

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA KOPERASI MEKAR SURYA KABUPATEN KARANGANYAR

Novita Arman Syafrudin<sup>1)</sup>, Dewi Pujiani<sup>2)</sup>

<sup>1),2)</sup> Fakultas Ekonomi, Universitas Surakarta

E-mail: [armansyafrudin4@gmail.com](mailto:armansyafrudin4@gmail.com)<sup>1)</sup>, [dewipujiani8@gmail.com](mailto:dewipujiani8@gmail.com)<sup>2)</sup>

---

### Abstract

*This study aims to determine the effect of service quality and satisfaction on member loyalty in the Mekar Surya Cooperative, Karanganyar Regency. The population in this study amounted to 253 members of the Mekar Surya Cooperative, Karanganyar Regency recorded in December 2020. The sampling technique in this study used a proportional random sampling technique, the sample was taken by 25% of the population, namely 59 respondents who met the sample selection criteria. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression test and hypothesis testing using t-statistics and F- statistics with a significance level of 5%. The results show that the service quality variable partially affects member loyalty with a value of 3.740 which is greater than the t-table value of 2.003 with a significance of 0.000 and the satisfaction variable partially also affects member loyalty with a value of 5.749 greater than the t-table value. 2,003 with a significance of 0.000 as well. Service quality and satisfaction variables simultaneously affect member loyalty with a calculated F value of 75.150 and this is greater than F table 3.15 and a significant value of 0.000 <0.05.*

**Keywords:** *service quality, satisfaction, loyalty*

---

### PENDAHULUAN

Pada era globalisasi seperti sekarang ini pertumbuhan bisnis yang sangat cepat mendorong sebuah usaha untuk berkompetisi dalam setiap aktivitas pemasaran produk dan jasa. Kegiatan pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam kegiatan usaha, mengingat orientasinya dalam memberikan *value* kepada konsumen. Setiap pelaku usaha ditiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi. Begitu juga hal ini terjadi pada lembaga keuangan baik bank maupun non bank seperti koperasi. Saat ini persaingan di bidang bisnis keuangan sangat ketat, masing-masing perusahaan harus mampu bersaing sesuai dengan segmentasi pasarnya. Koperasi sebagai salah satu lembaga keuangan non bank pada dasarnya mempunyai prinsip yang cocok dengan kehidupan masyarakat Indonesia yang menganut prinsip gotong royong dan kekeluargaan. Sehingga tidak heran apabila sampai saat ini keberadaan koperasi tetap eksis meskipun banyak lembaga keuangan yang ada di sekitar masyarakat.

Konsep strategi pemasaran tetap dilaksanakan dalam rangka menjaga keberlangsungan usaha koperasi. Salah satu strategi pemasaran yang selalu mendapatkan perhatian dalam rangka menjaga kelangsungan bisnisnya adalah dengan memberikan perhatian terhadap peningkatan loyalitas anggotanya. Loyalitas anggota merupakan salah satu kunci yang harus diperhatikan untuk meningkatkan usaha dan kelangsungannya. Anggota yang merasa loyal terhadap perusahaan akan selalu meningkatkan transaksinya dan akan dapat memberikan rekomendasi kepada orang di sekitarnya. Kondisi ini yang mampu meningkatkan perkembangan dan kelangsungan perusahaan.

Loyalitas pelanggan dapat terbentuk karena adanya kepuasan pada konsumen. Hasil penelitian yang meneliti tentang pengaruh kepuasan terhadap loyalitas menerangkan bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas (Utami, 2017: 179; Kumalaningrum, 2016: 230; Wulandari, 2016: 249; Prasetya, 2017: 152); sedangkan terdapat penelitian yang lain yang menyatakan bahwa kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas (Wibowo, 2016: 79).

