

ABSTRAK

Melin Purwaningsih, NIM. 1720210185, Judul” Pengaruh Penanganan Problematika, *Relationship Marketing* Dan *Perceive Value* Terhadap Loyalitas Anggota Kspps Bmt Al Hikmah Semesta Jepara”.

Latar belakang penyusunan skripsi ini karena Loyalitas pelanggan tercipta melalui pelayanan yang diberikan oleh organisasi dan produsen. Organisasi dan produsen bertanggung jawab tentang pemegang saham dan karyawan, selain itu produsen juga harus memberikan produk yang terbaik kepada pelanggan dengan harga termurah dan kualitas yang lebih baik, dengan Penanganan Problematika, *Relationship Marketing* Dan *Perceive Value* berharap loyalitas lebih baik.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, yakni penelitian yang menganalisis data-data secara kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan kemudian menginterpretasikan hasil analisis tersebut untuk memperoleh kesimpulan. Sampel penelitian adalah anggota KSPPS BMT Al Hikmah Semesta Jepara sebanyak 100 responden.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa (1) Secara parsial penanganan keluhan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota. Hal ini dibuktikan bahwa semakin baik tingkat penanganan problematika anggota hingga akan semakin tinggi loyalitas anggota terbukti dari dimana nilai rata-rata paling besar dalam variable ini adalah infikator kemudahan prosedur pengajuan komplain dan penyelesaian masalah secara memuaskan (2) Secara parsial *relationship marketing* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota. Hal ini dibuktikan dengan BMT dipercaya oleh anggotanya yang terlihat dari tanggapan responden yang sangat mendominasi diantaranya komunikasi, komitmen serta kepercayaan sehingga dapat menaikkan loyalitas anggota. (3) Faktor *perceived value* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas anggota, hal ini menunjukkan manfaat yang dipersepsikan merupakan kombinasi dari sejumlah elemen sangat berpengaruh terhadap anggota KSPPS BMT Al Hikmah Semesta Jepara. (4) Secara simultan penanganan keluhan, komunikasi dan *relationship marketing* memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($22,221 > 2,70$) dan nilai signifikansinya 0,000

Kata kunci: Penanganan Problematika, *Relationship Marketing*, *Perceive Value* dan Loyalitas.

ABSTRACT

Melin Purwaningsih, NIM. 1720210185, Title "The Effect of Problem Handling, Relationship Marketing and Perceive Value on Loyalty of Kspps Bmt Al Hikmah Jepara Members".

The background of the preparation of this thesis is because customer loyalty is created through the services provided by organizations and producers. Organizations and producers are responsible for shareholders and employees, besides that producers must also provide the best products to customers at the lowest prices and better quality, with Problem Handling, Relationship Marketing and Perceive Value hoping for better loyalty.

The type of research used is quantitative, namely research that analyzes quantitative/statistical data, with the aim of testing the established hypothesis and then interpreting the results of the analysis to obtain conclusions. The research sample was 100 respondents from KSPPS BMT Al Hikmah Semesta Jepara.

The results showed that (1) Complaint handling partially had a significant effect on member loyalty. It is proven that the better the level of handling member problems, the higher the loyalty of members, as evidenced by the fact that the largest average value in this variable is an indicator of the ease of filing complaints procedures and solving problems satisfactorily (2) Partially, relationship marketing has a significant effect on loyalty. member. This is evidenced by the fact that BMT is trusted by its members, which can be seen from the responses of respondents who dominate, including communication, commitment and trust so that it can increase member loyalty. (3) The perceived value factor has a significant positive effect on member loyalty, this shows that the perceived benefits are a combination of a number of elements that are very influential on members of KSPPS BMT Al Hikmah Semesta Jepara. (4) Simultaneously handling complaints, communication and relationship marketing have a significant influence on member loyalty $F_{count} > F_{table}$ ($22.221 > 2.70$) and the significance value is 0.000.

Keywords: Handling Problems, Relationship Marketing, Perceive Value and Loyalty.