

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN SERTA CITRA KOPERASI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS ANGGOTA

by Sutri Sutri

Submission date: 24-Oct-2019 08:56AM (UTC+0700)

Submission ID: 1199159727

File name: sutris_untuk_turnitin.pdf (553.79K)

Word count: 4722

Character count: 32098

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN SERTA CITRA KOPERASI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS ANGGOTA**QUALITY ANALYSIS OF SERVICE, TRUST AND COOPERATION IMAGE ON SATISFACTION AND LOYALTY OF MEMBERS**¹Sutrisno, ²Dwi Cahyono, ³Nurul Qomariah^{1,2,3}Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Muhammadiyah JemberEmail: ¹sutrisnokardjono@gmail.com, ²dwicahyono45@unmuhjember.ac.id,³nurulqomariah@unmuhjember.ac.id**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, citra koperasi terhadap kepuasan dan loyalitas anggota. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota Koprimka "Anjasmoro" Jember. Sampel yang digunakan sebanyak 84 responden, menggunakan perhitungan dengan rumus slovin. Alat analisis menggunakan path analysis. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, citra koperasi secara individu berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota. Kualitas pelayanan, kepercayaan dan citra koperasi secara individu berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota. Kepuasan anggota berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas anggota. Analisis koefisien determinasi pada model 1 menunjukkan bahwa 44.6% kepuasan anggota Koprimka "Anjasmoro" dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kepercayaan dan citra koperasi, sedangkan sisanya 55.4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model atau persamaan. Analisis koefisien determinasi pada model 2 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, citra koperasi dan kepuasan anggota dapat mempengaruhi loyalitas anggota sebesar 60.4%, sedangkan sisanya 39.6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model atau persamaan.

Kata Kunci: pelayanan, kepercayaan, citra, kepuasan dan loyalitas anggota

22

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the influence of service quality, trust, image of cooperative to the satisfaction and loyalty of members. Quantitative descriptive research type with explanatory research design. The population in this study is all members of Koprimka "Anjasmoro" Jember. The sample used was 84 respondents, using calculation with slovin formula. Analyzer uses path analysis. The result of hypothesis test shows that service quality, trust, image of cooperative individually have a significant positive effect on member satisfaction. Quality of service, trust and image of cooperatives individually positively significant effect on member loyalty through member satisfaction. Member satisfaction positively significant influence on member loyalty. The analysis of coefficient of determination on model 1 shows that 44.6% satisfaction of members of Koprimka "Anjasmoro" is influenced by service quality, trust and image of cooperative, while the rest 55.4% influenced by other variables outside model or equation. Determination coefficient analysis in model 2 shows that service quality, trust, cooperative image and member satisfaction can influence member loyalty by 60.4%, while the remaining 39.6% is influenced by other variables outside model or equation.

Keywords: service, trust, image, satisfaction and member loyalty

PENDAHULUAN

Badan usaha adalah kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 menjelaskan bahwa badan hukum adalah sekumpulan orang dan atau modal yang merupakan kesatuan, baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha yang meliputi pereroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah dengan nama dan dalam bentuk apapun, firma, kongsi, koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi sosial politik, atau orgganisasi lainnya, lembaga dan bentuk badan lainnya termasuk kontrak investasi kolektif dan bentuk badan usaha tetap.

Indonesia merupakan negara yang didalamnya terdapat berbagai macam badan usaha. Yani (2003:1) menyatakan bahwa Perseroan Terbatas merupakan bentuk badan usaha kegiatan ekonomi yang mendapat porsi perhatian yang paling tinggi. Perseroan Terbatas merupakan bentuk usaha kegiatan ekonomi yang paling disukai saat ini, di samping karena pertanggungjawaban yang bersifat terbatas, perseroan terbatas juga memberikan kemudahan bagi pemilik atau pemegang sahamnya untuk mengalihkan perusahaannya dengan menjual seluruh saham yang dimilikinya pada perusahaan tersebut.

Selain Perseroan Terbatas, koperasi juga merupakan badan usaha yang diminati oleh masyarakat Indonesia. Walaupun koperasi bukan badan usaha yang paling diminati, namun eksistensi koperasi di Indonesia tetap terjaga. Hal tersebut dibuktikan melalui data jumlah koperasi yang dipublikasikan oleh Kementrian Koperasi melalui situs resminya depkop.go.id.