Upaya perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan selain dengan menciptakan produk yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggannya, dalam hal ini koperasi dalam upaya memenuhi kebutuhan anggotanya diharapkan mampu menciptakan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan anggotanya. Selain itu adanya produk yang sesuai dengan kebutuhan dan yang diharapkan oleh anggotanya, koperasi dalam usahanya perlu memperhatikan aspek kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang seringkali mendapatkan perhatian konsumen dalam menentukan pilihan terhadap kepuasan pembelian suatu produk. Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Rohwiyati, 2018: 271; Prasetya, 2017: 153); kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap loyalitas (Putranto, 2018: 201) tetapi juga terdapat hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Pangadaheng, 2015: 241); kualitas pelayanan juga tidak berpengaruh terhadap loyalitas (Suzanti dan Ekazaputri, 2018: 331).

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Pemasaran**

#### **Pengertian Pemasaran**

Pemasaran adalah proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 2011: 15).

Pemasaran (*marketing*) merupakan suatu rangkaian proses kegiatan yang takhanya mencakup penjualan terhadap barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan jasa, dimana kegiatan tersebut hanya berorientasi pada masalah penjualan akan tetapi jauh lebih mendalam dari itu kegiatan pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan pada waktu sebelum maupun sesudah kegiatan penjualan barang atau jasa loyalitas.

Menurut Gremler dan Brown *dalam* Hasan (2013: 25) bahwa loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang tidak hanya membeli ulang suatu produk / jasa tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap positif terhadap kepuasan jasa, misalnya merekomendasikan produk atau jasa ke orang lain untuk membeli.

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard *dalam* Hasan (2013: 26) bahwa loyalitas pelanggan merupakan kebiasaan perilaku pengulangan pembelian, keterkaitan dan keterlibatan yang tinggi pada pilihannya dan bercirikan dengan pencarian informasi eksternal dan evaluasi alternative.

Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan, diantaranya: 1) pembelian ulang, 2) kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut, 3) selalu menyukai merek tersebut, 4) tetap memilih merek tersebut, 5) yakin bahwa merek tersebut yang terbaik, 6) merekomendasikan merek tersebut pada orang lain Tjiptono (2012: 42).

#### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Crosby *dalam* Ikasari (2013: 61) kualitas adalah “*conformance to to requirement*”, bahwa kualitas itu harus dinilai dengan focus dan harus mencobamengerti tentang harapan pelanggan, sehingga diharapkan organisasi atau perusahaan dapat memenuhi harapan-harapan pelanggan dengan memberikan apa yang konsumen inginkan.

#### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang, setelah membandingkan kinerja (*perceived performance*) yang ia rasakan / peroleh dibandingkan dengan harapannya (*expectation*) (Kotler & Keller, (2012: 53). Sementara menurut Simamora (2014: 72) kepuasan adalah perasaan konsumen setelah membandingkan harapan (*prepurchase expectation*) dengan kinerja aktual (*actual performance*) produk / jasa yang dikonsumsinya Tjiptono, (2013).

## **METODE PENELITIAN**

## **Lokasi dan Obyek Penelitian**

### Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Koperasi Mekar Surya Kabupaten Karanganyar yang beralamat di Jl. Lawu No. 126, Bejen Kecamatan Karanganyar Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah. Alasan pemilihan lokasi penelitian ini dikarenakan adanya jaminan ketersediaan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

### Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah anggota Koperasi Mekar Surya Kabupaten Karanganyar.

## **Populasi dan Sampel**

### Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota Koperasi Mekar Surya Kabupaten Karanganyar. Dimana jumlah anggota Koperasi Mekar Surya Kabupaten Karanganyar tercatat pada Bulan Desember 2020 adalah sebanyak 235 anggota.

### Sampel

Mengingat jumlah populasi dalam penelitian ini lebih dari 100 orang, maka dalam penelitian ini, pengambilan sampel menggunakan teknik *proporsional random sampling* dengan ketentuan bahwa karena populasinya lebih dari 100, maka besarnya sampel yang diambil sebanyak 10-15% atau 20-25% (Arikunto, 2012: 112).

Dalam penelitian ini sampel diambil sebesar 25% dari populasi yaitu sebanyak 235 anggota, maka jumlah sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 59 responden.

## **Sumber data**

### Sumber data primer

Menurut Sugiyono (2015: 129) sumber data primer ialah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber datanya adalah responden, yaitu orang yang menjawab pertanyaan-pertanyaan yang dirumuskan peneliti mengenai kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas.

