

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan pengaruh *Marketing Mix* dan peran *customer service* terhadap keputusan menjadi anggota tabungan *mudharabah* di Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera Togogan Srengat Blitar maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Marketing Mix* memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota tabungan *mudharabah* di Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera Togogan Srengat Blitar kecuali pada elemen tempat.

Produk dalam tabungan *mudharabah* memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota tabungan *mudharabah* Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera di Togogan Srengat Blitar. Pada hubungan pengaruhnya bersifat positif, artinya semakin baik produk yang dimiliki Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera, maka akan meningkat daya tarik produk sehingga calon anggota memutuskan menjadi anggota produk tabungan *mudharabah*.

Harga dalam tabungan *mudharabah* memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota tabungan *mudharabah* Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera di Togogan Srengat Blitar. Pada hubungan pengaruhnya bersifat positif, artinya semakin tinggi harga yang ditawarkan oleh Koperasi

Syariah Podo Joyo Sejahtera, maka akan semakin tinggi bagi hasil yang diperoleh sehingga calon anggota memutuskan menjadi anggota produk tabungan *mudharabah*.

Tempat dalam tabungan *mudharabah* tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota tabungan *mudharabah* Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera di Togogan Srengat Blitar. Pada hubungan pengaruhnya bersifat negatif, artinya semakin baik tempat pada Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera, maka tidak mempengaruhi calon anggota untuk memutuskan menjadi anggota produk tabungan *mudharabah*.

Promosi dalam tabungan *mudharabah* memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota tabungan *mudharabah* Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera di Togogan Srengat Blitar. Pada hubungan pengaruhnya bersifat positif, artinya semakin banyak media promosi yang dilakukan pihak Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera, maka akan meningkat daya tarik atau minat calon anggota sehingga memutuskan menjadi anggota produk tabungan *mudharabah*.

2. Peran *customer service* dalam tabungan *mudharabah* memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota tabungan *mudharabah* Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera di Togogan Srengat Blitar. Pada hubungan pengaruhnya bersifat positif, artinya semakin baik penggunaan peran *customer service* yang dilakukan oleh Koperasi Syariah Podo Joyo

Sejahtera, maka akan meningkat daya tarik calon anggota sehingga memutuskan menjadi anggota produk tabungan *mudharabah*.

3. Pengujian secara simultan variabel *marketing mix* (produk, harga, tempat, promosi) dan peran *customer service* memberikan pengaruhnya secara bersama-sama terhadap keputusan menjadi anggota. Hal ini membuktikan, apabila peningkatan *marketing mix* (produk, harga, tempat, promosi) dan peran *customer service* secara terus-menerus dan bersamaan akan memberikan pengaruh yang sangat positif terhadap keputusan anggota.

B. Saran

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

1. Bagi lembaga Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera
 - a. Dari hasil penelitian bahwa *marketing mix* pada elemen harga dengan bagi hasil mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan anggota. Oleh karena itu, lembaga Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera harus mampu memberikan bagi hasil sesuai kesepakatan pada produk tabungan *mudharabah* supaya lebih banyak anggota memutuskan menjadi anggota dan dapat mempertahankan anggota yang sudah. Sehingga dapat meningkatkan jumlah anggota di Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera.

b. Meskipun *marketing mix* pada elemen harga dengan bagi hasil merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh tetapi, lembaga Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera juga tetap harus memperhatikan faktor lain seperti produk, promosi dan peran *customer service* yang diberikan kepada anggota. Hal ini dikarenakan harga, promosi dan peran *customer service* ikut berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota di Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera, sehingga harga, promosi dan peran *customer service* kepada anggota harus ditingkatkan dan dijaga untuk menciptakan kepuasan dan kenyamanan anggota.

2. Untuk Akademik

Semoga penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan dokumentasi sebagai bahan acuan dalam penelitian yang akan datang selain jurnal dan buku yang sudah ada serta dapat dijadikan sebagai tambahan perbendaharaan perpustakaan khususnya dalam kajian ilmu pemasaran.

3. Untuk Peneliti Lanjutan

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk meneliti peneliti selanjutnya.
- b. Penelitian ini hanya terbatas pada *marketing mix* (produk, harga, tempat, promosi) dan peran *customer service* sehingga diharapkan bagi penelitian selanjutnya lebih diperluas mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan anggota. Selain itu, penelitian ini hanya

mengambil sampel di satu tempat dan hanya pada lingkup tabungan *mudharabah* yakni di Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera di Togogan Srengat Blitar oleh karenanya diharapkan penelitian kedepan dapat menambah sampel-sampel yang tidak hanya lingkup Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera tetapi juga keseluruhan Bank Umum Syariah.