000, dari paparan data penelitian diatas oleh karena nilai Sig. lebih kecil dari pada α yaitu 5 % atau 0.05 ($0,000 < 0,05$), dapat dijelaskan bahwa variabel *product, price, place, promotion, process, personal traits, physical evidence* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah*.

B. Saran

1. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

Hasil dari penelitian menyatakan bahwa masih rendahnya *personal traits* (karyawan) dan *physical evidence* (bukti fisik) terhadap kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah* di BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung. BMT harus lebih meningkatkan *skill* karyawan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik untuk anggota maupun calon anggota yang melakukan pembiayaan di BMT.

2. Bagi Akademis

Sebagai tambahan informasi bagi para akademisi, bahwa strategi *marketing mix* sangat diperlukan untuk meningkatkan suatu usaha. Dengan demikian hal tersebut dapat dijadikan bahan informasi tambahan untuk dikaji lebih lanjut oleh lembaga keuangan syariah lainnya.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti yang mendatang dapat diperluas lagi variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan anggota dalam pembiayaan *murabahah* selain itu juga dapat menggunakan variabel-variabel yang lebih banyak dan variatif dari penelitian ini.