Berdasarkan data yang diperoleh dari kementrian koperasi diatas, terdapat peningkatan jumlah koperasi yang aktif dan anggota dari koperasi itu sendiri. Sampai dengan bulan Desember 2015 tercatat sebanyak 212.135 unit koperasi yang ada di Indonesia, dengan jumlah anggota sebanyak 37.780.000. Jumlah tersebut lebih besar dibandingkan tahun 2014 yakni sebanyak 209,488 unit koperasi yang ada di Indonesia, dengan jumlah anggota sebanyak 30.443.953. Data ini lebih besar dari data pada bulan yang sama di tahun 2013 dimana unit koperasi yang tercatat secara Nasional sebanyak 203.701 dengan jumlah anggota sebanyak 35.258.126. Di tahun 2012 unit koperasi yang tercatat secara Nasional sebanyak 194.295 dengan jumlah anggota sebanyak 33.869.439.

Jumlah tersebut lebih besar dari tahun 2011 dimana unit koperasi yang tercatat sebanyak 188.181 dengan jumlah anggota sebanyak 30.849.913. Serta tahun 2010 unit koperasi yang tercatat sebanyak 177.482 dengan jumlah anggota 30.461.121. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa perhatian dan keinginan masyarakat Indonesia untuk berkoperasi setiap tahunnya semakin meningkat.

Lembaga koperasi oleh banyak kalangan, diyakini sangat sesuai dengan budaya dan tata kehidupan bangsa Indonesia. Di dalamnya terkandung muatan menolong diri sendiri, kerjasama untuk kepentingan bersama (gotong royong) dan beberapa esensi moral lainnya. Sangat banyak orang mengetahui tentang koperasi meski belum tentu sama pemahamannya, terlebih hanya sebagian kecil dari populasi bangsa ini yang mampu berkoperasi secara benar dan konsisten. Sehingga koperasi perlu melakukan tindakan agar anggota dapat konsisten dalam berkoperasi. Konsistensi anggota dalam berkoperasi merupakan salah satu bentuk loyalitas anggota.

Kotler dan Keller (2007) mengemukakan bahwa pelanggan yang puas dan loyal merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Mempertahankan semua pelanggan yang ada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada.

Koperasi yang ingin mempertahankan loyalitas anggota harus mampu menjaga kepuasan anggotanya. Lovelock & Wirtz (2011) mengemukakan bahwa **kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Sangat dibutuhkan penelitian untuk membuktikan ada atau tidaknya harapan sebelumnya yang merupakan bagian terpenting dalam kepuasan.**

Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu kunci untuk memuaskan anggota sehingga mereka loyal pada koperasi. Ropke (2003:53) menyatakan bahwa **partisipasi anggota dalam pelayanan yang diberikan oleh koperasi akan terwujud jika terjalin kesesuaian** diantara anggota, program, dan organisasi yang ada di koperasi tersebut. Dengan pelayanan yang prima akan memuaskan anggota sehingga akan tertarik dan menjadi pelanggan setia di koperasi tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Guspul dan Ahmad (2012) membuktikan bahwa kualitas pelayanan dari pengurus koperasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi. Qomariah (2012) bukan hanya membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, tapi juga membuktikan bahwa kualitas

pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Rusandi (2004) juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota. Pada objek penelitian yang berbeda Zain (2013), Suwandi, dkk (2015) dan Pramana dan Rastini (2016) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas.

Hal lain yang juga merupakan faktor penting untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas anggota adalah kepercayaan anggota. Kepercayaan menjadi sangat penting untuk menjalin hubungan karena seseorang tidak dapat membangun hubungan yang sebenarnya tanpa adanya kepercayaan. Ropke (2003:153) menyatakan bahwa kepercayaan akan meningkatkan atau memperluas kemampuan bertindak. Maksudnya, anggota yang memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap koperasi memiliki kesadaran untuk berpartisipasi aktif dalam koperasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi dan Seminari (2015) membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Pada objek penelitian yang berbeda Pramana dan Rastini (2016) bukan hanya membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, tetapi juga membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota.

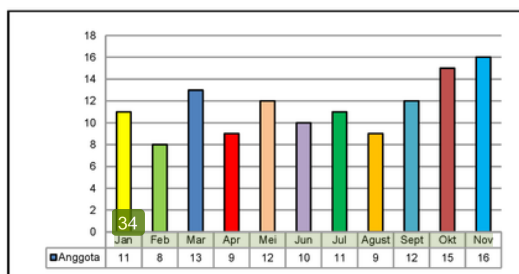
Selain itu memiliki citra baik di masyarakat merupakan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan, keuntungan jangka panjang tersebut meliputi kepercayaan publik terhadap layanan dan produk perusahaan. Elvinaro (2011:62) mengemukakan bahwa citra perusahaan adalah pandangan atau kesan dari pihak lain dalam melihat perusahaan, citra juga merupakan aset penting dari perusahaan maupun organisasi serta kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengalamannya.

Qomariah (2012) yang membuktikan bahwa citra institusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada objek penelitian yang berbeda Suwandi, dkk (2015) bukan hanya membuktikan bahwa citra institusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, tetapi juga membuktikan bahwa citra institusi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota. Hidajahningtyas, dkk (2013) membuktikan bahwa citra perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas anggota.