### Data sekunder

Sugiyono (2015: 129) sumber data sekunder ialah sumber data yang diperoleh tidak langsung dari hasil observasi, misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram. Sumber data sekunder dalam penelitian ini ialah berupa teori-teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas serta penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

## **Variabel Penelitian**

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari:

### Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas anggota (Y).

### Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah

- a. Kualitas pelayanan ( $X_1$ )
- b. Kepuasan ( $X_2$ )

## **Definisi Operasional Variabel**

### Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas, dimana loyalitas dalam penelitian ini adalah penilaian responden terkait dengan kesetiaan atau keinginan membeli/menggunakan jasa Koperasi Mekar Surya Kabupaten Karanganyar. Indikator yang digunakan sebagai pengukuran dalam variabel ini adalah sebagai berikut:

- a. Keinginan untuk tetap menggunakan jasa.
- b. Keinginan untuk meningkatkan transaksi.
- c. Keinginan untuk menceritakan keunggulan perusahaan.
- d. Tidak mau beralih menggunakan jasa yang lain.

e. Keinginan untuk mengajak atau merekomendasikan keunggulan kepada orang lain.

#### 1. Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah terdiri dari:

##### a. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan kinerja perusahaan dalam rangka memahami kebutuhan dan harapan pelanggan. Indikator yang digunakan dalam penilaian variabel ini diantaranya adalah:

1. Bukti fisik (*tangible*)
2. Keandalan (*reliability*)
3. Daya tanggap (*responsiveness*)
4. Jaminan (*assurance*)
5. Empati (*emphaty*).

##### b. Kepuasan

Kepuasan dalam penelitian ini merupakan penelitian responden terkait dengan perbandingan antara harapan dengan kinerja pelayanan yang ada di Koperasi Mekar Surya Kabupaten Karanganyar dalam memenuhi kebutuhan anggota. Indikator yang digunakan dalam penilaian variabel ini adalah:

1. Pelayanan yang baik.
2. Macam produk yang sesuai dengan kebutuhan anggota.
3. Fasilitas dan bangunan yang baik.
4. Kecepatan dalam pelayanan.
5. Dapat diandalkan.

### Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. kuisoner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisoner dapat berupa pertanyaan/ pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung. Datanya berupa daftar pertanyaan yang terperinci dan lengkap dalam satuan daftar pertanyaan agar responden mengisi atau menjawab sendiri pertanyaan itu (Sugiyono, 2015: 135).

### Teknik Analisis Data

#### 1. Uji Instrumen Penelitian

Untuk mengetahui ketepatan dan keakuratan metode analisis data yang digunakan, maka digunakan uji instrumen validitas dan reliabilitas. Validitas didefinisikan sebagai ukuran seberapa cermat suatu tes melakukan fungsi ukurannya terhadap suatu gejala. Sedangkan reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran beberapa kali terhadap gejala yang sama, dengan alat ukur yang sama.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### a. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji tingkat ketepatan (kesahihan) instrumen dalam mengukur variabel tangibles, reliability, responsiveness, assurance, emphaty dalam pelayanan, kepuasan dan loyalitas. Keputusan mengenai butir item yang dinyatakan valid dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$ , jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir item tersebut dinyatakan valid. Dari hasil uji validitas dapat dilihat seperti pada tabel di bawah ini.

#### 1) Validitas item pertanyaan untuk variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ).

Variabel kualitas pelayanan terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan didapatkan hasil pada tabel IV.1. Tabel IV.1.

### Uji Validitas Untuk Variabel Kualitas Pelayanan

Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
P1	0,593	0,252	Valid
P2	0,550	0,252	Valid
P3	0,754	0,252	Valid
P4	0,547	0,252	Valid
P5	0,682	0,252	Valid

Sumber: Data yang diolah, Juni 2021

Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel IV.1 di atas menunjukkan bahwa dari 5 item pertanyaan semuanya valid.

#### 2) Validitas item pertanyaan untuk variabel kepuasan ( $X_2$ ).

Variabel kepuasan anggota dalam pelayanan terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan didapatkan hasil pada tabel IV.2.

