

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Personal Branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat jamaah menjadi anggota BMT Al-Bahjah. Berdasarkan rekapitulasi data kuesioner, indikator yang memperoleh nilai rata-rata tertinggi yaitu penampilan Buya Yahya sesuai dengan karakternya, dan indikator yang memperoleh nilai terendah yaitu Buya Yahya menyampaikan materi dakwah dengan menarik. Selain itu hasil uji pengaruh variabel *personal branding* (X_1) secara parsial mempengaruhi variabel Minat (Y) sebesar 46,93%.
2. Variabel *Brand Identity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Jamaah menjadi anggota BMT Al-Bahjah. Berdasarkan rekapitulasi data kuesioner, indikator yang memperoleh nilai rata-rata tertinggi yaitu BMT Al-Bahjah banyak memiliki hubungan baik atau jaringan dengan perusahaan lain, dan indikator yang memperoleh nilai terendah yaitu BMT Al-Bahjah memiliki keunikan tersendiri karena pemilikinya Buya Yahya. Selain itu hasil uji pengaruh variabel *brand identity* (X_2) secara parsial mempengaruhi variabel Minat (Y) sebesar 32,50%.
3. Variabel *Personal Branding* dan *Brand Identity* secara simultan berpengaruh positif terhadap Minat Jamaah menjadi anggota BMT Al-Bahjah, indikator yang memperoleh nilai rata-rata tertinggi yaitu memberikan tanggapan yang positif terhadap BMT Al-Bahjah, dan indikator yang memperoleh nilai terendah yaitu jamaah berminat untuk melakukan pembiayaan di BMT Al-Bahjah. Selain itu, hasil uji pengaruh variabel *Personal Branding* (X_1) dan *brand identity* (X_2) mempengaruhi Minat Jamaah (Y) secara simultan mempengaruhi Minat Jamaah (Y) sebesar 79%.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian diatas, maka saran-saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, indikator dengan nilai rata-rata terkecil pada variabel *Personal Branding* yaitu Buya Yahya menyampaikan materi dakwah dengan menarik. Dalam hal ini, Buya Yahya sudah menarik dalam berdakwah. Alangkah lebih baiknya Buya Yahya dapat memanfaatkan ruang publik untuk berdakwah, seperti mendirikan baliho atau spanduk, dan diskusi interaktif melalui sosial media, atau hal apapun yang dapat menambah kepercayaan dan semangat Jamaah kepada sosok Buya Yahya. Serta, Buya Yahya tetap mempertahankan hal yang menarik yang menjadi ciri khas Buya Yahya. Serta, dengan terus konsisten dalam berdakwah dengan ciri khas serta kharismatik yang dimiliki Buya Yahya.
2. Berdasarkan hasil penelitian, indikator dengan nilai rata-rata terkecil pada variabel *Brand Identity* yaitu BMT Al-Bahjah memiliki keunikan tersendiri, karena pemilikinya Buya Yahya. Dalam hal ini, BMT Al-Bahjah harus mempertahankan keunikan-keunikan lainnya agar tidak hanya dikenal BMT Al-Bahjah milik Buya Yahya. Serta, BMT Al-Bahjah harus terus meningkatkan eksistensi agar lebih banyak dikenal oleh masyarakat luas. Dengan cara lebih aktif disosial media, dan memperluas jaringan dengan cara bekerja sama dengan pihak lainnya, agar tidak hanya dilingkungan Pondok Pesantren Al-Bahjah saja.
3. Berdasarkan hasil penelitian, indikator dengan nilai rata-rata terkecil pada variabel Minat yaitu jamaah berminat untuk melakukan pembiayaan di BMT Al-Bahjah. Dalam hal ini, hendaknya BMT Al-Bahjah lebih banyak mengeluarkan produk serta layanan jasa terbaru yang lebih inovatif contoh dengan memberikan banyak bonus, mengikuti *event* pada hari besar islam, agar dapat menarik minat Jamaah menjadi Anggota BMT Al-Bahjah. Membuat media promosi yang menarik mengenai produk pembiayaan, seperti brosur, promosi melalui sosial media, dan lainnya. Mencantumkan testimonial yang pernah melakukan pembiayaan. Memberikan informasi yang jelas mengenai pembiayaan.