

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, pembahasan teoritis, dan pengujian hipotesis melalui pendekatan analisis jalur (path analysis), maka dapat disimpulkan beberapa hal utama sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan (X_1) terbukti tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y_1). Meskipun arah hubungan menunjukkan kecenderungan positif, namun secara statistik pengaruhnya tidak cukup kuat. Hal ini mengindikasikan bahwa perbaikan pelayanan saja belum mampu secara langsung meningkatkan kepuasan anggota Kopekoma secara signifikan.
2. Harga (X_2) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y_1). Temuan ini menegaskan bahwa persepsi terhadap harga yang adil, transparan, dan kompetitif menjadi faktor penting yang berkontribusi terhadap tingkat kepuasan anggota koperasi.
3. Kualitas pelayanan (X_1) terbukti tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y_2). Hal ini mengindikasikan bahwa pelayanan saja belum mampu secara langsung meningkatkan loyalitas anggota kopekoma.
4. Harga (X_2) menunjukan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menegaskan bahwa persepsi terhadap harga belum tentu meningkatkan loyalitas konsumen.

5. Kepuasan konsumen (Y1) mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y2). Hal ini menegaskan bahwa kepuasan anggota kopekoma belum dapat dijelaskan secara kuat untuk loyalitas konsumen dalam jangka Panjang.
6. Pada tahap analisis jalur kedua, variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Kepuasan Konsumen (Y1) memiliki arah pengaruh yang positif terhadap Loyalitas Konsumen (Y2), namun tidak ada satu pun yang menunjukkan signifikansi secara statistik. Dengan demikian, ketiga variabel tersebut belum dapat dijadikan sebagai prediktor yang kuat terhadap loyalitas anggota Kopekoma.
7. Pengaruh tidak langsung dari variabel X1 dan X2 terhadap Y2 melalui Y1 (sebagai mediator) menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen belum dapat menjalankan peran sebagai variabel mediasi secara signifikan. Ini memperkuat indikasi bahwa faktor-faktor lain seperti kedekatan emosional, kepercayaan, dan pengalaman jangka panjang dengan koperasi mungkin memainkan peran yang lebih besar dalam membentuk loyalitas.
8. Implikasi dari hasil ini menunjukkan bahwa meskipun arah hubungan antara variabel mendukung teori-teori sebelumnya, tidak semua hubungan signifikan secara empiris. Oleh karena itu, manajemen Kopekoma perlu mempertimbangkan pendekatan yang lebih holistik dalam membangun loyalitas, tidak hanya melalui pelayanan dan harga, tetapi juga dengan memperkuat nilai-nilai keanggotaan, komunikasi interpersonal, serta inovasi program koperasi.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen pada Koperasi Pegawai Kota Magelang (Kopekoma), maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. **Meningkatkan Efektivitas dan Profesionalisme Pelayanan.** Kopekoma perlu meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya dalam aspek kecepatan proses, ketepatan perhitungan, serta sikap ramah dan tanggap dari petugas. Pelatihan berkala kepada petugas koperasi mengenai etika pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat memperkuat hubungan antara koperasi dan anggotanya.
2. **Meninjau dan Menyesuaikan Strategi Harga.** Karena harga terbukti memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan dan loyalitas anggota, Kopekoma disarankan untuk meninjau ulang kebijakan harga agar tetap kompetitif. Penambahan program promosi, diskon loyalitas, atau reward point dapat memperkuat persepsi positif anggota terhadap nilai ekonomi koperasi.
3. **Mengoptimalkan Kepuasan Sebagai Penguat Loyalitas.** Kepuasan terbukti berperan penting sebagai mediator dalam membangun loyalitas. Oleh karena itu, Kopekoma perlu membangun sistem umpan balik pelanggan (customer feedback) secara berkala, agar dapat memonitor dan merespons kepuasan anggota secara aktif.
4. **Mengembangkan Sistem Informasi dan Digitalisasi.** Untuk menjawab tantangan zaman, Kopekoma dapat mempertimbangkan pengembangan

sistem digital, seperti aplikasi layanan anggota, informasi transaksi online, dan update harga secara real time. Inovasi ini akan memudahkan anggota dan memperkuat kesan modern serta profesionalisme koperasi.

5. **Melakukan Evaluasi dan Riset Berkelanjutan.** Untuk menjaga keberlanjutan dan adaptasi terhadap kebutuhan anggota, Kopekoma disarankan melakukan evaluasi rutin terhadap program layanan dan harga. Penelitian serupa dengan cakupan lebih luas atau penambahan variabel lain seperti citra merek, kepercayaan, dan kepuasan emosional juga perlu dipertimbangkan di masa mendatang.