Tabel IV.2.  
Uji Validitas Untuk Variabel Kepuasan Anggota

Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
P1	0,568	0,252	Valid
P2	0,532	0,252	Valid
P3	0,765	0,252	Valid
P4	0,496	0,252	Valid
P5	0,764	0,252	Valid

Sumber: Data yang diolah, Juni 2021

Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel IV.2 di atas menunjukkan bahwa dari 5 item pertanyaan semuanya valid.

#### 3) Validitas item pertanyaan untuk variabel loyalitas (Y).

Variabel loyalitas dalam pelayanan terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan didapatkan hasil pada tabel IV.3.

Tabel IV.3.  
Uji Validitas Untuk Variabel Loyalitas

Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
P1	0,647	0,252	Valid
P2	0,899	0,252	Valid
P3	0,802	0,252	Valid
P4	0,786	0,252	Valid
P5	0,750	0,252	Valid

Sumber: Data yang diolah, Juni 2021

Korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel IV.3 di atas menunjukkan bahwa dari 5 item pertanyaan semuanya valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah merupakan tingkat keadaan (kuesioner) dari daftar pertanyaan yang akan disebar kepada responden. Hal ini mengandung pengertian bahwa “Instrumen cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah cukup baik”. Alat ukur dinyatakan punya reliabilitas yang tinggi jika alat ukur tersebut mantap dapat diandalkan dan dapat diramalkan. Untuk mengetahui reliabilitas angket digunakan rumus Alpha Cronbach. Adapun hasil uji reliabilitas untuk semua variabel dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel IV.8.

Tabel IV.8.  
Hasil Uji Reliabilitas

Variable Cronbach	Alpha	Kriteria	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,611	Alpha Cronbach > 0,60 maka reliabel	Reliabel
Kepuasan	0,622		Reliabel
Loyalitas	0,877		Reliabel

Sumber: Data yang diolah, Juni 2021

Berdasarkan Tabel IV.3 di atas, maka dapat diketahui bahwa semua instrument yang digunakan untuk variabel dalam penelitian ini reliable sehingga instrumen ini dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur variabel dalam penelitian ini.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 23, sehingga diperoleh hasil *print out* sebagai berikut:

Tabel IV.5.  
Hasil Uji Regresi Linier Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-8,963	2,328		-3,850	,000
Kualitas Pelayanan	,585	,156	,364	3,740	,000
Kepuasan	,818	,142	,559	5,749	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Diketahui nilai :

- = - 8,963
- <sub>1</sub> = 0,585
- <sub>2</sub> = 0,818

Sehingga diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -8,963 + 0,585X_1 + 0,818X_2 + e$$

Artinya :

Nilai  $\alpha$  (konstan) = - 8,963, bernilai negatif artinya apabila tidak terdapat variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan dan kepuasan maka akan dapat menurunkan loyalitas anggota Koperasi Mekar Surya Kabupaten Karanganyar.

Nilai  $\alpha_1 = 0,585$ , bernilai positif artinya apabila terdapat peningkatan kualitas pelayanan dan variabel lain dianggap konstan, maka dapat berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas anggota Koperasi Mekar Surya Kabupaten Karanganyar.

Nilai  $\alpha_2 = 0,818$ , bernilai positif artinya apabila terdapat peningkatan kepuasan anggota dan variabel lain dianggap konstan, maka dapat berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas anggota Koperasi Mekar Surya Kabupaten Karanganyar.

### 3. Uji t (Uji Secara Parsial)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh antara variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas anggota Koperasi Mekar Surya Kabupaten Karanganyar.

Pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap loyalitas anggota Koperasi Mekar Surya Kabupaten Karanganyar.

Langkah-langkah pengujian :

Perumusan Hipotesis

$H_0$  :  $\alpha_1 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota Koperasi Mekar Surya Kabupaten Karanganyar secara parsial.

$H_a$  :  $\alpha_1 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota Koperasi Mekar Surya Kabupaten Karanganyar secara parsial.

