

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS DENGAN VARIABEL KEPUASAN SEBAGAI MEDIASI DI KPRI MAKMUR KECAMATAN BURNEH KABUPATEN BANGKALAN

Musdalifah & *Fuad Hasan

Program Studi Agribisnis

Fakultas Pertanian Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan koperasi yang ada di Indonesia mengalami penurunan dan beberapa koperasi dibubarkan oleh pemerintah disebabkan koperasi tersebut tidak melakukan tugasnya sesuai aturan yang berlaku serta tidak memberikan pelayanan yang maksimal terhadap anggotanya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui: (1) Tingkat kualitas layanan, kepuasan, serta loyalitas anggota koperasi KPRI Makmur, (2) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan di KPRI Makmur, (3) Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas anggota di KPRI Makmur, (4) Pengaruh secara langsung kualitas layanan terhadap loyalitas anggota di KPRI Makmur; dan (5) Pengaruh secara tidak langsung kualitas layanan terhadap loyalitas anggota di KPRI. Sampel sebanyak 61 responden diambil menggunakan teknik simple random sampling. Metode yang digunakan untuk menganalisis yaitu analisis deskriptif, serta analisis jalur. Perolehan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa (1) kualitas layanan yang diberikan KPRI makmur menunjukkan sangat baik dilihat dari besaran nilai rata-rata variabel yang diperoleh berdasarkan jawaban responden menjawab sangat baik, kepuasan yang diperoleh anggota KPRI Makmur menunjukkan sangat puas dilihat dari nilai rata-rata variabel yang diperoleh berdasarkan jawaban responden menjawab sangat puas, loyalitas anggota KPRI Makmur menunjukkan sangat loyal dilihat dari nilai rata-rata variabel yang diperoleh berdasarkan jawaban responden menjawab sangat loyal. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa: (2) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota, (3) Kualitas Pelayanan secara langsung memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas anggota, (4) variabel Kepuasan anggota memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel loyalitas, (5) variabel kualitas pelayanan secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota.

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Analisis Jalur

EFFECT OF SERVICE QUALITY ON LOYALTY WITH VARIABLE SATISFACTION AS MEDIATION

ABSTRACT

This research is backed by the development of cooperatives in Indonesia decreased and some cooperatives are dissolved by the government because the cooperative does not do its job according to the prevailing rules and does not provide maximum service to its members. The purpose of this research is to know: (1) The level of service quality, satisfaction, and loyalty of members of the cooperative KPRI Makmur, (2) influence the quality of the server to the satisfaction in KPRI Makmur, (3) Effect of satisfaction on member loyalty in KPRI Makmur, (4) directly influence the quality of service to members loyalty in KPRI Makmur; and (5) indirect influence on the quality of service to the loyalty of the KPRI. Samples of 61 respondents were taken using simple random sampling techniques. The methods used for analyzing are descriptive analysis, as well as path analysis. The acquisition of descriptive analysis results showed that (1) the quality of service provided by KPRI Makmur showed very good views of the average value of variables obtained based on the answer respondents answered very well, satisfaction obtained by members of KPRI Makmur showed very satisfied views of the average value of variables obtained based on the answer respondents answered very satisfied, loyalty members KPRI Makmur showed very loyal views of the average value of variables obtained based on the answer respondents answered very loyal. The results of the path Analysis show that: (2) Quality of service has a positive and significant influence on member satisfaction, (3) Direct quality of service has a positive and significant influence on member loyalty variables, (4) member satisfaction variables have a negative and significant influence on loyalty variables, (5) Variable quality of service indirectly significant effect on member loyalty.

Keywords: Customer Satisfaction, Service Of Quality, Customer Loyalty, Path Analysis

PENDAHULUAN

Akhir tahun 2018 sebanyak 63.387 unit koperasi dibubarkan oleh pemerintah disebabkan koperasi tersebut tidak melakukan tugasnya sesuai aturan yang berlaku serta tidak memberikan pelayanan yang maksimal terhadap anggotanya (Merdekanews, 2019). Kurang maksimalnya pelayanan terhadap anggota berakibat keengganan anggota untuk aktif dalam koperasi. Zeithaml et al., (2017) berpendapat bahwasanya konsumen yang tidak loyal seringkali disebabkan karena pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.

