

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan maka dapat disimpulkan :

1. Konsep AIDA pada Bank Madina Syariah Yogyakarta yang terdiri *Attention*, *Interest*, *Desire* dan *Action* terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan menggunakan pembiayaan mudharabah. Hal ini berarti keempat variabel Konsep AIDA *Attention*, *Interest*, *Desire*, dan *Action* yang semakin baik akan dapat meningkatkan keputusan menggunakan pembiayaan mudharabah nasabah. Sedangkan besarnya pengaruh Konsep AIDA terhadap keputusan menggunakan pembiayaan mudharabah adalah sebesar 54,4%, dan sisanya sebesar 45,4% dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian .
2. Terdapat hubungan yang erat antara penerapan Aida pada dimensi Attention dengan keputusan membeli Bank Madina Syariah Yogyakarta. Adanya angka signifikan dan positif ini mengindikasikan semakin tingginya perhatian (*attention*) yang diberikan, maka semakin berpengaruh dan meningkatkan keputusan.
3. Penerapan AIDA pada variabel *Interest* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan dalam memilih pembiayaan mudharabah di Bank Madina Syariah Yogyakarta. Adanya angka signifikan dan positif ini mengindikasikan semakin tingginya minat nasabah terhadap produk pembiayaan mudharabah, maka semakin berpengaruh dan meningkatkan keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan tersebut.
4. Penerapan AIDA pada variabel *desire* berpengaruh positif terhadap keputusan dalam memilih pembiayaan mudharabah di Bank Madina Syariah Yogyakarta. Adanya angka

signifikan dan positif ini mengindikasikan semakin tingginya minat (desire) yang diberikan, maka semakin berpengaruh dan meningkatkan keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan tersebut.

5. Penerapan AIDA pada variabel action berpengaruh positif terhadap keputusan dalam memilih pembiayaan mudharabah di Bank Madina Syariah Yogyakarta. Adanya angka signifikan dan positif ini mengindikasikan semakin tingginya tindakan (action) yang diberikan, maka semakin berpengaruh dan meningkatkan keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan tersebut

B. Saran

Berdasar kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi pemasar Bank Madina Syariah Yogyakarta berkaitan dengan pengaruh Konsep AIDA terhadap Keputusan menggunakan pembiayaan mudharabah yaitu sebagai berikut:

1. Memprioritaskan pada variabel Attention karena terbukti berpengaruh dominan terhadap keputusan dalam memilih pembiayaan Mudharabah. Hal ini dapat ditingkatkan pada item yang paling rendah yaitu Visualisasi (tergambarnya) produk dari iklan yang ditayangkan sangat menarik. Intensitas sebuah iklan atau promosi ditentukan oleh kemampuan iklan dalam menggaet respon nasabah, efek visual yang kuat, kejelasan isi pesan, kejelasan isi gambar, emosi, dan kredibilitas produk atau produsen. Untuk memberikan stimulus iklan yang kuat dan memungkinkan iklan memiliki daya tarik lebih besar misalnya dengan memperhatikan Ukuran visual, Efek suara dan warna, Tokoh iklan (artis, model, atau

tokoh), kecepatan khalayak menyimpan data di otak (tidak terlalu banyak stimulus penting yang harus diingat) dan Durasi standar dari penyajian iklan di Medsos.

2. Untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian yang sama dengan obyek penelitian yang berbeda serta menambah variabel lain dari konsep lain misalnya ekuitas merek, kepercayaan merek dan variabel lainnya.

