

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Promosi berpengaruh positif terhadap produk pembiayaan *murabahah*. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 2,088 dengan probabilitas 0,042 dimana angka tersebut signifikan karena ( $p < 0,05$ ).

Karena promosi mengambil peran penting bagi meningkatkan produk pembiayaan *murabahah* di BMT UMY. Hal ini dikarenakan kegiatan promosi sama pentingnya dengan kegiatan pemasaran, baik produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini, BMT UMY berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung.

Nasabah mendapat informasi atau promosi secara langsung oleh pihak BMT UMY, misalnya ketika nasabah bertransaksi di BMT UMY, *customer service* secara tidak langsung mempromosikan kepada nasabah bahwa ada produk pembiayaan *murabahah* bagi mahasiswa yang gunanya untuk pembelian laptop, netbook, tablet, smartphone dan lain-lain, dan BMT UMY juga melakukan promosi melalui media cetak atau brosur.

Dari promosi yang didapat, mahasiswa semakin tertarik untuk mengetahui lebih dalam apa yang dimaksud dengan produk pembiayaan *murabahah* bagi mahasiswa. Jadi, promosi salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran, dan sering dikatakan sebagai proses berlanjut, hal ini disebabkan karena promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya.

Atribut produk berpengaruh positif terhadap produk pembiayaan *murabahah*. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 3.163 dengan probabilitas 0,003 dimana angka tersebut signifikan karena ( $p < 0,05$ ).

Karena Atribut produk mempunyai arti yang penting bagi konsumen. Oleh sebab itulah, dalam membeli produk, konsumen biasanya melihat pada atribut yang dimiliki oleh produk tersebut. Atribut-atribut produk dari BMT UMY, yang dijadikan ukuran adalah terhindar dari riba, bagi hasil, unsur ketidakpastian, terhindar unsur gambling (maisir), investasi di sektor-sektor halal, dan melakukan aktivitas sesuai dengan syari'ah. Sehingga atribut-atribut produk tersebut menjadi alasan pokok para nasabah yang beragama Islam memilih menggunakan BMT UMY.

Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap produk pembiayaan *murabahah*. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 2.172 dengan probabilitas 0,035 dimana angka tersebut signifikan karena ( $p < 0,05$ ).

kerena BMT UMY peduli terhadap nasabahnya, ketika nasabah mempunyai masalah dalam bertransaksi, pihak BMT UMY cepat dan tanggap dalam merespon permasalahan nasabahnya, BMT UMY juga selalu mengingatkan kepada nasabah ketika pembayaran pembiayaan *murabahah* bagi mahasiswa akan jatuh tempo, ketika nasabahnya tidak dapat membayar dalam jangka waktu yang telah ditentukan, pihak BMT UMY memberikan keringanan kepada nasabahnya dalam membayar angsuran tersebut.

BMT UMY menanyakan kepada nasabahnya apa yang menyebabkan nasabah tersebut tidak bisa mengangsur pada tanggal yang telah disepakati antara pihak BMT UMY dan nasabah. Nasabah merasa selama bertransaksi di BMT UMY tidak merasa ada yang mengecewakan dengan pelayanan yang diberikan BMT UMY asalkan nasabah tersebut tetap dilayani dengan baik dan kebutuhannya sudah terpenuhi sehingga nasabah menganggap bahwa pelayanan yang diberikan *customer service* BMT UMY sudah sesuai apa yang di harapkan.

Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap produk pembiayaan *murabahah*. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 2,197 dengan probabilitas 0,033 dimana angka tersebut signifikan karena ( $p < 0,05$ ).

Karena BMT UMY mampu memberikan Produk/Jasa yang sesuai dengan kebutuhan nasabahnya dan tidak kalah dengan produk yang ditawarkan oleh bank atau bmt lainnya. Nasabah merasa sangat puas atas produk/jasa yang ditawarkan BMT UMY, karena bagi nasabah yang kurang mampu pembiayaan *murabahah* bagi mahasiswa ini sangat membantu dalam memenuhi kebutuhannya. Dengan adanya produk ini bisa memenuhi keinginan nasabah untuk mendapatkan barang yang mereka butuhkan demi melancarkan proses belajar mahasiswa dan dapat membantu meringankan keadaan ekonomi nasabah.

## B. Saran

Di harapkan bagi pihak BMT UMY agar terus meningkatkan promosi terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Sehingga nasabah mendapatkan informasi yang jelas terhadap produk atau jasa tersebut. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Kualitas suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta meningkatkan konsumen sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

Dan untuk atribut produk tersebut menjadi alasan pokok para nasabah yang beragama Islam memilih menggunakan BMT UMY dan menjadi indikator penilaian bagi nasabah. Jika atribut-atribut tersebut melekat pada BMT UMY dan dirasakan manfaatnya oleh nasabah maka nasabah akan memberikan penilaian positif atas atribut produk tersebut, maka secara logis dapat ditunjukkan bahwa dengan semakin baiknya atribut produk yang melekat pada BMT UMY akan memberikan keyakinan pada masyarakat untuk menggunakan produk pembiayaan *murabahah* dan dampaknya akan meningkat tingkat pembiayaan *murabahah*.

Pihak BMT UMY juga harus meningkatkan kualitas pelayanan karena sangat penting dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. BMT yang memiliki pelayanan yang baik akan dapat memaksimalkan perfoma keuangan. Semakin baik kualitas pelayanan yang dilaksanakan oleh pihak BMT UMY maka semakin meningkatkan keputusan nasabah maupun calon nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada BMT UMY.

Dan Kepuasan nasabah sangatlah penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, agar pelanggan tetap setia membeli produk atau jasa kita. Kepuasan nasabah yang diberikan BMT UMY akan berimbas sangat luas bagi

peningkatan keuntungan BMT atau dengan kata lain, apabila nasabah puas terhadap pembelian produk atau jasa BMT, maka nasabah tersebut akan loyal kepada BMT, artinya kecil kemungkinan nasabah untuk pindah ke Bank atau BMT yang lain dan akan tetap setia menjadi nasabah BMT yang bersangkutan.