

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh strategi pemasaran produk pembiayaan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada bab sebelumnya, Sesuai Hasil Uji Validitas, Hasil Uji Reabilitas, Hasil Uji Hipotesis, Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dan uji asumsi klasik, Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Bahwa strategi pemasaran produk pembiayaan cicil emas berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di BSI KC.KENDARI A SILONDAE I.

### **5.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi perbankan syariah

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap strategi pemasaran produk di BSI KC.KENDARI A SILONDAE I, Maka BSI Cabang Kendari A silonda I khususnya harus terus melakukan inovasi baru. Sehingga dapat menarik masyarakat untuk melakukan pembiayaan,.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data kusioner atau angket dalam mengumpulkan data. Menurut penulis penelitian ini akan

lebih sempurna apabila data yang digunakan lebih banyak untuk mendukung penelitian ini. Maka ada baiknya jika peneliti selanjutnya, yang akan meneliti serupa dengan penelitian ini perlu melakukan penelitian dengan data yang banyak dan variabel yang banyak.

