

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terkait efektivitas *word of mouth* terhadap minat nasabah dalam pembiayaan KUR di BRI Syariah KC Mataram, maka dapat diambil kesimpulan berdasarkan rumusan masalah, yaitu:

1. Analisis hubungan antara pendekatan efektivitas yang dikaitkan dengan variabel X_1 (*talking*) memiliki tingkat efektivitas yang sangat tinggi. Hal tersebut didukung oleh hasil pengujian regresi linear berganda, dimana uji hipotesis 1 pada penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan hipotesis peneliti yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *talking* terhadap minat nasabah dalam pembiayaan KUR di BRI Syariah KC Mataram. Artinya, semakin tinggi pembicaraan yang dilakukan antar nasabah, maka semakin tinggi pula minat nasabah terkait pembiayaan KUR di BRI Syariah KC Mataram.
2. Analisis hubungan antara pendekatan efektivitas yang dikaitkan dengan variabel X_2 (*promoting*) memiliki tingkat efektivitas yang sangat tinggi. Hal tersebut didukung oleh hasil pengujian regresi linear berganda, dimana uji hipotesis 2 pada penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan hipotesis peneliti yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *promoting* terhadap minat nasabah dalam

pembiayaan KUR di BRI Syariah KC Mataram. Artinya, semakin tinggi / sering promosi yang dilakukan oleh nasabah, maka semakin tinggi pula minat nasabah terkait pembiayaan KUR di BRI Syariah KC Mataram.

3. Analisis hubungan antara pendekatan efektivitas yang dikaitkan dengan variabel X_3 (*selling*) memiliki tingkat efektivitas yang sangat tinggi. Hal tersebut didukung oleh hasil pengujian regresi linear berganda, dimana Uji hipotesis 3 pada penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan hipotesis peneliti yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *selling* terhadap minat nasabah dalam pembiayaan KUR di BRI Syariah KC Mataram. Artinya, semakin tinggi / sering penjualan yang dilakukan oleh nasabah, maka semakin tinggi pula minat nasabah terkait pembiayaan KUR di BRI Syariah KC Mataram.

B. Saran

1. Untuk Bank BRI Syariah KC Mataram agar menyikapi dan menjadi fokus penting tentang WoM (pemasaran dari mulut kemulut) dan keterampilan yang dimiliki sehingga dapat diterapkan di pihak *marketing* dengan harapan pertumbuhan KUR meningkat.
2. Untuk Bank BRI Syariah agar lebih meningkatkan prinsip kehati-hatian. Mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan sehingga tidak merugikan nasabah maupun Bank BRI Syariah itu sendiri.

3. Peningkatan kualitas karyawan (*marketing*) setiap harinya dengan wawasan strategi pemasaran yang akurat, dimana karyawan mampu memberikan informasi yang menarik, positif, optimis, dan mengandung unsur-unsur motivasi dengan penyampaian yang mengesankan. Dengan adanya communication skill yang dimiliki karyawan, besar harapan masyarakat akan berkontribusi dan tertarik untuk menjadi mitra Bank BRI Syariah.
4. Untuk peneliti selanjutnya agar memberikan kontribusi keilmuan dengan memberika penelitian diakad lain sehingga dapat memberikan referensi dan bermanfaat untuk kalangan akademis.
5. Untuk prodi muamalat konsentrasi perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta agar memperbanyak relasi kepada lembaga keuangan syariah yang ada diseluruh Indonesia. Dengan harapan dapat menyalurkan alumni prodi muamalat dan memberikan kontribusi yang positif bagi lembaga tersebut.