

BAB V

PENUTUP

C. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis data dan pembahasan tentang pengaruh *Word Of Mouth*, *Personal Selling*, dan *Brand Image* terhadap Minat menjadi Nasabah BMT Mitra Khazanah Palembang, maka kesimpulan penelitian ini sebagai berikut:

1. *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap Minat Menjadi Nasabah BMT Mitra Khazanah Palembang. Artinya, peningkatan *Word Of Mouth* yang terjalin antara nasabah BMT Mitra Khazanah Palembang akan meningkatkan Minat menjadi Nasabah BMT Mitra Khazanah Palembang, maka hipotesis terbukti.
2. *Personal Selling* tidak berpengaruh terhadap Minat Menjadi Nasabah BMT Mitra Khazanah Palembang. Artinya, peningkatan *Personal Selling* tidak diikuti dengan peningkatan terhadap Minat Menjadi Nasabah BMT Mitra Khazanah Palembang, maka hipotesis tidak terbukti.
3. *Brand Image* berpengaruh terhadap Minat Menjadi Nasabah BMT Mitra Khazanah Palembang. Artinya, peningkatan *Brand Image* yang terjalin antara nasabah BMT Mitra Khazanah Palembang akan meningkatkan Minat menjadi Nasabah BMT Mitra Khazanah Palembang, maka hipotesis terbukti.

D. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, Pembahasan, dan Kesimpulan. Maka peneliti dapat menyampaikan beberapa saran dari hasil penelitian sebagai berikut.

1. Pemasaran *Word Of Mouth* dan *Personal Selling* di BMT Mitra Khazanah Palembang perlu diperhatikan dan ditingkatkan ulang atau restruktur kembali pemasarannya agar hanya dengan mendengar informasi produk melalui pemasaran *Word Of Mouth* dan *Personal Selling* mampu membuat para konsumen merasa puas, berminat dan memutuskan untuk menjadi nasabah BMT Mitra Khazanah Palembang.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian sejenis diharapkan untuk menambah variabel lain atau metode terbaru, Berdasarkan hasil uji R^2 (*uji Adjusted R Square* / koefisien determinasi) pada analisis regresi linier berganda, bahwa penerapan WOM, *Personal Selling* dan *Brand Image* berpengaruh sebesar 38,9% terhadap Minat Menjadi Nasabah, sedangkan 61,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Perlu dikaji bahwa 61,1% terdapat faktor lain yang mempengaruhi Minat Menjadi Nasabah BMT Mitra Khazanah Palembang, yaitu faktor kepercayaan.