

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan KSPPS NUS Cabang Cilimus berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota, karena nilai Sig variabel kualitas pelayanan  $0,013 < 0,05$ .
2. Produk KSPPS NUS Cabang Cilimus berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota, karena nilai Sig variabel produk  $0,015 < 0,05$ .
3. Promosi KSPPS NUS Cabang Cilimus berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota, karena nilai Sig variabel promosi  $0,000 < 0,05$ .
4. Kualitas pelayanan KSPPS NUS Cabang Cilimus berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota, karena nilai Sig variabel kualitas pelayanan  $0,009 < 0,05$ .
5. Produk KSPPS NUS Cabang Cilimus berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota, karena nilai Sig variabel produk  $0,003 < 0,05$ .
6. Promosi KSPPS NUS Cabang Cilimus berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota, karena nilai Sig variabel promosi  $0,029 < 0,05$ .

7. Kepuasan Anggota KSPPS NUS Cabang Cilimus berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota, karena nilai Sig variabel kepuasan  $0,000 < 0,05$ .
8. Kualitas pelayanan, produk, dan promosi KSPPS NUS Cabang Cilimus berpengaruh terhadap kepuasan dan berdampak kepada loyalitas anggota, karena nilai Sig kualitas pelayanan  $0,0029$ , produk  $0,048$ , dan promosi  $0,016 < 0,05$ .

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. KSPPS NUS Cabang Cilimus hendaknya meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan pengurus dalam mengelola keuangan agar dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada anggota.
2. KSPPS NUS Cabang Cilimus hendaknya memberikan penawaran bunga/bagi hasil yang lebih kompetitif dibandingkan pesaing kepada anggota setia KSPPS NUS Cabang Cilimus.
3. KSPPS NUS Cabang Cilimus hendaknya meningkatkan efektivitas cara dan media promosi agar dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakan produk atau layanan KSPPS NUS Cilimus.