

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota di KSPPS Fastabiq Khoiro Ummah Cabang Kudus diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Promosi terhadap Loyalitas Anggota pada KSPPS Fastabiq Khoiro Ummah Cabang Kudus tidak berpengaruh secara signifikan, dengan bukti dari hasil pengolahan data komputer dengan menggunakan SPSS dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 1,613 dengan nilai signifikan 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} 1,613 < t_{tabel} 2,00575 dengan nilai signifikan 0,000 > 0,05. Dengan metode penelitian Duwi Priyanto yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya promosi merupakan variabel bebas yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas anggota di KSPPS Fastabiq Khoiro Ummah Cabang Kudus. Hal ini berarti strategi promosi yang dilakukan belum tepat sehingga anggota merasa penyampaian yang diberikan belum cukup sehingga berdampak pada loyalitas anggota.
2. Variabel Kualitas Produk terhadap Loyalitas Anggota pada KSPPS Fastabiq Khoiro Ummah Cabang Kudus berpengaruh secara signifikan, dengan bukti dari hasil pengolahan data komputer dengan menggunakan SPSS dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,117 dengan nilai signifikan 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} 4,117 > t_{tabel} 2,00575 dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Dengan metode penelitian Duwi Priyanto yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, hal ini mendedikasikan bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan KSPPS Fastabiq Khoiro Ummah Cabang Kudus, maka akan semakin tinggi loyalitas anggotanya.
3. Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota pada KSPPS Fastabiq Khoiro Ummah Cabang Kudus tidak berpengaruh secara signifikan, dengan bukti dari hasil pengolahan data komputer dengan menggunakan SPSS dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 1,901 dengan nilai

signifikan 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 1,901 < t_{tabel} 2,00575$ dengan nilai signifikan 0,000 > 0,05. Dengan metode penelitian Duwi Priyanto yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya kualitas pelayanan merupakan variabel bebas yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas anggota di KSPPS Fastabiq Khoiro Ummah Cabang Kudus. Hal ini menjelaskan bahwa apabila anggota sudah merasakan kinerja suatu layanan, maka anggota itu cenderung akan loyal pada KSPPS Fastabiq Khoiro Ummah Cabang Kudus.

4. Terdapat pengaruh promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota di KSPPS Fastabiq Khoiro Ummah Cabang Kudus. Ini dibuktikan dari hasil pengolahan komputer SPSS dengan menggunakan metode penelitian Duwi Priyanto dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} yaitu $79,535 > 3,17$ dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas anggota.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka penelitian menyampakan saran-saran yang kiranya dapat memberikan sumbangan kepada pihak-pihak yang terkait untuk penelitian selanjutnya. Adapun saran-saran yang disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama disarankan untuk memperbanyak variabel penelitian, sehingga memiliki kontribusi penelitian yang lebih luas.
2. Bagi KSPPS Fastabiq Khoiro Ummah Cabang Kudus diharapkan bisa menjadikan hasil penelitian ini sebagai salah satu acuan perusahaan dalam melakukan pengambilan keputusan terkat sistem pemasaran yang dilakukan.
3. Bagi KSPPS Fastabiq Khoiro Ummah Cabang Kudus diharapkan agar lebih memaksimalkan promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanannya agar tingkat kepuasan anggota yang akan menjadi loyalitas anggota semakin tinggi.