

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh Bauran Pemasaran dan Pengetahuan Anggota terhadap Keputusan menjadi Anggota KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil temuan mengenai pengaruh bauran pemasaran secara positif dan signifikan terhadap Keputusan menjadi Anggota KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung. Artinya setiap kenaikan satu satuan unit pada variabel Bauran Pemasaran, akan menaikkan variabel Keputusan menjadi Anggota KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung dan sebaliknya, jika variabel Bauran Pemasaran mengalami penurunan satu satuan unit, maka variabel Keputusan menjadi Anggota KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung mengalami penurunan.
2. Hasil temuan mengenai pengaruh pengetahuan anggota secara positif dan signifikan terhadap Keputusan menjadi Anggota KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung. Artinya setiap kenaikan satu satuan unit pada variabel Pengetahuan Anggota, akan menaikkan variabel Keputusan menjadi Anggota KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung dan sebaliknya, jika variabel Pengetahuan Anggota mengalami penurunan satu

satuan unit, maka variabel Keputusan menjadi Anggota KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung mengalami penurunan.

3. Bauran pemasaran dan pengetahuan anggota secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan menjadi Anggota KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung. Artinya setiap kenaikan satu satuan unit pada variabel Bauran Pemasaran dan Pengetahuan Anggota akan menaikkan variabel Keputusan menjadi Anggota KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung dan sebaliknya jika variabel Bauran Pemasaran dan Pengetahuan Anggota mengalami penurunan satu satuan unit, maka variabel Keputusan menjadi Anggota KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung mengalami penurunan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian ini maka penulis menyarankan:

1. Bagi Marketing KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung

Dengan adanya penelitian ini, mengingat bahwa KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung adalah lembaga keuangan syariah yang semakin diminati, hendaknya pihak lembaga, khususnya bagian pemasaran (*marketing*) selalu meningkatkan bauran pemasaran dalam sistem penjualan produk-produknya, serta senantiasa meningkatkan pengetahuan anggota mengenai produk yang digunakan, pengetahuan pembelian, dan pengetahuan pemakaian produk-produk tersebut. Hal tersebut bertujuan

untuk menarik minat masyarakat sehingga mengambil keputusan untuk menjadi anggota KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.

2. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai penambah referensi terutama bagi praktisi lembaga keuangan syariah dalam pengelolaan lembaganya, khususnya dalam penentuan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam memilih suatu lembaga keuangan syariah.

3. Bagi Akademisi

Dari penelitian ini dapat dijadikan tambahan wawasan keilmuan di bidang perbankan syariah yang berkaitan dengan bauran pemasaran dan pengetahuan anggota terhadap keputusan menjadi anggota. Khususnya dalam mata kuliah manajemen pemasaran produk bank syariah.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai penambah wawasan dan peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan bauran pemasaran dan pengetahuan anggota terhadap keputusan menjadi anggota.