

BAB.VI

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis SEM (*Structural Equation Modeling*) dan SPSS 20.0 serta pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif signifikan dari *service quality* terhadap *customer satisfaction* produk murabahah pada KSPPS Baitul Izza Tulungagung. Hal ini karena nilai estimate positif artinya pengaruhnya positif.
2. Terdapat pengaruh positif signifikan dari *price* terhadap *customer satisfaction* produk murabahah pada KSPPS Baitul Izza Tulungagung. Nilai estimate positif artinya pengaruhnya positif.
3. Terdapat pengaruh positif signifikan dari *customer satisfaction* terhadap *repurchase intention* produk murabahah pada KSPPS Baitul Izza Tulungagung. Nilai estimate positif artinya pengaruhnya positif.
4. Tidak ada pengaruh signifikan *service quality* terhadap *repurchase intention* produk murabahah pada KSPPS Baitul Izza Tulungagung. Terdapat pengaruh positif signifikan dari *price* terhadap *repurchase intention* produk murabahah pada KSPPS Baitul Izza Tulungagung.. Nilai estimate positif artinya pengaruhnya positif.
5. Terdapat pengaruh positif signifikan dari *service quality* dan *price* terhadap *repurchase intention* melalui variabel intervening *customer satisfaction* produk murabahah pada KSPPS Baitul Izza Tulungagung

B. Implikasi

- i. Hasil analisis data menunjukkan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap *customer satisfaction* di KSPPS Baitul Izza Tulungagung .

Hal ini diketahui dari *critical ratio* (C.R) antara variabel *service quality* dengan *customer satisfaction*

- ii. Hasil analisis data menunjukkan bahwa *price* berpengaruh positif dan nilai signifikan secara langsung terhadap *customer satisfaction* . Hal ini diketahui dari nilai *critical ratio* (C.R) lebih besar dari yang ditentukan antara variabel *price* dengan *customer satisfaction* . Dengan nilai probabilitas kurang dari ketentuan
- iii. Hasil analisis data menunjukkan bahwa *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap *repurchase intention* Hal ini diketahui dari nilai *critical ratio* (C.R) memenuhi ketentuan yang ada. Dengan nilai probabilitas kurang dari ketentuan

C. Saran

1. Bagi Koperasi Syariah
 - a. Koperasi syariah perlu mengembangkan dan meningkatkan wawasan ekonomi syariah kepada masyarakat, karena anggota masyarakat merupakan konsumen yang tepat dalam pengembangan bisnis lembaga keuangan. Dengan adanya perkembangan lembaga keuangan syariah dalam bentuk koperasi syariah mampu meningkatkan perekonomian masyarakat.
 - b. Memperhatikan kepuasan anggota dengan memahami keluhan anggota melalui penyediaan kotak saran, pelayanan kritik dan saran melalui media online dan telepon dan pengaduan secara langsung dan setiap akhir ataupun awal dilakukan penilaian terhadap kinerja karyawan oleh anggota, agar anggota dapat menerima pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kinerja

yang diberikan sehingga akan dapat meningkatkan kepercayaan anggota, komitmen anggota dan enggan berpindah kelembaga lain.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya.

Dalam penelitian ini hanya dikemukakan tentang faktor-yang mempengaruhi *repurchase intention* dengan kualitas pelayanan, *price* dan kepuasan anggota anggota. Selanjutnya peneliti menyarankan untuk memasukkan variabel-variabel tersebut serta variabel lain yang dapat mempengaruhi *repurchase intention*.