Dipilih level of signifikansi  $\alpha = 0,05$  (*degrees of freedom*) =  $n - k - 1$

t tabel ( $\alpha/2$  ;  $n - k - 1$ )

t ( $0,05/2$  ;  $59 - 2 - 1$ )

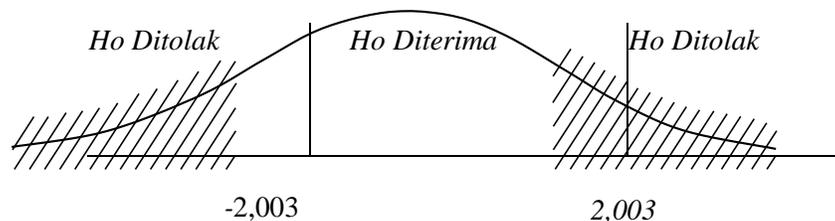
t ( $0,025$  ;  $56$ ) = 2,003 (lihat lampiran tabel uji t)

Nilai t hitung

t hitung = 3,740

(lihat lampiran uji regresi linier berganda)

Kriteria Pengujian



Ho ditolak, karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,740 > 2,003$  dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Kesimpulan

Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,740 > 2,003$ ) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota Koperasi Mekar Surya Kabupaten Karanganyar secara parsial.

- a. Pengaruh Kepuasan ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas anggota Koperasi Mekar Surya Kabupaten Karanganyar.  
Langkah-langkah pengujian :

1) Perumusan Hipotesis

$H_0 : \rho_2 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas anggota Koperasi Mekar Surya Kabupaten Karanganyar secara parsial.

$H_a : \rho_2 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas anggota Koperasi Mekar Surya Kabupaten Karanganyar secara parsial.

2) Dipilih level of signifikansi  $\alpha = 0,05$

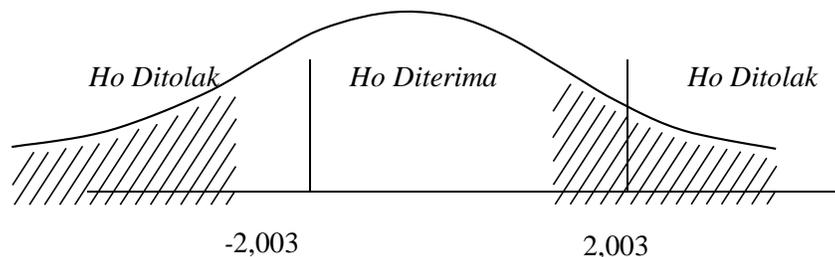
$t_{(0,025 ; 56)} = 2,003$  (lihat lampiran tabel uji t)

3) Nilai  $t_{hitung}$

$t_{hitung} = 5,749$

(lihat lampiran uji regresi linier berganda)

4) Kriteria Pengujian



$H_0$  ditolak, karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $5,749 > 2,003$  dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05

5) Kesimpulan

Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,749 > 2,003$ ) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan terhadap loyalitas anggota Koperasi Mekar Surya Kabupaten Karanganyar secara parsial.

**Pembahasan**

1. Dari hasil uji t dengan maka dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yang berarti bahwa ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota Koperasi Mekar Surya Kabupaten Karanganyar secara parsial. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,740 > 2,003$ ). Sehingga hipotesis 1 dalam penelitian ini terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rohwiyati, (2019); Rohmat N., (2015); Prayitno, D. (2015); Kumalaningrum, F. (2016) dan Wulandari. R. (2016) yang menerangkan bahwa kualitas pelayanan yang dilihat dari dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan analisa yang telah penulis lakukan pada bab terdahulu maka dalam penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota Koperasi Mekar Surya Kabupaten Karanganyar secara parsial, hal ini dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,740 > 2,003$ ).
2. Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota Koperasi Mekar Surya Kabupaten Karanganyar secara parsial, hal ini dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,749 > 2,003$ ).
3. Kualitas pelayanan dan kepuasan secara signifikan berpengaruh terhadap loyalitas anggota Koperasi Mekar Surya Kabupaten Karanganyar hal ini terbukti dari nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $75,150 > 3,15$ ) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa hipotesis dalam penelitian ini terbukti kebenarannya. Kepuasan merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap terhadap loyalitas mengingat nilai koefisien regresi untuk variabel kepuasan lebih besar dibanding dengan variabel kualitas pelayanan.

