BAB VI
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti melalui penyebaran kuisioner dan pengolahan data hasil kuisioner mengenai pengaruh *brand image, marketing mix*, dan *relatiosnhip marketing* terhadap loyalitas anggota KSPPS BMT Peta Trenggalek dan Kopsyah BMT Berkah Trenggalek, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Brand Image* berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas anggota penabung di KSPPS BMT Peta Trenggalek dan Kopsyah BMT Berkah Trenggalek. Artinya semakin positif *Brand Image* yang dibangun oleh lembaga maka loyalitas anggota juga semakin meningkat.
2. *Marketing Mix* berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas anggota penabung di KSPPS BMT Peta Trenggalek dan Kopsyah BMT Berkah Trenggalek. Artinya bahwa semakin baik kualitas atribut-atribut *marketing mix* (produk, harga, tempat dan promosi) yang diberikan oleh BMT, maka akan semakin loyalitas anggota akan semakin meningkat.
3. *Relationship Marketing* berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas anggota penabung di KSPPS BMT Peta Trenggalek dan Kopsyah BMT Berkah Trenggalek. Semakin baik penerapan strategi *relationship marketing* oleh lembaga maka loyalitas anggota juga semakin meningkat, Begitu pula sebaliknya,

apabila penerapan *relationship marketing* buruk maka loyalitas anggota juga akan semakin menurun.

4. *Brand Image, Marketing dan Relationship Marketing* secara simultan atau bersama sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota penabung di KSPPS BMT Peta Trenggalek dan Kopsyah BMT Berkah Trenggalek. Artinya jika ketiga variabel tersebut dilaksanankan dengan baik, maksimal dan seimbang, maka loyalitas anggota akan muncul pada diri anggota itu sendiri dan menguntungkan lembaga.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan-pembahasan yang telah diuraikan dalam penelitian ini, peneliti memberikan saran yang mungkin dapat bermanfaat untuk diperhatikan.

1. Bagi KSPPS BMT Peta Trenggalek dan Kopsyah BMT Berkah Trenggalek

   Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk KSPPS BMT Peta Trenggalek dan Kopsyah BMT Berkah Trenggalek, serta bisa dijadikan bahan masukan untuk mempertahankan para anggota lama maupun menarik anggota baru. Dimana KSPPS BMT Peta Trenggalek dan Kopsyah BMT Berkah Trenggalek harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar anggota yang loyal pada BMT tersebut meningkat.

2. Bagi Akademis IAIN Tulungagung

   Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat

dan dapat dijadikan bahan referensi atau rujukan yang mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk dan bagi hasil terhadap minat menabung anggota. Khususnya untuk pengembangan jurusan Perbankan Syariah dan tambahan pustaka di perpustakaan IAIN Tulungagung.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai bahan acuan atau bahan pertimbangan untuk mengembangkan penelitian selanjutnya. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya memperluas objek penelitian, atau bisa menambahkan sampel yang lebih banyak lagi, serta menggunakan variabel lain yang belum dipakai dalam penelitian agar penelitian ini semakin berkembang