

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka kesimpulan atas hasil analisis tersebut yaitu:

1. Dimensi kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota Koperasi Wanita Setia Bhakti Surabaya. Hal ini terbukti dari nilai F hitung ($20.367 > F \text{ tabel } (2,31)$) atau signifikansi F ($0,000 < \alpha (0.05)$), dengan persamaan:

$$Y = 1.525 + 0.011X_1 + 0.133X_2 + 0.262X_3 + 0.031X_4 + 0.306X_5 + 1.161$$

2. Dimensi kualitas layanan yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas anggota adalah empati (*emphaty*), karena memiliki nilai memiliki nilai *beta standardized* yang paling besar dibanding dengan variabel lainnya yakni sebesar 0.306.

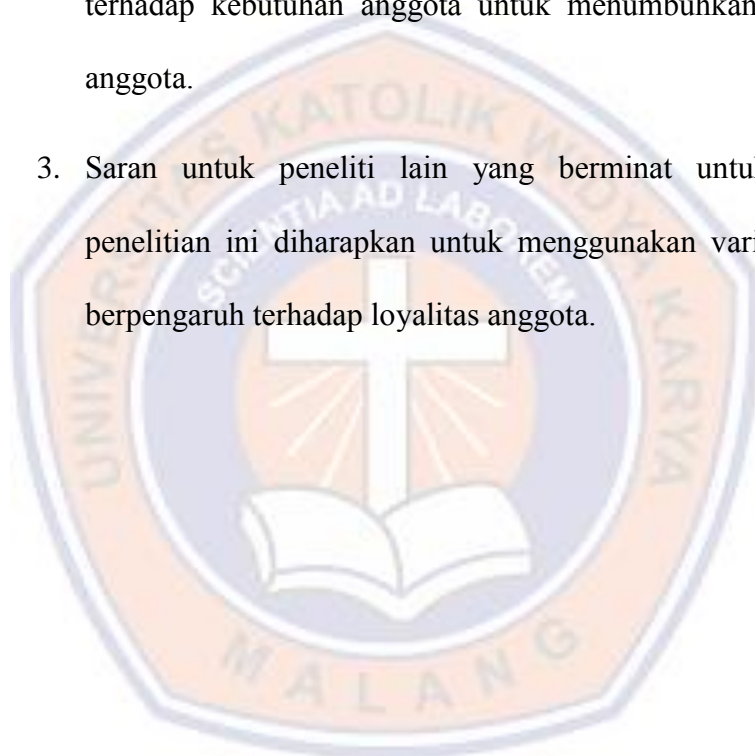
B. Saran

Dari hasil kesimpulan yang telah dikemukakan, maka saran yang dapat diberikan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak Koperasi Wanita Setia Bhakti adalah sebagai berikut:

1. Disarankan kepada Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita agar dalam memberikan pelayanan kepada anggota hendaknya tetap

memperhatikan faktor-faktor bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) dalam melakukan pelayanan kepada anggota.

2. Mengingat bahwa empati (*emphaty*) merupakan dimensi yang berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas anggota, maka disarankan kepada perusahaan untuk meningkatkan perhatian terhadap kebutuhan anggota untuk menumbuhkan loyalitas para anggota.
3. Saran untuk peneliti lain yang berminat untuk melanjutkan penelitian ini diharapkan untuk menggunakan variabel lain yang berpengaruh terhadap loyalitas anggota.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsini. 2013. *Prosedur penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Reneka Cipta
- Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Edisi VIII. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill.2007. *Costumer Loyalty*. Jakarta: Erlangga
- Hendrojogi. 2004. *Koperasi Asas-asas,Teori, dan Praktik*. (Rev). Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Jasfar. 2009. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Kotler, Philip. 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacata Media.
- Poniman, Budi. 2016, *Pengaruh Lokasi, Citra, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Anggota*, Journal on Education and Research - Volume 1 No 1.
- Priyatno, Duwi. 2013. *Analisis Korelasi, Regresi, Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Edisi I. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Subandi. 2010. *Ekonomi Koperasi (Teori dan Praktek)*. Bandung: Alfabeta
- Sumanto. 2014. *Statistika Terapan. CPAS (Center of Academic Publishing Service)*: Jogjakarta
- Supriyanto, Ahmad Sani & Vivi Maharani. 2013. *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia Teori Kuesioner dan Analisis Data*. UIN Maliki Press.
- Sugiyono. 2014. *Statistika terapan. CPAS (Center of Academic Publishing Service)*: Jogjakarta.
- Tjiptono. dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Stretegik*. Edisi 2.Yogyakarta: Andy.

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan dan Penelitian*.
Yogyakarta: Andy

