

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *relationship marketing* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota pembiayaan ijarah muntahiya bit tamlik di BTM Surya Madinah Tulungagung dan diolah dengan SPSS 16, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Relationship marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota pembiayaan ijarah muntahiya bit tamlik di BTM Surya Madinah Tulungagung. Hal ini dilihat dari setiap penambahan untuk *relationship marketing* yang dilakukan oleh perusahaan maka loyalitas anggota pembiayaan ijarah muntahiya bit tamlik di BTM Surya Madinah Tulungagung meningkat pula, begitu pula sebaliknya.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota pembiayaan ijarah muntahiya bit tamlik di BTM Surya Madinah Tulungagung. Hal ini dilihat dari setiap penambahan untuk kualitas pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan maka loyalitas anggota pembiayaan ijarah muntahiya bit tamlik di BTM Surya Madinah Tulungagung meningkat pula, begitu pula sebaliknya.
3. *Relationship marketing* dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota pembiayaan ijarah muntahiya bit tamlik di BTM Surya Madinah Tulungagung. Hal ini dilihat dari setiap penambahan untuk *relationship marketing* dan kualitas

pelayanan secara bersama-sama yang dilakukan oleh perusahaan maka loyalitas anggota pembiayaan ijarah muntahiya bit tamlik di BTM Surya Madinah Tulungagung meningkat pula, begitu pula sebaliknya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka peneliti menyampaikan saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang peneliti sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung

Semoga penelitian ini memberikan manfaat untuk KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung serta bahan masukan untuk strategi mempertahankan para anggota dengan meningkatkan dan mempertahankan *relationship marketing* dan kualitas pelayanan sehingga loyalitas anggota (nasabah) akan terus meningkat terhadap KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.

2. Bagi Akademis IAIN Tulungagung

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu, khususnya mengenai *relationship marketing* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota (nasabah) pada lembaga keuangan syariah, bermanfaat untuk sumbangan teori, sebagai bahan referensi atau rujukan khususnya pada jurusan Perbankan Syariah dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dan dapat diperluas lagi variabel-variabel internal maupun eksternal yang mempengaruhi loyalitas anggota (nasabah).