

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *relationship marketing*, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap loyalitas anggota di BMT Mubarakah Undaan Kudus. Dengan jumlah responden sebanyak 80 anggota. Berdasarkan hasil analisis statistic yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian dibuktikan dengan hasil olahan data yang menunjukkan bahwa pengujian untuk *relationship marketing* diperoleh hasil t hitung sebesar 3,214 dengan probabilitas (sig) 0,002. Melihat nilai t hitung yang lebih dari t tabel ( $3,214 > 1,666$ ) dan nilai sig dari t hitung yang kurang dari 0,05 ( $0,002 < 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa variabel *relationship marketing* berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota, dengan demikian hipotesis satu ( $H_1$ ) diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *relationship marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas anggota di BMT Mubarakah Undaan Kudus.
2. Hasil penelitian dibuktikan dengan hasil olahan data yang menunjukkan bahwa pengujian untuk kualitas pelayanan diperoleh hasil t hitung sebesar 3,572 dengan probabilitas (sig) 0,001. Melihat nilai t hitung yang lebih dari t tabel ( $3,572 > 1,666$ ) dan nilai sig dari t hitung yang kurang dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota, dengan demikian hipotesis dua ( $H_2$ ) diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas anggota di BMT Mubarakah Undaan Kudus.
3. Hasil penelitian dibuktikan dengan hasil olahan data yang menunjukkan bahwa pengujian untuk promosi diperoleh hasil t hitung sebesar 3,155 dengan probabilitas (sig) 0,002. Melihat nilai t hitung yang lebih dari t tabel ( $3,155 > 1,666$ ) dan nilai sig dari t hitung yang kurang dari 0,05 ( $0,002 < 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota, dengan demikian hipotesis tiga ( $H_3$ ) diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi

berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas anggota di BMT Mubarakah Undaan Kudus.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Penulis menyadari keterbatasan dalam melaksanakan penelitian ini sangat banyak, mulai dari waktu, tenaga, biaya, kompetensi yang mempengaruhi hasil dari penelitian ini. Kekurangan dalam skripsi dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Variabel yang tidak mampu mencakup segala aspek sehingga terbatas pada batasan penelitian yang telah di berikan
2. Lokus penelitian hanya satu instansi keuangan syariah atau BMT.
3. Responden yang ikut memberikan data masih kurang maksimal dengan taraf kesalahan yang masih tinggi

## **C. Saran**

Melalui analisis dan simpulan yang telah dideskripsikan oleh peneliti, maka peneliti memiliki beberapa saran yaitu :

1. Karyawan BMT Mubarakah Kudus harus terus meningkatkan dan mempertahankan religiusitas agar anggota terus merasakan kepuasan. Peningkatan religiusitas bisa dilaksanakan dengan pemberian pelatihan atau kegiatan rutin yang memberikan dampak pada kinerja dan kompetensi karyawan.
2. Karyawan BMT Mubarakah Kudus juga perlu meningkatkan kepercayaan agar anggota selalu percaya terhadap jasa dan produk yang ditawarkan BMT sehingga anggota akan merasa puas dan loyal terhadap BMT.

## **D. Penutup**

Rasa syukur tetap tercurah hanya kepada Allah Tuhan Semesta Alam, dengan ridhonya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak henti hentinya penulis bersholawat yang ditujukan kepada Kanjeng Nabi Muhammad SAW sebagai uswatun hasanah bagi kita di semua hal.

Tidak ada hal yang sempurna, termasuk skripsi ini. Maka kritik dan saran yang membangun di harapkan guna sempurnanya skripsi peneliti ini. Dan permohonan maaf penulis ucapkan dengan sepuh hati. Akhirnya semoga kemanfaatan dapat muncul dari skripsi yang peneliti susun. Amin