

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dibahas mengenai kesimpulan dan saran yang didapat setelah melakukan penelitian. Kesimpulan merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah dirumuskan. Saran yang dimaksud dibagi menjadi dua, yaitu saran untuk perusahaan dan saran untuk penelitian selanjutnya agar dapat dilakukan dengan lebih baik lagi.

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengumpulan, pengolahan data, dan analisis yang dilakukan pada penelitian ini, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Loyalitas anggota Koperasi Kredit Melania dipengaruhi oleh dua variabel, yaitu *Service Quality* (Kualitas Layanan) dan *Customer Satisfaction* (Kepuasan Pelanggan).
2. Terdapat 9 usulan perbaikan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan loyalitas anggota Koperasi Kredit Melania, yaitu:
 - a. Mempermudah syarat ketika mengajukan pinjaman modal
 - b. Menurunkan tingkat suku bunga pinjaman
 - c. Mengizinkan calon anggota dengan KTP luar Kota Bandung untuk dapat mendaftar menjadi anggota
 - d. Pembagian beban pembiayaan notaris pada saat mencairkan kredit
 - e. Meningkatkan kapasitas sistem informasi, seperti ketersambungan dengan semua cabang secara *online*
 - f. Meningkatkan penggunaan media sosial untuk sarana pemberian informasi seputar koperasi kepada anggota
 - g. Bekerja sama dengan bank agar dapat melakukan tarik tunai melalui ATM
 - h. Menambah jam operasional pada hari Sabtu, walaupun hanya setengah hari kerja

V.2 Saran

Terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada perusahaan dan peneliti selanjutnya. Kepada perusahaan (Koperasi Kredit Melania), saran yang diberikan adalah sebaiknya perusahaan mempertimbangkan untuk melakukan usulan yang diberikan, terutama usulan yang diutamakan yaitu SQ16. Tujuan penerapan usulan ini adalah agar loyalitas anggota Koperasi Kredit Melania dapat meningkat.

Saran yang dapat diberikan untuk peneliti yang akan melakukan penelitian lanjutan/sejenis adalah agar menggunakan subjek penelitian (responden) yang tidak hanya berasal dari Kantor Cabang Sukaluyu saja, melainkan juga kantor cabang lainnya. Dengan begitu, hasil yang nantinya didapatkan berlaku dan dapat diterapkan pada seluruh kantor cabang Koperasi Kredit Melania.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakti, I.G.M.Y., & Sumaedi, S. (2012). *The Role of Service Quality and Customer Satisfaction, A Case Study in Indonesia*. Emerald Group Publishing Limited.
- Bank Indonesia. (2017) Laporan Perekonomian Indonesia 2016. Jakarta. Diunduh dari: http://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan-tahunan/perekonomian/Pages/LPI_2016.aspx
- Bell, S. J., & Eisingerich, A. B. (2006). *The Paradox of Customer Education, Customer Expertise and Loyalty in the Financial Service Industry*. Emerald Group Publishing Limited.
- Chaniago, A.(1984). *Pengertian dan Prinsip Koperasi*. Jakarta: Salemba empat.
- Coelho, P. S., Henseler, J. (2009). *Creating Customer Loyalty Through Service Customization*. Emerald Group Publishing Limited.
- Garson, G. D. (2016). *Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Models*. Nort Country: Statistical Associates Publisher.
- Giovanis, A., Athanasopoulou, P., & Tsoukatos, E. (2014). *The Role of Service Fairness in the Service Quality – Relationship Quality – Customer Loyalty Chain*. Emerald Group Publishing Limited.
- Hair, J.F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010) *Multivariate Data Analysis, 7th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2012). *Using partial least squares path modeling in international advertising research: Basic concepts and recent issues*. In S. Okazaki (Ed.), *Handbook of research in international advertising* (pp. 252–276). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). *A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modelling*. Diunduh dari : springerlink.com
- Hox, J. J., & Bechger, T. M. (1998). *An Introduction to Structural Equation Modeling*. Diunduh dari: <http://joophox.net/publist/semfamre.pdf>.
- Kotler, & Keller. (2012). *Marketing Management, 14th edition*. Pearson Education. Diunduh dari: <http://socioline.ru/>
- Kwong K., & Wong K. (2013). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS. Marketing Bulletin, 2013, 24, Technical Note 1*.

- Monecke, A., & Leisch, F. (2012). *SemPLS: Structural Equation Modeling Using Partial Least Squares*. *Journal of Statistical Software*. Volume 48. Issue 3.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral Perspective On the Consumer*. New York: McGraw Hill.
- Presiden Republik Indonesia. (1992). Undang-undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, Jakarta.
- Presiden Republik Indonesia. (2012). Undang-undang Nomor 17 Tahun 2012 tentang Perkoperasian, Jakarta.
- Rombe, E. (2009). *Loyalitas Pelanggan dan Variabel yang Mempengaruhinya*. Bandung: UNPAD PRESS.
- Sekaran, U. (2003). *Research Method for Business: A Skill Building Approach*. New York: The Free Press.
- Stanton, W. J. (1996). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid ke Dua Edisi ke Tujuh*. Jakarta: Erlangga.
- Suhr, D. (2006). The Basics of Structural Equation Modeling. Diunduh dari: <https://www.lexjansen.com/wuss/2006/tutorials/TUT-Suhr.pdf>.
- Susanti, & Venusita, L. (2015). *Analisis SWOT pada Koperasi di Kalangan Pemuda BAKORWIL II*. Diunduh dari psp-kumkm.lppm.uns.ac.id.
- Suyanto, & Nurhadi. (2003). *IPS Ekonomi*. Yogyakarta: Erlangga.
- Tjiptono, F. (2002). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2007). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.
- Zeithaml, V.A., & Bitner, M. J. (2000). *Service Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm* (2nd ed.). Boston: Mc.Graw-Hill.