

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dengan hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh diferensiasi produk dan promosi terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Diferensiasi produk terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung. Keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah karena produk yang disajikan oleh KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung didesain dan telah dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan masyarakat atau anggota di lembaga keuangan tersebut. Sehingga para anggota dapat dengan mudah melakukan kegiatan pembiayaan di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung, dengan demikian H1 terbukti.
2. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung. Sehingga semakin tinggi promosi dilakukan maka semakin tinggi keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di KSPPS BTM Surya Tulungagung, dengan demikian H2 terbukti.

3. Secara bersama-sama diferensiasi produk, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam memilih produk simpanan *Al-wadi'ah* di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung, dengan demikian H3 terbukti.

B. Saran

1. Bagi KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung

Penelitian ini diharapkan berguna bagi KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung sebagai bahan masukan ataupun dapat berguna sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan pelayanan jasa dan strategi pemasaran yang diberikan terutama dalam meningkatkan strategi pemasaran yang diberikan agar anggota merasa puas dan memilih produk pembiayaan yang ditawarkan terutama memilih pembiayaan murabahah. Karena dalam penelitian ini variabel diferensiasi produk dan promosi sangatlah berpengaruh terhadap keputusan anggota untuk memilih produk pembiayaan murabahah.

2. Bagi IAIN Tulungagung

Dari penelitian ini dapat dijadikan tambahan referensi di perpustakaan IAIN Tulungagung untuk peneliti selanjutnya dibidang perbankan syariah yang berkaitan dengan strategi pemasaran terhadap keputusan anggota memilih produk pembiayaan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah. Terutama strategi pemasaran dalam diferensiasi

produk, dan promosi terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah.

3. Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mengaplikasikan ajaran Islam terhadap generasi penerusnya, terutama dalam memandang mereka sebagai bagian dari umat Islam serta berupaya membina mereka agar secara sadar dan ikhlas melaksanakan ajaran manajemen keuangan dalam agama Islam dengan memilih lembaga keuangan syariah untuk melakukan semua kegiatan transaksi keuangan. Terutama dalam memilih produk pembiayaan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah.

4. Kepada Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian terutama berkaitan dengan manajemen pemasaran dalam keputusan anggota memilih produk pembiayaan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah. Manajemen pemasaran yang dimaksudkan disini yaitu diferensiasi produk dan promosi yang selanjutnya bisa ditambahkan variabel lainnya yang berkaitan dengan manajemen pemasaran.