BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan dan diolah menggunakan *SPSS 16.0* mengenai pengaruh s*atisfaction, emotional bonding, trust, choice reduction and habit, history with company* terhadap *customer loyalty* di Kopontren Al Barkah dan KSPPS BMT PETA Cabang Blitar, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada Kopontren Al Barkah dan KSPPS BMT PETA Cabang Blitar.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *emotional bonding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada Kopontren Al Barkah dan KSPPS BMT PETA Cabang Blitar.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada Kopontren Al Barkah dan KSPPS BMT PETA Cabang Blitar.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *choice reduction and habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada Kopontren Al Barkah dan KSPPS BMT PETA Cabang Blitar.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *history with company* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada Kopontren Al Barkah dan KSPPS BMT PETA Cabang Blitar.

6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *satisfaction, emotional bonding, trust, choice reduction and habit, history with company* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada Kopontren Al Barkah dan KSPPS BMT PETA Cabang Blitar.

   Satisfaction (kepuasan), *emotional bonding* (ikatan emosi), *trust* (kepercayaan), *choice reduction and habit* (kemudahan), *history with company* (pengalaman dengan perusahaan) dapat merefleksikan *customer loyalty* (loyalitas pelanggan). Semakin tinggi kepuasan anggota, ikatan emosi yang terjalin, kepercayaan, kemudahan, dan pengalaman dengan perusahaan maka akan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan, begitupun sebaliknya semakin rendah kepuasan anggota, ikatan emosi yang terjalin, kepercayaan, kemudahan, dan pengalaman dengan perusahaan maka akan semakin rendah pula loyalitas pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka peneliti menyampaikan saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang peneliti sampaikan adalah sebagai berikut.

1. Bagi Akademis

   Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat dalam pengembangan ilmu, khususnya mengenai (kepuasan), *emotional bonding* (ikatan emosi), *trust* (kepercayaan), *choice reduction and habit* (kemudahan), *history with company* (pengalaman dengan perusahaan) dan

customer loyalty (loyalitas pelanggan) pada koperasi syariah. Penelitian ini juga diharapkan bermanfaat untuk sumbangan teori, sebagai referensi atau rujukan khususnya di jurusan Perbankan Syariah dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

2. Bagi Lembaga Keuangan (Koperasi Syariah)
   a. Kopontren Al Barkah

      Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan tambahan dalam mengambil keputusan mengenai kebijakan untuk mempertahankan loyalitas anggota Kopontren Al Barkah.

   b. KSPPS BMT PETA Cabang Blitar

      Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan tambahan dalam mengambil keputusan mengenai kebijakan untuk mempertahankan loyalitas anggota KSPPS BMT PETA Cabang Blitar.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dan berbagi sumber informasi bagi peneliti yang akan datang, serta peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel faktor internal maupun eksternal agar dapat diketahui faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas anggota pada koperasi syariah.