

## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan tentang analisis faktor-faktor mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum untuk menjadi nasabah Bank Mini Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya dapat disimpulkan bahwa:

1. Ada beberapa motivasi yang dimiliki nasabah BMS dalam menggunakan produk-produk BMS tersebut, yaitu: pembagian keuntungan yang dimaksudkan sebagai rasa terima kasih BMS telah diberikan ijin untuk mengelola uang nasabah, kemudahan transaksi dalam melakukan pembiayaan, Penerapan prinsip syariah dalam akad-akad yang digunakan BMS yang merupakan prioritas utama dalam menarik perhatian nasabahnya terutama nasabah dari Fakultas Syariah dan Hukum, lokasi BMS memudahkan mahasiswa menjangkaunya, Saldo awal kecil, Membantu pembayaran SPP bagi mahasiswa yang membutuhkan dengan menggunakan akad *qard al-hasan*.
2. Perilaku nasabah BMS ditimbulkan akibat perilaku konsumen. Sedangkan perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh kebudayaan, subbudaya, kelas sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Nasabah BMS sebagai konsumen produk-produk BMS juga dipengaruhi oleh faktor-faktor di atas. Diantara faktor-faktor tersebut adalah: 1) Kelas Sosial. 2) Faktor Pribadi.

## B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas ada beberapa hal yang ingin disampaikan pada pihak yang bersangkutan yaitu sebagai berikut:

### 1. Bagi Bank Mini Syariah (BMS)

Melihat hasil analisis secara keseluruhan bahwasannya terdapat beberapa motivasi yang dimiliki nasabah BMS dalam menggunakan produk-produk BMS, oleh karena itu BMS perlu untuk lebih mensosialisasikan lagi dalam hal pemasaran agar nasabah yang lain menjadi tertarik untuk bergabung menjadi nasabah BMS dengan ketentuan akad dalam produknya yang sesuai dengan syariah Islam.

### 2. Bagi peneliti berikutnya

Penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai rujukan dalam melakukan penelitian khususnya yang berhubungan dengan pemasaran Bank Syariah dengan mengembangkan variabel yang lebih luas.