

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian teori, pengolahan data, dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat empat faktor utama yang terbentuk dari enam belas faktor yang dianalisis dalam penelitian ini. Faktor tersebut adalah :

Faktor pertama yaitu faktor pendapatan nasabah, motivasi dan *brand image*. Merupakan faktor yang paling dominan dalam pertimbangan keputusan nasabah memilih produk Murabahah dengan *eigenvalue* sebesar 44.091% faktor ini terdiri dari, Kemampuan, keuletan kerja, kebutuhan fisiologis, kebutuhan aktualisasi diri, kombinasi yang membedakan dari produk lain, persepsi nasabah. Faktor kedua yaitu faktor pendapatan nasabah dengan *eigenvalue* sebesar 13,060% faktor ini terdiri dari pekerjaan, gaji, kebutuhan sosial, manfaat produk. Faktor ketiga yaitu faktor kualitas pelayanan dengan *eigenvalue* 7,639% faktor ini terdiri dari kebutuhan rasa aman, *assurance*, *tangibles*, *responsiveness*. Faktor keempat yaitu faktor kualitas pelayanan dan *brand image* dengan *eigenvalue* sebesar 6,272% faktor ini terdiri dari *reliability* dan nilai-nilai yang terkandung dalam produk.

B. Saran

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

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

1. Bagi BMT Istiqomah Plosokandang

Mengidentifikasi faktor-faktor yang dipertimbangkan nasabah melalui variabel faktor pendapatan nasabah, motivasi, kualitas pelayanan dan *brand image* sangat penting agar dalam memberikan pelayanan dan penawaran terhadap produk pembiayaan jauh lebih efektif dan efisien tanpa mengesampingkan kebutuhan dan keinginan dari nasabah demi kemajuan dan keberhasilan BMT Istiqomah Plosokandang menjadi BMT yang berkualitas.

2. Bagi Pihak Akademik

Penelitian ini merupakan temuan pertama yang dilakukan oleh peneliti dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Hendaknya temuan ini menjadikan referensi dan sumber keilmuan bagi pihak akademik. Karena dalam dunia perbankan semua variabel yang di angkat dalam penelitian ini menjadi penting untuk di praktikkan terkhusus untuk pengembangan dunia perbankan syariah.

3. Untuk Peneliti Lanjutan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian terutama berkaitan dengan pendapatan nasabah, motivasi, kualitas pelayanan dan *brand image* terhadap

keputusan nasabah mengambil pembiayaan di BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung. Selain keempat variabel yang digunakan oleh peneliti, masih banyak variabel yang dapat dipergunakan, maka dari itu peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya menggunakan faktor lain atau dengan menambah variabel yang belum dipakai oleh peneliti, agar penelitian ini semakin berkembang. Terkait dengan teknik penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik pengambilan sampel secara acak karena adanya keterbatasan waktu, penelitian terfokus pada semua nasabah pembiayaan di BMT.