

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data terkait faktor-faktor SCM yang memengaruhi loyalitas konsumen koperasi mahasiswa Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia, dapat disimpulkan beberapa hal, antara lain:

1. Analisis faktor konfirmatori menghasilkan 6 variabel dalam proses SCM yang memengaruhi loyalitas konsumen di Kopma BS UPI diantaranya, variabel variasi produk dengan faktor *loading* tertinggi pada indikator banyaknya pilihan dari masing-masing kategori produk, variabel harga dengan faktor *loading* tertinggi pada indikator daya saing harga, variabel ketepatan waktu dengan faktor *loading* tertinggi pada indikator pelayanan, variabel fasilitas dengan faktor *loading* tertinggi pada indikator kelengkapan, kebersihan, dan kerapian, variabel kualitas dengan faktor *loading* tertinggi pada indikator keunggulan produk dan variabel ketersediaan produk dengan faktor *loading* tertinggi pada indikator tata letak produk.
2. Faktor yang paling dominan dalam penelitian ini adalah kualitas, yang ditunjukkan oleh nilai faktor loading tertinggi dibandingkan yang lainnya pada faktor utama hasil analisis faktor konfirmatori. Sehingga, mengindikasikan bahwa dari enam variabel SCM yang memengaruhi loyalitas konsumen koperasi mahasiswa BS UPI, kualitas memiliki kontribusi terbesar.

5.2 Saran

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan faktor dominan yang memengaruhi loyalitas konsumen, maka Kopma BS UPI disarankan untuk lebih fokus pada upaya peningkatan kualitas.
2. Hasil dari faktor dominan yaitu kualitas, dengan nilai faktor *loading* tertinggi pada indikator keunggulan produk. Maka, Kopma BS UPI dapat membuat inovasi produk baru yang lebih unggul dibandingkan dengan kompetitor dan

disesuaikan dengan kebutuhan serta preferensi mahasiswa, dengan demikian para konsumen senantiasa menjadi lebih loyal terhadap Kopma BS UPI.

3. Penelitian hanya dilakukan pada satu koperasi mahasiswa yaitu Kopma BS UPI sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi ke koperasi lain atau ke sektor ritel secara umum hal tersebut untuk melihat perbandingan faktor SCM dan faktor dominan yang diteliti dengan menggunakan metode selain CFA, yaitu EFA atau menggunakan keduanya (kombinasi).