Koprimka “Anjasmoro” merupakan salah satu Koperasi yang terletak di Jalan Wijaya Kusuma No. 13 Jember. didirikan oleh Pegawai PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 9 Jember, serta dikelola untuk kepentingan Pegawai. Jadi anggota Koprimka “Anjasmoro” adalah orang-orang yang bekerja di wilayah PT. Kereta Api Indonesia

(Persero) Daop 9 Jember. Anggota Koprimga "Anjasmoro" juga berasal dari berbagai kota, mulai dari Kota Pasuruan sampai Kota Banyuwangi. Jumlah anggota yang banyak dan berada di berbagai Kota merupakan salah satu kendala bagi Koprimga "Anjasmoro" untuk memberikan pelayanan dengan baik dan maksimal. Koprimga "Anjasmoro" harus berupaya agar setiap anggota dapat merasakan pelayanan yang memuaskan sehingga anggota tersebut dapat loyal terhadap koperasi.

Gambar 1. *Take Over* Pinjaman Anggota Koprimga "Anjasmoro" ke Bank BRI Tahun 2016



Sumber: Koprimga "Anjasmoro"

Perkembangan Koprimga "Anjasmoro" mengalami kendala pemodaln karena terdapat anggota yang tidak loyal terhadap koperasi. Hal itu dibuktikan dengan jumlah kasus anggota yang melakukan pinjaman pada instansi keuangan lainnya. Berdasarkan data yang diperoleh dari Koprimga "Anjasmoro", pada tahun 2016 terdapat 126 anggota yang melakukan *take over* atau memindahkan pinjamannya ke Bank tertentu. Pada akhir tahun 2016 jumlah anggota yang melakukan *take over* semakin meningkat. *Take over* tersebut dilakukan karena mereka merasa instansi Bank memiliki suku bunga yang lebih rendah. Seharusnya ketika anggota melakukan *take over*, anggota tersebut harus melunasi pinjaman di Koprimga "Anjasmoro", namun terdapat beberapa anggota yang tidak melunasi sisa pinjamannya pada Koprimga "Anjasmoro".

Permasalahan pinjaman bukan hanya terjadi pada anggota yang melakukan *take over*. Masalah pinjaman juga terjadi pada anggota yang tidak melakukan *take over*. Anggota yang memiliki pinjaman di koperasi harus melakukan pembayaran secara rutin sesuai dengan kesepakatan. Kesepakatan tersebut tidak sepenuhnya dilaksanakan oleh anggota. Masih terdapat beberapa anggota yang telat melakukan pembayaran angsuran bahkan sampai telat berbulan-bulan. Keterlambatan pembayaran ini menjadi masalah tersendiri dalam permodalan Koprimga "Anjasmoro".

Anggota yang loyal pada dasarnya akan sangat membantu dalam hal permodalan, karena anggota tersebut nantinya akan membayar simpanan pokok dan wajib. Simpanan Pokok dan Simpanan Wajib merupakan salah satu sumber pemodalannya atau ekuitas dari Kopriska "Anjasmoro". Anggota koperasi memiliki kewajiban untuk membayar simpanan tersebut. Pembayaran Simpanan Pokok dan Simpanan Wajib dibayarkan melalui potongan gaji anggota setiap bulannya. Kopriska "Anjasmoro" telah melakukan kerjasama dengan beberapa Bank, sehingga pihak Bank sudah mempunyai sistem untuk melakukan potongan gaji pada masing-masing anggota.

Walaupun sudah terdapat sistem, tetapi setiap bulannya jumlah potongan gaji yang masuk ke rekening Kopriska "Anjasmoro" lebih kecil dari jumlah yang seharusnya. Hal tersebut terjadi karena gaji anggota sudah terlebih dahulu dipotong oleh pinjaman lainnya. Sehingga jumlah gaji tidak mencukupi untuk dilakukan potongan. Sistem otomatis akan menolak untuk melakukan potongan jika jumlah gaji tidak mencukupi. Hal lain yang menyebabkan terjadinya ketidaksesuaian jumlah potongan gaji adalah kesengajaan anggota. Anggota dengan sengaja melakukan penarikan uang sesaat setelah gaji masuk ke rekening. Sehingga karena saldo tidak mencukupi, maka sistem tidak bisa melakukan potongan gaji.

