

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dengan judul “**Minat Anggota Terhadap Produk Pembiayaan *Murabahah* Pada KSU BMT Rahmat Syariah Semen Kediri**” dapat disimpulkan bahwa secara garis besar minat anggota dalam memilih pembiayaan *murabahah* dipengaruhi oleh faktor sosial, dimana interaksi yang dilakukan para anggota dalam bermasyarakat mempengaruhi minat terhadap keputusan memilih pembiayaan di KSU BMT Rahmat Syariah.

Faktor kedua adalah internal dari anggota itu sendiri yaitu berdasarkan kebutuhan, psikologis dan nilai-nilai yang dianut. Ketiga ialah faktor bauran pemasaran yang dilakukan oleh pihak KSU BMT Rahmat Syariah, dimana promosi yang dilakukan oleh pihak lembaga seperti mengadakan pengajian, serta pelayanan yang memprioritaskan kenyamanan, kemudahan, dan keamanan mempengaruhi minat anggota bahkan sampai loyalitas para anggota. Penemuan terakhir adalah faktor kebutuhan dan pelayanan lebih berpengaruh pada minat anggota dalam melakukan pembiayaan *murabahah* dibanding dengan faktor produk. Hal tersebut dikarenakan tidak semua anggota memahami makna *murabahah* itu sendiri, tetapi dalam transaksinya mereka telah melakukan akad pembiayaan *murabahah*.

B. Saran

1. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan atau referensi untuk penelitian berikutnya.

2. KSU BMT Rahmat Syariah Kediri

Secara keseluruhan pengoperasian dari segi pelayanan dan promosi yang dilakukan sudah baik, namun agar jangkauan pasar semakin luas, sebaiknya pihak KSU BMT Rahmat mulai menerapkan promosi dan layanan digital yang memanfaatkan perkembangan teknologi saat ini, sehingga memudahkan baik bagi pihak KSU BMT Rahmat maupun para anggota untuk bertransaksi dan diharapkan jumlah nasabahnya semakin bertambah.