

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada Bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Variabel strategi pemasaran memberikan pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Tulungagung. Selain itu hubungan pengaruhnya bersifat negatif. Artinya hubungan yang pengaruhnya bersifat negatif ini menunjukkan bahwa semakin baik hubungan BMT Pahlawan dengan nasabah yang sudah terjalin belum tentu bisa membuat nasabah memutuskan untuk memilih pembiayaan di BMT tersebut. Karena keputusan memilih kembali ke pada kebutuhan dan keinginan serta pengetahuan nasabah terhadap apa yang ditawarkan.
2. Variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Tulungagung. Artinya, hal ini mengindikasikan apabila kualitas pelayanan yang dilakukan BMT Pahlawan meningkat maka keputusan memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* pun akan meningkat.
3. Variabel kualitas produk memberikan pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Tulungagung. Untuk hubungan pengaruhnya bersifat negatif.

Artinya hubungan yang pengaruhnya bersifat negatif ini menunjukkan bahwa semakin baik hubungan BMT Pahlawan dengan nasabah yang sudah tercipta belum tentu bisa membuat nasabah memutuskan untuk memilih pembiayaan di BMT tersebut. Karena keputusan pemilihan didasarkan dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan nasabah.

4. Pengujian secara simultan variabel strategi pemasaran, kualitas pelayanan, dan kualitas produk memberikan pengaruhnya secara bersama-sama terhadap keputusan memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil*. Hal ini membuktikan, apabila peningkatan strategi pemasaran, kualitas pelayanan, dan kualitas produk secara terus-menerus dan bersamaan akan memberikan pengaruh yang sangat positif terhadap keputusan memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil*.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian di atas, maka peneliti memberikan saran, yakni sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

BMT harus terus meningkatkan pemasaran dan tenaga pemasar, karyawan yang berkualitas dan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, sehingga mempunyai produktivitas yang tinggi dan bisa memenuhi target yang ditentukan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk agenda penelitian mendatang, penelitian ini dapat dilakukan tidak terbatas pada nasabah, akan tetapi bisa diperluas lagi. Selanjutnya itu juga dapat menggunakan variabel-variabel yang lebih banyak dan lebih variatif yang memiliki pengaruh kuat terhadap pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil*.

3. Bagi Masyarakat

Masyarakat bisa menjadikan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan untuk memilih lembaga keuangan yang benar-benar bisa memuaskan masyarakat.