

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka peneliti dapat mengambil kesimpulan mengenai masalah yang dibahas yaitu sebagai berikut:

- 1) Kualitas Pelayanan ULaMM Syariah memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih pembiayaan di ULaMM Syariah Lubuk Buaya. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hitung sebesar 8,636642 dengan nilai koefesien sebesar 0,511552. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan di ULaMM syariah maka akan semakin meningkatkan pula pemilihan nasabah dalam memilih pembiayaan di ULaMM Syariah.
- 2) Produk ULaMM memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan di ULaMM Syariah Lubuk Buaya. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hitung sebesar 5,374136 dengan nilai koefesien sebesar 0,301149. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap peningkatan produk di ULaMM syariah maka akan semakin meningkatkan pula pemilihan nasabah dalam memilih pembiayaan di ULaMM Syariah.
- 3) Work of Mouth tidak memberikan pengaruh/berpengaruh negatif namun signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan di ULaMM Syariah Lubuk Buaya. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hitung sebesar 3,166745 dengan nilai koefesien sebesar -0,263806. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa setiap peningkatan atau dilakukan *word of mouth (wom)* mengenai ULaMM syariah maka akan semakin menurunkan pula pemilihan nasabah dalam memilih pembiayaan di ULaMM Syariah. Pada penelitian ini, hal ini bisa disebabkan oleh responden nasabah lama yang jumlahnya hampir sama banyak dengan jumlah responden baru. Sehingga nasabah lama tidak membutuhkan *WOM* untuk memilih pembiayaan di ULaMM Syariah.

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pemilihan pembiayaan di ULaMM Syariah dibandingkan dengan variabel lainnya.

## 5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini memiliki implikasi dalam bidang pemasaran dan juga bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Bagi perusahaan dapat bermanfaat sebagai masukan untuk strategi bisnis, terkait dengan kualitas pelayanan dan produk. Adapun penelitian ini untuk memecahkan permasalahan meningkatkan keputusan pemilihan pembiayaan ULaMM Syariah melalui kualitas pelayanan, produk dan *word of mouth (wom)*. Berdasarkan hasil penelitian, adapun masukan bagi strategi yang dapat dilakukan oleh ULaMM Syariah ialah agar selalu meningkatkan kualitas pelayanan baik itu dalam hal kemampuan karyawan dalam memiliki ilmu pengetahuan dibidang pembiayaan Syariah, komunikasi dan kejelasan dari awal informasi yang diberi ke nasabah, membuat brosur-brosur serta phamplet-phamplet yang menarik untuk dilihat nasabah dan ditempatkan ditempat-tempat

strategis yang dapat dilihat oleh banyak orang seperti kantor lurah, pos, dan pastinya pasar.

Penempatan kantor yang dekat dengan pasar, khususnya pasar tradisional, karena UlaMM Syariah memberikan pembiayaan kepada usaha mikro, sehingga dengan letaknya yg dekat dengan pasar dapat diketahui oleh para pelaku usaha mikro. Kantor yang bersih dan nyaman akan meningkatkan minat pelaku usaha mikro untuk menjadi nasabah di UlaMM Syariah khususnya unit Lubuk Buaya.

Untuk lebih dikenal oleh masyarakat ada baiknya karyawan UlaMM Syariah melakukan pendekatan kepada calon-calon nasabah, ataupun dengan nasabah sendiri untuk memberikan informasi-informasi yang positif dan mengajak teman, tetangga nasabah untuk mau menjadi nasabah UlaMM Syariah.

Membuat inovasi produk sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen adalah hal yang sangat penting dalam meningkatkan keputusan konsumen dalam memilih UlaMM, seperti suku bunga yang bersaing, jangka waktu yang panjang dan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pembiayaan dapat ditekan seminim mungkin.

Agar nasabah tetap loyal, diperlukan perhatian kepada nasabah terhadap perkembangan usahanya, apakah sedang naik atau turun, jika naik dapat ditawarkan modal usaha kembali dan jika turun dapat diberikan support. Dengan cara ikunjungi secara berkala.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan pengalaman peneliti selama melakukan proses penelitian,

peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan memiliki keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil yang diharapkan. oleh karenanya dimasa yang akan datang lebih dapat diperhatikan oleh peneliti selanjutnya. Pada penelitian ini memiliki keterbatasan dari berbagai aspek, diantaranya mengenai kajian aspek teori, variabel penelitian, model penelitian, dan aspek metodologi seperti pemilihan sampel, metode analisis, dan lain-lain.

Penelitian ini berfokus pada kajian kualitas pelayanan, produk dan *word of mouth (wom)* terhadap pemilihan nasabah. Oleh karena itu masih banyak terdapat faktor lainnya dalam kaitannya dengan keputusan pemilihan untuk diuji pada penelitian selanjutnya, seperti variabel yang ada pada marketing mix 7P. Selain itu barangkali perlu juga adanya pemisahan daerah objek penelitian, maksudnya, penelitian dilakukan ULaMM unit lainnya ataupun di Cabang lainnya agar didapatkan hasil penelitian yang optimal, karenanya terdapat perbedaan cara pandang. Hal ini dikarenakan pada kota Padang dominan dengan sektor perdagangan sedangkan wilayah lain lebih banyak ragam sektor usahanya.

#### **5.4 Saran Penelitian Selanjutnya**

Adapun kelemahan pada penelitian ini adalah responden belum dipisahkan berdasarkan nasabah baru dan nasabah lama, atau yang memperpanjang, sehingga hasil penelitian yang diperoleh masih responden gabungan (nasabah baru dan lama). Untuk itu peneliti menyarankan pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan:

1. Responden dipisah untuk nasabah baru dan nasabah lama (nasabah yang memperpanjang)
2. Dilakukan uji beda untuk variabel *Word Of Mouth (WOM)* bagi responden nasabah baru dan nasabah lama.
3. Menguji faktor-faktor lain seperti , Price, Promotion, Place, Partisipant, Proses, Dan Physical Evidence, promosi, place, dan sebagainya dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian, baik faktor internal maupun eksternal.
4. Memperluas cakupan sample, unit ULaMM atau cabang penelitian.
5. Menggunakan teknik *sampling* dan metode analisis lainnya yang dapat menghasilkan kesimpulan yang tergeneralisasi.
6. Meneliti dengan indikator-indikator yang valid dengan nilai *outer loading* yang tinggi dalam penelitian selanjutnya.

