

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan atas dasar hasil pengujian hipotesis maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Anggota. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik produk, maka Keputusan Anggota akan semakin baik.
2. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Anggota. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang diberikan tidak berpengaruh.
3. Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Anggota. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi tidak mempengaruhi anggota.
4. Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Anggota. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik promosi, maka Keputusan Anggota akan semakin baik.
5. Afiliasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Anggota. Hal ini menunjukkan bahwa afiliasi tidak mempengaruhi anggota.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa produk dan promosi memberikan pengaruh yang positif dalam memberikan keputusan anggota di BMT USA Jepara. Oleh karena itu, BMT USA diharapkan dapat mempertahankan serta meningkatkan strategi *marketing mix* secara berkala. Namun, tidak berarti tidak memperhatikan variabel lain.