

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Terdapat pengaruh gaya kepemimpinan pengurus terhadap loyalitas anggota koperasi pada KUD BERDIKARI Desa Penerokan Kecamatan Bajubang. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,484 > 2,000$). Maknanya, semakin baiknya gaya kepemimpinan pengurus maka akan berakibat pada semakin tingginya pula loyalitas anggota koperasi dan sebaliknya.
2. Terdapat pengaruh *emotional branding* terhadap loyalitas anggota koperasi pada KUD BERDIKARI Desa Penerokan Kecamatan Bajubang. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ dan nilai yang menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($4,552 > 2,000$). Maknanya, apabila semakin tingginya *emotional branding* maka akan berakibat pada semakin tingginya loyalitas anggota dan sebaliknya.
3. Terdapat pengaruh gaya kepemimpinan pengurus dan *emotional branding* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas anggota koperasi pada KUD BERDIKARI Desa Penerokan Kecamatan Bajubang. Dibuktikan dengan nilai F sebesar 48,044 pada signifikansi 0,000 serta R^2 sebesar 0,620. Nilai R^2 menunjukkan bahwa variabel loyalitas anggota dapat dijelaskan oleh variabel gaya kepemimpinan dan *emotional branding* sebesar 62,0%. Maknanya, apabila gaya kepemimpinan pengurusnya

semakin baik dan *emotional branding* tinggi, maka mengakibatkan loyalitas anggotanya juga akan semakin tinggi dan begitupun sebaliknya.

5.2 Saran

Sehubungan dengan hasil penelitian yang telah diperoleh dan pembahasan yang ada, maka penulis mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Bagi Pengurus Koperasi

Pengurus koperasi beserta pimpinan hendaknya mampu menerapkan gaya kepemimpinan yang sesuai dan dibutuhkan oleh para anggotanya dan juga memperbaiki *emotional branding* dalam koperasi. Hal ini dimaksudkan agar para anggota merasa nyaman sehingga akan timbul loyalitas dari para anggota tersebut.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan permasalahan yang sama disarankan untuk dapat memilih subjek penelitian dengan karakteristik yang berbeda dan dapat meneliti variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas anggota koperasi selain variabel gaya kepemimpinan pengurus dan *emotional branding*. Sehingga dapat semakin mengembangkan ilmu pengetahuan.