

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Hasil pengujian secara simultan diketahui bahwa hipotesis pertama yang diajukan benar yaitu variabel-variabel *relationship marketing* yang terdiri dari *trust* dan *familiarity*, secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota pada KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan.
2. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa hipotesis kedua yang diajukan benar, yaitu variabel *relationship marketing*, *trust* dan *familiarity*, secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota pada KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan.

Adapun variabel *relationship marketing* yang memiliki pengaruh terbesar terhadap loyalitas anggota adalah *familiarity*, yaitu nilai t-hitung yang dihasilkan 4,930 dengan tingkat signifikan yang dihasilkan kurang dari 5% (sig = 0.000). *familiarity* menunjukkan pengaruhnya lebih dominan terhadap loyalitas anggota.

Sedangkan *trust*, memiliki nilai t-hitung yang dihasilkan 2,767 dengan tingkat signifikan yang dihasilkan kurang dari 5% (sig = 0.007). dalam hal ini, *trust* juga berpengaruh secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota pada KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan.

B. Saran

Adapun hal-hal yang dapat penulis sampaikan sebagai masukan yang bersifat konstruktif kepada KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Upaya KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri untuk meraih loyalitas anggota sangat baik. Kepuasan yang tercipta pada anggota, terpupuk hingga memunculkan rasa *trust* yang tinggi terhadap KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan ini. Ketika *trust* muncul dan tertanam kuat dalam benak anggota, secara tidak langsung rasa *familiarity* itu tertanam dengan sendirinya. Kepercayaan yang tinggi memunculkan *sense of belonging*, dimana anggota merasa ada ikatan emosional positif terhadap pihak KJKS. Jika anggota telah merasa menjadi bagian keluarga dari KJKS ini maka loyalitas sudah tidak dapat diragukan lagi pencapaiannya. Hal ini merupakan dampak yang baik untuk KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan dalam pencapaian *loyalitas* anggota. Akan tetapi, untuk mempertahankan loyalitas anggota butuh sebuah komitmen satu sama lain untuk berusaha untuk saling

menjaga hubungan baik satu sama lain. Komitmen untuk saling mempertahankan hubungan untuk jangka panjang.

2. Komitmen dapat diperoleh dengan cara KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan menjadikan anggota sebagai prioritas utama, berjangka panjang, dan berdasarkan pada hubungan yang saling menguntungkan. Kemampuan karyawan (pengurus) dalam berinteraksi dengan anggota akan meningkatkan komitmen anggota terhadap KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan. Komitmen dapat ditunjukkan dengan terus menerus melakukan pembelajaran untuk menyediakan kebutuhan anggota dan kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan anggota, yang pada akhirnya akan membawa KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan pada terciptanya hubungan yang erat dengan anggotanya dan berujung pada loyalitas.