### Saran

Saran-saran yang diajukan sehubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

4. Dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan, Koperasi Mekar Surya Kabupaten Karanganyar dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat dilihat dari aspek fasilitas fisik seperti dengan meningkatkan fasilitas dan sarana pendukung pelayanan yang ada, aspek *reliability* dalam pelayanan seperti menciptakan kedekatan dengan anggota, melakukan komunikasi yang interaktif dengan anggota, menciptakan hubungan kekeluargaan dengan anggota, menyelesaikan setiap permasalahan dengan baik, aspek *responsiveness* (daya tanggap) dalam pelayanan seperti menciptakan kecepatan dalam pelayanan, memberikan respon setiap kebutuhan anggota, meningkatkan kecepatan dalam penyelesaian masalah, memberikan informasi yang cepat dan pelayanan yang akurat dalam pelayanan, aspek *assurance* atau jaminan kepastian pelayanan kebutuhan anggota, kepastian keamanan transaksi, kepastian keamanan agunan, kepastian keamanan pelayanan dan kerahasiaan identitas dalam pelayanan, dan aspek kesadaran karyawan dalam memberikan pelayanan seperti meningkatkan penampilan, keramahan, sopan santun, kesadaran dan kecepatan merespon kebutuhan anggota sehingga anggota merasa puas dan akan dapat meningkatkan loyalitasnya.
5. Mengingat dalam penelitian ini hanya menggunakan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan sebagai variabel yang digunakan untuk memprediksi loyalitas, maka pada peneliti yang akan datang dapat menggunakan variabel lain yang lebih kompleks dalam memprediksi loyalitas serta menggunakan obyek yang lebih luas.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, 2012, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Durianto, Darmadi dkk. 2004. *Brand Equity Ten*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Haryadi. 2011. “*Aplikasi analisis multivariate dengan proses SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali, S.E. 2013. *Marketing*. Penerbit Media Presindo. Yogyakarta.
- Kotler, Philip, dan Kevin Keller, 2012. *Manajemen pemasaran*. Penerbit Indeks, Jakarta.
- Kumalaningrum, F. 2016. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Konsumen CS Kopi Tubruk Surakarta)*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 16 No. 2 Juni 2016: 226 – 233
- Mardikawati Woro. 2013. *Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan, melalui kepuasan pelanggan pada Pelanggan bus efisiensi (studi po efisiensi jurusan yogyakarta-cilacap)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Prayitno, D. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 15 No. 3 September 2015: 321 – 328.

- Rohmat N., 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Ageng Terhadap Loyalitas Pelanggan PO. Rosalia Dengan Harga Sebagai Variabel Moderasi*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 15 Edisi Khusus April 2015: 173 – 180.
- Rohwiyati. 2019. *Pengaruh E-Quality Service dan Harga terhadap Intensitas Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi*. Indonesian Journal of Contemporary Management Research. Vol. 1 No. 1.
- Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- \_\_\_\_\_, 2015, *Statistik Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, fandy, 2013. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, dan G Chandra, 2012. *Service Quality & satisfaction*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Utami, W. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Pada Loyalitas Elektronik (Kepuasan Elektronik Sebagai Variabel Media dan Kepercayaan yang Dirasakan Sebagai Variabel Moderasi)*. Jurnal menara Ekonomi, ISSN : 2407-8565; E-ISSN: 2579-5295 Volume III No. 6 - Oktober 2017.
- Utami, IK. Suryoko, S., Nurseto S. 2013. *Pengaruh nilai pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada penumpang kakaligung mas di stasiun poncol semarang)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Wibowo, HA. 2016. *Peran Biaya Beralih Pada Hubungan Klasik Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Industri Pendidikan Tinggi (Studi Pada PTS X)*. Jurnal Sains Manajemen Vol. 2 No.1 Januari 2016.
- Wulandari. R. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Solo)*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 16 No. 2 Juni 2016: 242 –25