

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan pengaruh *Marketing Mix* dalam Simpanan Arisan Terhadap Minat Keikutsertaan Anggota *Baitut Tamwil Muhammadiyah* Surya Madinah di Tulungagung, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Product* dalam simpanan arisan memberikan pengaruh signifikan terhadap minat keikutsertaan anggota BTM Surya Madinah di Tulungagung. Pada hubungan pengaruhnya bersifat positif, artinya semakin baik produk yang dimiliki BTM Surya Madinah, maka akan meningkat daya tarik atau minat anggota terhadap produk simpanan arisan. Hal ini dikarenakan produk “Si Aris” sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anggota BTM Surya Madinah selain itu dalam produk ini menggunakan sistem gugur dan memberikan hadiah bagi anggota yang beruntung pada saat pengundian berlangsung.
2. *Price* dalam simpanan arisan memberikan pengaruh signifikan terhadap minat keikutsertaan anggota BTM Surya Madinah di Tulungagung. Pada hubungan pengaruhnya bersifat negatif, artinya semakin tinggi setoran pada produk “Si Aris”, maka akan menurunkan daya tarik atau minat anggota terhadap produk simpanan arisan. Hal ini karena setoran yang tinggi kadang tidak diikuti dengan kualitas produk dan layanan yang didapatkan tidak sesuai dengan keinginan anggota sehingga meperlambat keputusan anggota dalam pembelian

3. produk tersebut. Sebaliknya setoran yang terjangkau, akan mempercepat keputusan pembelian konsumen.
4. *Promotion* dalam simpanan arisan memberikan pengaruh signifikan terhadap minat keikutsertaan anggota BTM Surya Madinah di Tulungagung. Pada hubungan pengaruhnya bersifat positif, artinya semakin gencar atau banyaknya media promosi yang dilakukan pihak BTM Surya Madinah di Tulungagung dalam mengenalkan produk “Si Aris” kepada masyarakat, maka akan meningkat daya tarik atau minat anggota terhadap produk simpanan arisan. Hal ini dikarenakan promosi yang digunakan oleh BTM Surya Madinah di Tulungagung tidak hanya menggunakan sarana promosi langsung tetapi juga sarana promosi tidak langsung. Kedua sarana promosi langsung dan tidak langsung ini digunakan dan dipadukan oleh BTM Surya Madinah di Tulungagung guna meningkatkan daya tarik atau minat anggota terhadap produk simpanan arisan.
5. *Place* dalam simpanan arisan memberikan pengaruh signifikan terhadap minat keikutsertaan anggota BTM Surya Madinah di Tulungagung. Pada hubungan pengaruhnya bersifat positif, artinya semakin strategis tempat lembaga BTM Surya Madinah, maka akan meningkat daya tarik atau minat anggota terhadap produk simpanan arisan. Hal ini dikarenakan penentuan lokasi atau tempat suatu kantor sangat penting, dengan tujuan untuk memudahkan anggota mengakses atau menjangkau lokasi tersebut. Sehingga akan menarik minat masyarakat. Serta lokasi pada lembaga BTM Surya Madinah ini sangat strategis karena lokasi kantor dekat dengan lingkungan

perdagangan, rumah industri, pasar dan perumahan masyarakat dan dekat dengan jalan raya sehingga mudah dijangkau dengan transportasi.

6. Pengujian secara simultan variabel *product*, *price*, *promotion*, *place* memberikan pengaruhnya secara bersama-sama terhadap minat keikutsertaan anggota. Hal ini membuktikan, apabila peningkatan *product*, *price*, *promotion*, *place* secara terus-menerus dan bersamaan akan memberikan pengaruh yang sangat positif terhadap minat anggota.
7. Faktor yang paling dominan berpengaruh (*product*, *price*, *promotion*, *place*) terhadap minat keikutsertaan anggota di BTM Surya Madinah Tulungagung adalah produk. Hal ini berarti produk “Si Aris” merupakan produk yang memenuhi keinginan dan kebutuhan anggota di BTM Surya Madinah.

## **B. Saran**

Berdasarkan pembahasan-pembahasan yang telah diuraikan dalam penelitian ini, peneliti memberikan saran yang mungkin dapat bermanfaat untuk diperhatikan.

1. Bagi Lembaga BTM Surya Madinah
  - a) Dari hasil penelitian bahwa variabel produk mempunyai pengaruh dominan terhadap minat anggota. Oleh karena itu, lembaga BTM Surya Madinah harus mampu menjaga dan meningkatkan kualitas produk “Si Aris” dibandingkan produk pesaingnya, supaya dapat menarik minat anggota yang baru dan dapat mempertahankan anggota yang sudah. Sehingga dapat meningkatkan jumlah anggota di BTM Surya Madinah.

b) Meskipun produk merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh tetapi, lembaga BTM Surya Madinah juga tetap harus memperhatikan faktor lain seperti harga, promosi dan tempat yang diberikan kepada anggota. Hal ini dikarenakan harga, promosi dan tempat ikut berpengaruh terhadap minat anggota di BTM Surya Madinah, sehingga harga, promosi dan tempat kepada anggota harus ditingkatkan untuk menciptakan kepuasan dan kenyamanan anggota.

## 2. Untuk Akademik

Semoga penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan dokumentasi sebagai bahan acuan dalam penelitian yang akan datang selain jurnal dan buku yang sudah ada serta dapat dijadikan sebagai tambahan perbendaharaan perpustakaan khususnya dalam kajian ilmu pemasaran.

## 3. Untuk Peneliti Lanjutan

- a) Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk meneliti peneliti selanjutnya.
- b) Penelitian ini hanya terbatas pada variabel *product*, *price*, *promotion*, dan *place* sehingga diharapkan bagi penelitian selanjutnya lebih diperluas mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat anggota misalnya variabel *people*, *physical evidence* dan *process*. Selain itu, penelitian ini hanya mengambil sampel di satu tempat yakni di BTM Surya Madinah Tulungagung oleh karenanya diharapkan penelitian kedepan dapat menambah sampel-sampel yang tidak hanya lingkup BTM tetapi juga keseluruhan Bank Umum Syariah.