

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas dalam bab IV mengenai “IMPLEMENTASI PEMASARAN ISLAMI (*MARKETING SYARIAH*) SERTA PENGARUHNYA TERHADAP MINAT ANGGOTA PADA KJKS BINAMA SEMARANG” maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari analisis deskripsi kualitatif dapat disimpulkan, sejak berdirinya KJKS BINAMA implementasi marketing syariah sudah diterapkan secara baik dan tidak melanggar nilai-nilai syariat Islam. Dengan menerapkan nilai-nilai Islam di KJKS BINAMA maka anggota tidak akan merasa dirugikan, dan akhirnya anggota akan berasumsi baik terhadap KJKS BINAMA. Jadi marketing syariah merupakan suatu keharusan diimplementasikan, karena akan mempengaruhi kepuasan anggota yang akhirnya akan membentuk suatu minat bagi anggota. Dengan terbentuknya minat maka anggota akan merasa puas dengan pelayanan kami sehingga banyak anggota menggunakan jasa tersebut.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat disimpulkan, variabel marketing syariah (X) mempunyai pengaruh signifikansi terhadap minat anggota KJKS BINAMA Semarang. Terlihat pada t hitung 4,327 dengan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut kurang dari *alpha* ( $p < 0,05$ ).

Sehingga memberikan keputusan untuk menolak  $H_0$  yang artinya menurut 100 sampel yang dianalisis bahwa ada pengaruh antara variabel X dan variabel Y

Hasil olahan menunjukkan bahwa besaran koefisien korelasi antara variabel X terhadap variabel Y yaitu sebesar 0,843 berarti terjadi korelasi yang sedang dan positif. Sedangkan hasil R square (koefisien determinasi) sebesar 0,160 berarti 16,0% variabel Y dipengaruhi oleh variabel X, sedangkan 84,0% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan.

## **5.2. Keterbatasan**

Penelitian penulis mengenai pengaruh implementasi marketing syariah terhadap minat anggota KJKS BINAMA SEMARANG . Dalam suatu penelitian baik secara kuantitatif maupun kualitatif selalu melekat pada keterbatasan. Keterbatasan dalam peneliti mencakup hal-hal sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya mengambil satu variabel yaitu implementasi marketing syariah. Diduga masih banyak faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat anggota KJKS BINAMA Semarang.
2. Objek penelitian terbatas hanya pada KJKS BINAMA Semarang, padahal masih banyak lembaga keuangan syariah seperti pengadaian syariah, bank syariah, pasar modal syariah
3. Keterbatasan metode penelitian serta pemahaman mengenai konsep implementasi marketing syariah dalam penelitian ini memiliki banyak kelemahan baik dari segi hasil penelitian maupun analisisnya.

### 5.3. Saran

Berdasarkan hasil peneliti yang telah disajikan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan penulis adalah.

1. Bagi KJKS BINAMA SEMARANG di harapkan mampu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi anggota, menerapkan prinsip-prinsip syariah yang sebenarnya, dapat bekerja dengan profesional, serta selalu tanggap dengan segala kebutuhan anggota dengan lebih cepat dan tepat, baik memberikan bantuan yang dibutuhkan khususnya untuk anggota yang kesulitan membayar atau sudah jatuh tempo.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya mengembangkan variabel lain yang mungkin ikut mempengaruhi minat anggota KJKS BINAMA SEMARANG.

### 5.4. Penutup

*Alhamdulillah* segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta taufiq dan hidayahnya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas penyusunan skripsi ini dengan baik dan lancar.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan meskipun penulis telah mengusahakan semaksimal mungkin. Hal ini disebabkan keterbatasan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya penulis mohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan, semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk penulis khususnya dan pada pembaca nantinya.