Loyalitas anggota koperasi sangatlah penting. ⁶ Berkembang atau tidaknya koperasi dipengaruhi oleh loyalitas anggota dalam berpartisipasi aktif. Semakin banyak anggota koperasi yang loyal, maka semakin besar peluang koperasi tersebut untuk berkembang dan maju, sehingga dapat bersaing dengan Badan Usaha lain. Loyalitas anggota koperasi dapat dilihat dari keaktifan anggota dalam pemupukan modal, memberikan pendapat di dalam maupun di luar rapat anggota serta keaktifan dalam melakukan transaksi Simpanan dan Pinjaman dalam kegiatan usaha Koperasi. Adapun ⁵⁵ rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. ⁴ Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota?
3. Apakah citra koperasi signifikan terhadap kepuasan anggota?
4. ⁴ Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota?
4. ⁴ Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota?
6. ⁴ Apakah citra koperasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota?
7. Apakah kepuasan anggota berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota? ⁵⁴

Sedangkan tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota?
2. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan anggota?
3. Menganalisis pengaruh citra koperasi terhadap kepuasan anggota?
4. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas?
5. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas anggota?
6. Menganalisis pengaruh citra koperasi terhadap loyalitas anggota?
7. Menganalisis pengaruh kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota?

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kotler (2007) menyatakan bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Tjiptono (2007) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Kepercayaan

Menurut Jasar (2005:167), kepercayaan adalah perekat yang memungkinkan perusahaan untuk mempercayai orang lain dalam mengorganisir dan menggunakan sumber daya secara efektif dalam menciptakan nilai tambah untuk stakeholder. Sedangkan menurut Ropke (2003:151) kepercayaan adalah keyakinan bahwa pihak lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan sehingga dapat meningkatkan kinerja individu dalam menjalankan kegiatan dalam organisasi.

Citra Koperasi

Kotler dan Keller (2009:607) mengemukakan bahwa citra terdiri dari kepercayaan, ide, dan kesan yang dipegang oleh seseorang terhadap sebuah objek. Sebagian besar sikap dan tindakan orang terhadap suatu objek di pengaruhi oleh image suatu objek. Aaker (2006:22) mengemukakan bahwa citra adalah total kesan dari pikiran seseorang atau kelompok tentang sebuah objek. Citra atau image merupakan hasil

evaluasi dari diri seseorang berdasarkan pengertian dan pemahaman terhadap rangsangan yang telah di olah, diorganisasikan dan di simpan dalam benak konsumen.

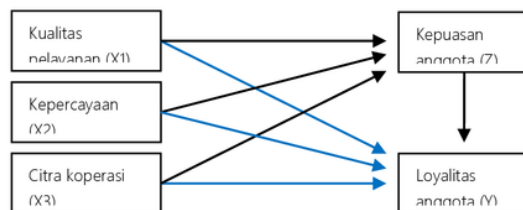
Kepuasan Anggota

Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan diharapkan (Lupiyoadi dan Hamdani, 2008:192). Seorang konsumen jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Kotler dan Keller (2007:177) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Loyalitas Anggota

Komitmen yang menyertai pembelian berulang tersebut adalah keadaan dimana konsumen tidak mau berpindah walaupun produk maupun jasa tersebut sedang langka dipasaran dan konsumen dengan sukarela merekomendasikan produk maupun jasa tersebut kepada rekan, keluarga atau konsumen yang lain. Sutisna (2003:41) mendefinisikan loyalitas adalah sikap menyenangkan terhadap suatu merek yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu sepanjang waktu. Tjiptono (2008:110) mendefinisikan loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang.

Kerangka Konseptual



Gambar 2. Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota

H2: Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota

H3: Citra koperasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota

H4: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota

H5: Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota

H6: Citra koperasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota

H7: Kepuasan anggota berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota

33

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

5 Desain penelitian dalam penelitian ini adalah eksplanatori. Penelitian Eksplanatori adalah penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hipotesis guna memperkuat atau mungkin menolak teori atau hipotesis dari hasil penelitian yang sudah ada.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota Kopriska "Anjasmoro" PT. KAI (Persero) Daop 9 Jember, yakni berjumlah 498 anggota. Sampel yang digunakan sebanyak 84 responden, menggunakan perhitungan dengan rumus slovin. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability* sampling dengan pendekatan *purposive sampling*.

Analisis Data

44 Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah *path analysis*. Berikut persamaan yang dibuat berdasarkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

$$Z = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e_1 \quad \text{Model 1}$$

$$Y = b_4X_1 + b_5X_2 + b_6X_3 + b_7Z + e_2 \quad \text{Model 2}$$

7 Analisis data menggunakan uji instrumen data (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas), uji hipotesis dan analisis koefisien determinasi.

58

HASIL DAN PEMBAHASAN

7 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

43 Hasil perhitungan uji validitas menunjukkan bahwa seluruh nilai *sig 2-tailed* indikator memiliki nilai lebih kecil daripada nilai signifikansi 0,05, sehingga kuisisioner 26 yang digunakan dalam penelitian dinyatakan valid. Sedangkan hasil uji reliabilitas 25 menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai *cronbach's alpha* di atas 0,7, sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur dan kuisisioner dinyatakan handal atau reliabel.

