

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai pengaruh promosi terhadap keputusan menjadi nasabah produk pembiayaan Modal Usaha Barokah (MUB) di BMT-UGT Sidogiri Capem Mojo Kediri. Maka dapat didapatkan beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel promosi (X) terhadap keputusan menjadi nasabah produk Modal Usaha Barokah (MUB). Menurut nasabah di BMT-UGT Sidogiri Kantor Capem Mojo Kediri tergolong baik yakni mengacu pada pengklasifikasian dan pengkatagorian ditentukan pada tabel 5.1 sebesar 90,4%.
2. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel keputusan menjadi nasabah produk Modal Usaha Barokah (MUB). Menurut nasabah di BMT-UGT Sidogiri Kantor Capem Mojo Kediri tergolong baik yakni mengacu pada pengklasifikasian dan pengkatagorian ditentukan pada tabel 5.2 sebesar 87%.
3. Berdasarkan pada analisa regresi sederhana yang telah dilakukan pada penelitian ini, nilai koefisien determinasi atau *R square* sebesar 0,468 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah yaitu sebesar 46,8% memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BMT-UGT Sidogiri Capem Mojo

Kediri, sedangkan sisanya sebesar 53,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini seperti kualitas pelayanan, citra lembaga, lokasi, produk, harga dan lain-lain

B. Saran

1. Disarankan kepada bagian pemasaran produk pembiayaan Modal Usaha Barokah (MUB) untuk lebih memperhatikan kegiatan promosi seperti mendesain yang lebih menarik seperti website yang lebih berinovasi, supaya para nasabah tidak hanya nasabah umur di atas 30an yang melakukan pembiayaan ini, tetapi umur di usia 20an mengetahui lebih jelas tentang produk pembiayaan Modal Usaha Barokah (MUB) agar mampu berwirausaha dengan pemenuhan modal dari BMT-UGT Sidogiri Capem Mojo Kediri.
2. Bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas penelitian supaya mendapatkan hasil yang lebih baik, sebab peneliti hanya berfokus pada pengaruh promosi terhadap keputusan menjadi nasabah produk pembiayaan Modal Usaha Barokah (MUB) di BMT-UGT Sidogiri Capem Mojo Kediri. Penambahan variabel atau indikator baru perlu dilakukan dalam penelitian yang akan datang, agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah penelitian yang sedang diteliti. Diharapkan pada penelitian yang akan datang jumlah sampel digunakan bisa lebih banyak dan lebih spesifik pada karakteristik sampel yang diteliti. Dengan sampel yang lebih banyak dan spesifik, maka hasil analisis dari penelitian yang didapatkan akan lebih akurat dan lebih optimal.