

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Dari perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel yakni sebesar  $5.814 > 1.983$ , dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan *mudharabah* pada BPR Syariah Amanah Sejahtera Kantor Kas Bungah Kabupaten Gresik
2. Besarnya pengaruh *Word of mouth* yang meliputi *talkers, topik, tools, taking part* dan *tracking* terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan *mudharabah* pada BPRS Amanah Sejahtera Kantor Kas Bungah adalah sebesar 25.6% yang dapat dipengaruhi oleh adanya *word of mouth* yang negatif tentang produk *mudharabah* maupun dari pihak bank yang kurang mengena dihati nasabah. sedangkan sisanya 74.4% dipengaruhi oleh faktor pemasaran lain yang tidak diteliti dan dibahas pada penelitian ini

**B. Saran**

98

1. Bagi Bank
  - a. Bank tetap memperhatikan prioritas pertama nasabah dalam memilih melakukan pembiayaan *muḍarabah* pada BPRS Amanah Sejahtera Kantor Kas Bungah adalah karena *word of mouth*.
  - b. Bank lebih bisa terbuka dalam menerima saran dan masukan apapun dari luar terutama pihak nasabah untuk kemajuan BPRS Amanah Sejahtera secara keseluruhan
  - c. Memprioritaskan layanan lebih baik dan lebih rapi dalam aspek tatanan ruang dan lain-lain.
2. Bagi penelitian selanjutnya, hendaknya menambah variabel bebas memperluas jangkauan populasi yaitu tidak terbatas pada BPRS Amanah Sejahtera Kantor Kas Bungah.