12 Hasil Analisis Jalur

Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel

Tabel 1. Koefisien Jalur

29 Variabel	Koefisien
H1 X1 → Z	0.242
H2 X2 → Z	0.371
H3 X3 → Z	0.341
H4 X1 → Y	0.185
H5 X2 → Y	0.306
H6 X3 → Y	0.220
H7 Z → Y	0.273

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan anggota, yang berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan anggota Koprimga "Anjasmoro". Kepercayaan memiliki pengaruh positif atau searah terhadap kepuasan anggota, yang berarti jika kepercayaan anggota semakin meningkat maka kepuasan anggota Koprimga "Anjasmoro" juga akan meningkatkan. Citra koperasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan anggota, yang berarti jika citra koperasi semakin baik maka akan meningkatkan kepuasan anggota Koprimga "Anjasmoro". Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas anggota, yang berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka loyalitas anggota Koprimga "Anjasmoro" juga akan semakin meningkat. Kepercayaan memiliki pengaruh positif atau searah terhadap loyalitas anggota, yang berarti jika kepercayaan anggota

semakin meningkat maka loyalitas anggota Koprimga “Anjasmoro” juga akan semakin meningkatkan. Citra koperasi memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas anggota, yang berarti jika citra Koprimga “Anjasmoro” semakin baik maka anggota akan semakin loyal menggunakan jasa koperasi. Kepuasan anggota memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas anggota, yang berarti jika kepuasan anggota semakin meningkat maka loyalitas anggota Koprimga “Anjasmoro” juga akan mengalami peningkatan.

Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis pertama menunjukkan kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.019 lebih kecil dari 0.05, yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Nilai signifikansi dari kepercayaan pada hipotesis kedua adalah sebesar 0.001 lebih kecil dari 0.05, yang berarti kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Hipotesis ketiga menunjukkan citra koperasi memiliki nilai signifikansi sebesar 0.001 lebih kecil dari 0.05, yang berarti citra koperasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Nilai signifikansi dari kualitas pelayanan pada hipotesis keempat adalah sebesar 0.026 lebih kecil dari 0.05, yang berarti kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota. Nilai signifikansi dari kepercayaan pada hipotesis kelima adalah sebesar 0.001 lebih kecil dari 0.05, hal ini membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Hipotesis keenam menunjukkan citra koperasi memiliki nilai signifikansi sebesar 0.009 lebih kecil dari 0.05, hal ini membuktikan citra koperasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Nilai signifikansi dari kepuasan anggota pada hipotesis ketujuh adalah sebesar 0.002 lebih kecil dari 0.05, yang berarti kepuasan anggota berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota

Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Nilai *Adjusted R Square* pada model 1 sebesar 0.446 menunjukkan bahwa 44.6% kepuasan anggota Koprimga “Anjasmoro” dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kepercayaan dan citra koperasi, sedangkan sisanya 55.4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model atau persamaan. Nilai *Adjusted R Square* pada model 2 sebesar 0.604 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, citra koperasi dan kepuasan anggota dapat

mempengaruhi loyalitas anggota sebesar 60.4%, sedangkan sisanya 39.6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model atau persamaan

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota

Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa, untuk meningkatkan kepuasan anggota, pengurus koperasi perlu memberikan pelayanan yang baik dan cepat. Kecepatan dalam memberikan layanan merupakan hal yang penting dalam memuaskan anggota. Kecepatan dalam memberikan layanan tersebut dapat diwujudkan melalui prosedur dalam melakukan pinjaman. Prosedur untuk melakukan pinjaman harus mudah, baik dari segi efisiensi waktu dan persyaratan yang harus dipenuhi. Pengurus juga harus memiliki kesigapan dalam membantu anggota, ketika anggota memerlukan bantuan maka pengurus harus siap membantu dan mengarahkan. Oleh karena itu penting sekali bagi pengurus koperasi untuk dapat memahami keluhan anggota dan memberikan respon yang baik. Selain dari pengurus, kepuasan anggota juga dapat ditingkatkan melalui kantor yang bersih dan penampilan pengurus koperasi rapih. Hasil ini sesuai dengan pernyataan Tjiptono (2007) bahwa kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Jika harapan konsumen dapat terpenuhi maka akan memberikan kepuasan pada konsumen. Guspul dan Ahmad (2012) membuktikan bahwa kualitas pelayanan dari pengurus koperasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi. Pada objek penelitian yang berbeda Qomariah (2012), Zain (2013), Suharto (2014), Pratiwi dan Seminari (2015), Suseno dan Kusubagio (2015) dan Suwandi, dkk (2015) juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota

Pengujian hipotesis ini membuktikan bahwa jika kepercayaan anggota semakin meningkat terhadap koperasi maka kepuasan anggota juga akan semakin meningkat. Kepercayaan anggota tersebut dapat terbentuk dari beberapa faktor, seperti keteladanan pengurus, kemudahan dan lain-lain. Dalam setiap kegiatan koperasi, pengurus memiliki harus keteladanan atau memberikan contoh yang baik untuk para anggota. Keteladanan pengurus tersebut akan memunculkan nilai positif tersendiri bagi anggota, sehingga kepercayaan anggota terhadap pengurus dan koperasi akan semakin meningkat.

