

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian tentang pengaruh pemasaran relasional, kualitas pelayanan dan tingkat margin terhadap loyalitas anggota pembiayaan murabahah di KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel pemasaran relasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota pembiayaan murabahah di KSPPS BMT Harapan Umat dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Sehingga hal ini menunjukkan semakin baik penerapan pemasaran relasional atau menjalin hubungan jangka panjang dengan nasabah pada KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung dan BMT Istiqomah maka loyalitas anggota pembiayaan murabahah di KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung akan semakin tinggi.
2. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota pembiayaan murabahah di KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Sehingga hal ini menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada anggota pembiayaan murabahah di KSPPS BMT Harapan Umat

Tulungagung maka akan semakin tinggi pula nilai nasabah sehingga terciptanya loyalitas anggota pembiayaan murabahah di KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

3. Variabel tingkat margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota pembiayaan murabahah di KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Sehingga hal ini menunjukkan semakin rendah tingkat margin yang diberikan maka akan semakin tinggi pula loyalitas anggota pembiayaan murabahah di KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.
4. Secara simultan variabel pemasaran relasional, kualitas pelayanan, dan tingkat margin berpengaruh positif dan simultan terhadap loyalitas anggota pembiayaan murabahah di KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

B. Saran

Dari hasil kesimpulan dalam penelitian ini, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga BMT

Lembaga dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai sumber informasi dalam menetapkan kebijakan-kebijakan di KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo

Tulungagung. Diharapkan lembaga dapat mempertahankan atau meningkatkan penerapan pemasaran relasional yang lebih baik, mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik kepada anggota, serta penetapan tingkat margin yang lebih rendah untuk anggota pembiayaan murabahah agar mampu menjaga loyalitas anggota pembiayaan murabahah yang lama maupun menciptakan loyalitas anggota pembiayaan murabahah yang baru.

2. Bagi Akademik IAIN Tulungagung

Diharapkan penelitian ini bisa bermanfaat bagi pengembangan ilmu ekonomi dan perbankan syariah khususnya mengenai pemasaran relasional, kualitas pelayanan, tingkat margin dan loyalitas nasabah untuk sumbangan teori, sebagai bahan referensi atau rujukan, dan acuan bagi penelitian yang akan datang.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk menambah atau menggunakan variabel-variabel maupun objek lain dari yang ada dalam penelitian ini karena masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas yang bisa digunakan untuk penelitian dengan mempertimbangkan kondisi nyata yang nyata yang terdapat di lapangan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian berikutnya.