

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan analisis dalam bab-bab sebelumnya maka peneliti dapat memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial penanganan keluhan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota dimana t_{hitung} sebesar 2,573 dengan nilai signifikan sebesar 0,012. Hal ini dibuktikan bahwa semakin baik tingkat penanganan keluhan anggota hingga akan semakin tinggi loyalitas anggota terbukti dari dimana nilai rata-rata paling besar dalam variable ini adalah indikator kemudahan prosedur pengajuan komplain dan penyelesaian masalah secara memuaskan.
2. Secara parsial komunikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota dimana t_{hitung} sebesar 2,723 dengan nilai signifikan sebesar 0,008. Hal ini dibuktikan bahwa komunikasi yang diberikan BMT terhadap anggotanya didominasi dengan sikap serta ketrampilan dari pegawai BMT sehingga berpengaruh baik terhadap loyalitas anggota
3. Secara parsial *relationship marketing* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota dimana t_{hitung} sebesar 2,350 dengan nilai signifikan sebesar 0,021. 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

4. Secara simultan penanganan keluhan, komunikasi dan *relationship marketing* memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($17.812 > 2.70$) dan nilai signifikansinya 0,000.

5.2. Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka saran yang dapat disimpulkan berkaitan dengan loyalitas diantaranya:

1. KSPPS BMT Al Hikmah Semesta Jepara dalam menanggulangi keluhan yang disalurkan nasabah hendaknya BMT dapat memberi media yang tepat untuk membagikan kritik dan saran untuk para nasabah yang mengalami keluhan. Beberapa media yang dapat digunakan antara lain seperti blanko keluhan anggota, pelayanan suara konsumen dalam bentuk membebaskan pulsa atau *customer service*. KSPPS BMT Al Hikmah Semesta Jepara dapat mengelola keluhan nasabah dan membuat solusi perbaikan agar usahanya dianggap semakin berkualitas oleh nasabah.
2. Upaya KSPPS BMT Al Hikmah Semesta Jepara untuk menjalin komunikasi dan komitmen demi terciptanya kerjasama yang dapat menguntungkan kedua belah pihak, terutama BMT harus memperhatikan bahwa komunikasi yang baik yang terjalin dapat mendatangkan keberhasilan untuk jangka panjang, dengan cara memberikan pelayanan dan kinerja yang cepat dan unggul serta sering berinovasi dalam memperoleh nasabah baru maupun dalam mempertahankan loyalitas anggota.

3. Upaya KSPPS BMT Al Hikmah Semesta Jepara untuk meningkatkan loyalitas melalui *Relationship Marketing* dengan cara lebih meningkatkan kemampuan komunikasi karyawan BMT dalam memasarkan produknya kepada anggotanya
4. Penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel baru atau indikator baru sehingga mampu memberikan nilai indeks yang lebih tinggi serta dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah penelitian. Hal ini dapat ditunjukkan dari nilai koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini yang masih relatif kecil.