Koprimka “Anjasmoro” Jember juga harus membuktikan bahwa mudah untuk diajak berkerja sama, khususnya dalam hal pinjaman. Kemudahan yang diberikan koperasi akan membuat anggota merasa bahwa koperasi benar-benar memiliki komitmen untuk membantu dan mensejahterahkan anggota. Sehingga pada akhirnya anggota selalu memperoleh manfaat yang diinginkan melalui Koprimka Anjasmoro, Jember.

Hasil ini sesuai dengan pernyataan Ropke (2003:153) menyatakan bahwa kepercayaan akan meningkatkan atau memperluas kepuasan serta kemampuan bertindak. Artinya anggota yang percaya terhadap koperasi, bahwa koperasi akan benar-benar melakukan kewajibannya dalam membantu dan mensejahterahkan anggota, merupakan hal yang diharapkan oleh anggota. Anggota akan puas jika harapannya dapat terwujud. Hasil penelitian juga didukung oleh penelitian Pratiwi dan Seminari (2015) yang membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Pada objek penelitian yang berbeda Pramana dan Rastini (2016) juga membuktikan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota.

Pengaruh Citra Koperasi Terhadap Kepuasan Anggota

Pengujian hipotesis membuktikan bahwa jika citra yang dimiliki oleh Koprimka “Anjasmoro” semakin baik maka kepuasan anggota juga akan semakin meningkat. Anggota yang memandang Koprimka “Anjasmoro” merupakan koperasi yang baik dan bertanggung jawab akan merasa puas telah menjadi bagian dari Koprimka “Anjasmoro”. Citra koperasi yang baik dapat diciptakan melalui tanggung jawab. Koprimka “Anjasmoro” harus membuktikan kepada anggota bahwa Koprimka “Anjasmoro” merupakan koperasi yang memiliki integritas tinggi dan bertanggung jawab terhadap anggota. Jika Koprimka “Anjasmoro” dapat konsisten melakukan hal tersebut maka reputasi dari Koprimka “Anjasmoro” akan semakin baik dimata anggota. Hal yang juga penting dalam membangun citra koperasi adalah penerapan budaya gotong royong. Koprimka “Anjasmoro” telah membuktikan bahwa Koprimka “Anjasmoro” merupakan koperasi yang menjunjung tinggi budaya gotong royong, sehingga hal tersebut membuat para anggota menjadi puas telah menjadi bagian dari Koprimka “Anjasmoro”. Hasil ini sesuai dengan pernyataan Elvinaro (2011:62) bahwa citra perusahaan adalah pandangan atau kesan dari pihak lain dalam melihat perusahaan, citra juga merupakan aset penting dari perusahaan maupun organisasi serta kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengalamannya. Hasil penelitian juga didukung oleh penelitian

Qomariah (2012) yang membuktikan bahwa citra institusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada objek penelitian yang berbeda Suwandi, dkk (2015) juga membuktikan bahwa citra memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Melalui Kepuasan Anggota

Hasil koefisien jalur menunjukkan jika kualitas pelayanan semakin baik maka loyalitas anggota akan meningkat. Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu kunci untuk memuaskan anggota sehingga mereka loyal pada koperasi. Efek dari kepuasan tersebut adalah loyalitas anggota terhadap Koprimga "Anjasmoro". Pengurus koperasi Koprimga "Anjasmoro" selalu berusaha melakukan pelayanan yang maksimal, sehingga kepuasan anggota juga berada pada batas maksimal. Kepuasan anggota tersebut berbuah manis bagi Koprimga "Anjasmoro", hal itu dibuktikan dengan partisipasi aktif anggota pada kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh Koprimga "Anjasmoro" dan keaktifan dalam mengikuti Rapat Anggota Tahunan (RAT). Hasil ini sesuai dengan pernyataan Ropke (2003:53) bahwa partisipasi anggota dalam pelayanan yang diberikan oleh koperasi akan terwujud jika terjalin kesesuaian antara anggota, program, dan organisasi yang ada di koperasi tersebut. Dengan pelayanan yang prima akan memuaskan anggota sehingga akan tertarik dan menjadi pelanggan setia di koperasi tersebut. Hasil ini juga diperkuat oleh penelitian Rusandi (2004) yang membuktikan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota. Pada objek yang berbeda Qomariah (2012), Hidajahningtyas, dkk (2013), Zain (2013), Suwandi, dkk (2015) dan Pramana dan Rastini (2016) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Anggota Melalui Kepuasan Anggota

Hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota memiliki pengaruh positif signifikan. Keteladanan pengurus Koprimga "Anjasmoro" membuat anggota nyaman dan percaya terhadap jasa pinjaman yang ditawarkan. Kepercayaan tersebut membuat anggota menjadi puas ketika menggunakan jasa pinjaman dan akhirnya menjadi loyal terhadap Koprimga "Anjasmoro". Kepercayaan menjadi sangat penting untuk menjalin hubungan karena seseorang tidak dapat membangun hubungan yang sebenarnya tanpa adanya kepercayaan.

Hasil ini sesuai dengan pernyataan Ropke (2003:153) menyatakan bahwa kepercayaan akan meningkatkan atau memperluas kemampuan bertindak. Maksudnya, anggota yang memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap koperasi memiliki kesadaran untuk berpartisipasi aktif dalam koperasi. Sebagaimana penelitian Seminari (2015) yang membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota. Pada objek penelitian yang berbeda Pramana dan Rastini (2016) juga membuktikan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota.

Pengaruh Citra Koperasi Terhadap Loyalitas Anggota Melalui Kepuasan Anggota

Hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa citra koperasi terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota memiliki pengaruh positif signifikan. Hal ini menunjukkan semakin baik citra Koprimea “Anjasmoro” maka akan meningkatkan loyalitas anggota. Artinya jika Koprimea “Anjasmoro” melaksanakan tanggung jawabnya sebagai koperasi dan menerapkan budaya gotong royong yang kuat dan peduli terhadap anggotanya, maka Koprimea “Anjasmoro” Jember akan memiliki reputasi yang baik dimata anggotanya. Reputasi dan kesan yang baik inilah yang membuat anggota tetap loyal menjadi anggota Koprimea “Anjasmoro”. Hasil ini sesuai dengan pernyataan Mardalis (2005) bahwa dalam membentuk loyalitas pelanggan, perusahaan diharapkan mampu membangun citra yang dikenal baik agar konsumen memiliki pemikiran yang positif dan tidak ragu untuk kembali membeli produk atau jasa dari perusahaan. Hasil ini juga didukung oleh penelitian Qomariah (2012), Hidajahningtyas dkk (2013) dan Suwandi, dkk (2015) yang membuktikan bahwa citra perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas anggota.

Kepuasan Anggota Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Anggota

Pengaruh kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota menunjukkan pengaruh positif signifikan. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa jika kepuasan anggota semakin meningkat maka anggota akan loyal terhadap Koprimea “Anjasmoro”. Kepuasan dari anggota Koprimea “Anjasmoro” dibuktikan dengan jawaban responden terhadap kuesioner. Diketahui bahwa mayoritas responden setuju atau menyatakan bahwa mereka tidak memiliki keluhan yang berarti pada Koprimea “Anjasmoro” dan mereka merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Koprimea “Anjasmoro”. Sehingga mereka berminat untuk menggunakan kembali jasa yang disediakan Koprimea “Anjasmoro”, bahkan merekomendasikan pada orang lain agar menggunakan jasa

Koprimka “Anjasmoro”. Hasil ini sesuai dengan pernyataan Zeithaml, *et al.* (2012) bahwa perusahaan yang mengembangkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan akan memperoleh kesuksesan jangka panjang. Terjadinya loyalitas pada pelanggan disebabkan oleh pengaruh kepuasan atau ketidakpuasan dengan produk atau jasa tersebut yang terakumulasi secara terus-menerus. Pelanggan juga dapat menjadi loyal karena mereka puas dengan produk atau jasa tersebut, sehingga ingin terus melanjutkan hubungan dengan perusahaan. Hasil ini juga didukung oleh penelitian Oktariana, *et al.* (2012) yang membuktikan kepuasan anggota berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota. Pada objek penelitian yang berbeda Qomariah (2012), Hidajahningtyas, dkk (2013), Zain (2013), Hermawan (2015), Suwandi, dkk (2015) dan Iriyanti, dkk (2016) yang membuktikan bahwa kepuasan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas.

KESIMPULAN

Berdasarkan pengujian secara statistik, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota Koprimka “Anjasmoro”.
2. Kepercayaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota di Koprimka “Anjasmoro”.
3. Citra koperasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota Koprimka “Anjasmoro”.
4. Pengujian pengaruh langsung membuktikan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas anggota Koprimka “Anjasmoro”. Sedangkan pengaruh tidak langsung membuktikan bahwa kepuasan anggota berpengaruh signifikan dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota.
5. Pengujian pengaruh langsung membuktikan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota. Sedangkan untuk pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa kepuasan anggota berpengaruh signifikan dalam memediasi pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas anggota.
6. Pengujian pengaruh langsung membuktikan citra koperasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota. Sedangkan pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa kepuasan anggota berpengaruh signifikan dalam memediasi pengaruh citra koperasi terhadap loyalitas anggota.

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN SERTA CITRA KOPERASI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS ANGGOTA

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

14%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ejurnal.stiedharmaputra-smg.ac.id Internet Source	1%
2	haritsutama.blogspot.com Internet Source	1%
3	jsma.stan-im.ac.id Internet Source	1%
4	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	1%
5	riset.unisma.ac.id Internet Source	1%
6	plus.google.com Internet Source	1%
7	Submitted to Politeknik Negeri Bandung Student Paper	1%
8	elib.unikom.ac.id Internet Source	1%

9	digilib.unimed.ac.id Internet Source	1%
10	digilib.unila.ac.id Internet Source	1%
11	www.contohjurnal.net Internet Source	1%
12	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1%
13	Andy Kridasusila, Windasari Rachmawati. "ANALISIS PENGARUH CURRENT RATIO, INVENTORY TURN OVER DAN DEBT TO EQUITY RATIO PADA PERUSAHAAN OTOMOTIF DAN PRODUK KOMPONENNYA PADA BURSA EFEK INDONESIA (2010 – 2013)", Jurnal Dinamika Sosial Budaya, 2017 Publication	<1%
14	jurnal.syntaxliterate.co.id Internet Source	<1%
15	studentjournal.petra.ac.id Internet Source	<1%
16	Submitted to Unika Soegijapranata Student Paper	<1%
17	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1%

18	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1%
19	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1%
20	ejournal.annurpurwodadi.ac.id Internet Source	<1%
21	adoc.tips Internet Source	<1%
22	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1%
23	ejurnal.untag-smd.ac.id Internet Source	<1%
24	Submitted to Higher Education Commission Pakistan Student Paper	<1%
25	e-jurnal.pnl.ac.id Internet Source	<1%
26	Submitted to Universitas Terbuka Student Paper	<1%
27	elmiqra.blogspot.com Internet Source	<1%
28	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1%

29	Submitted to President University Student Paper	<1%
30	222.124.203.59 Internet Source	<1%
31	ijecm.co.uk Internet Source	<1%
32	Submitted to Universitas Dian Nuswantoro Student Paper	<1%
33	eprints.unm.ac.id Internet Source	<1%
34	www.pn-serui.go.id Internet Source	<1%
35	Submitted to Syiah Kuala University Student Paper	<1%
36	ml.scribd.com Internet Source	<1%
37	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1%
38	fr.scribd.com Internet Source	<1%
39	Ni Komang Desi Tri Handayani, Putu Wira Kusuma Putra, Ida Ayu Agung Laksmi. "Efikasi Diri Berhubungan dengan Kepatuhan Manajemen Diri pada Pasien Diabetes Melitus	<1%

di Wilayah Kerja Puskesmas Buleleng III",
Jurnal Ilmu dan Teknologi Kesehatan, 2019

Publication

40	www.neliti.com Internet Source	<1%
41	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1%
42	aprinias.blogspot.com Internet Source	<1%
43	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	<1%
44	mafiadoc.com Internet Source	<1%
45	owner.polgan.ac.id Internet Source	<1%
46	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	<1%
47	anzdoc.com Internet Source	<1%
48	ojs.unud.ac.id Internet Source	<1%
49	www.mitrariset.com Internet Source	<1%

repository.unpas.ac.id

50

Internet Source

<1%

51

garuda.ristekdikti.go.id

Internet Source

<1%

52

Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas
Indonesia

Student Paper

<1%

53

Submitted to Binus University International

Student Paper

<1%

54

Nurudin Nurudin. "Pengaruh Sharia Marketing
terhadap Loyalitas Anggota KSPPS BMT
Walisongo Semarang", Muqtasid: Jurnal
Ekonomi dan Perbankan Syariah, 2017

Publication

<1%

55

Budianto Budianto, Zainal Putra, Eka Suci
Wahyuni. "PENGARUH MODAL INTELEKTUAL
DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN PADA BUMN DI INDONESIA",
ACCRUALS, 2018

Publication

<1%

56

Submitted to Udayana University

Student Paper

<1%

57

Submitted to Universitas Diponegoro

Student Paper

<1%

58

Wanti Karlina, Sri Mulyati, Trisandi Eka Putri.

"THE EFFECT OF COMPANY'S SIZE,
INDUSTRIAL TYPE, PROFITABILITY, AND
LEVERAGE TO SUSTAINABILITY REPORT
DISCLOSURE", JASS (Journal of Accounting
for Sustainable Society), 2019

Publication

<1%

59

Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia

Student Paper

<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On