Menurut Cristobal et al., (2007) kualitas layanan secara langsung mempengaruhi kepuasan terhadap loyalitas dan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan disebabkan karena dimediasi oleh kepuasan. Pernyataan tersebut sama dengan hasil penelitian yang telah dilakukan Irnandha (2016) dimana kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Rasa puas akan menyebabkan anggota melakukan transaksi kembali terhadap produk tersebut sehingga terciptanya loyalitas pelanggan (Kotler, dan Keller, 2006)

Jumlah koperasi aktif di Jawa Timur tahun 2015 sebanyak 27.472 unit. Provinsi Jawa timur tepatnya Kabupaten Bangkalan pada tahun 2015 memiliki jumlah koperasi aktif sebanyak 723 unit akan tetapi pada tahun 2019 koperasi yang aktif hanya sebanyak 213 unit koperasi (Tribunnews, 2019). Salah satu koperasi yang ada di Kabupaten Bangkalan yang masih aktif yaitu KPRI Makmur. KPRI Makmur. Koperasi tersebut bergerak dalam bidang simpan pinjam dan berada di daerah Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan.

Koperasi ini didirikan pada tahun 1996 yang beralamatkan di Jl. Kusuma Bangsa Burneh dengan nomer badan hukum pendirian 31/BH/II/31-70. Meskipun masih aktif, tetapi koperasi menghadapi permasalahan loyalitas yang ditunjukkan turunnya jumlah anggota koperasi setiap tahunnya. Pada tahun 2016 tercatat anggota aktif sebanyak 165 dan pada tahun 2018 berkurang menjadi 157 anggota.

Permasalahan lainnya yang dialami koperasi dapat diketahui dari jumlah nominal pinjaman yang dilakukan oleh anggota koperasi setiap tahunnya mengalami fluktuasi. Diketahui pada tahun 2016 jumlah pinjaman yang dilakukan oleh anggota sebesar 1.306.403.200 dan mengalami kenaikan pada tahun 2017 sebesar 1.450.800.000, dan pada akhir tahun 2018 pinjaman yang dilakukan oleh anggota mengalami penurunan sehingga jumlah keseluruhan pinjaman pada akhir tahun 2018 sebesar 1.249.000.000.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui: (1) Tingkat kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas anggota koperasi KPRI Makmur, (2) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan di KPRI Makmur, (3) Pengaruh kualitas layanan secara langsung terhadap loyalitas anggota di KPRI Makmur; (4) Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas anggota di KPRI Makmur, dan (5) Pengaruh kualitas layanan secara tidak langsung terhadap loyalitas anggota KPRI.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Tjiptono (2005), loyalitas pelanggan dapat dikatakan sebagai tanggapan yang memiliki hubungan dengan ikrar atau janji yang sangat erat serta selalu

memegang teguh komitmen yang tercermin dalam pembelian jasa atau produk yang dilakukan secara berulang-ulang. Menurut Durianto dalam Amalia (2013) Loyalitas merupakan bentuk suatu ukuran keterkaitan konsumen akan sebuah produk atau jasa. Ukuran tersebut dapat memberikan gambaran tentang mungkin tidaknya konsumen akan beralih ke produk atau jasa lain, hal tersebut dapat terjadi apabila adanya perubahan yang berhubungan dengan harga maupun atribut lainnya.

Faktor yang mungkin mempengaruhi loyalitas menurut pendapat Zikmund dalam Gaffar (2007), antara lain:

1. Kepuasan, merupakan suatu hal yang dirasakan oleh konsumen setelah melakukan perbandingan antara apa yang diharapkan sebelum melakukan pembelian dengan kinerja yang diberikan.
2. Ikatan emosi, merupakan sikap terpengaruh konsumen akan sebuah merk yang memiliki daya tarik tersendiri.
3. Kepercayaan, dimana seseorang untuk memberikan kepercayaan perusahaan atau sebuah merk untuk melakukan atau menjalankan suatu fungsi tertentu.
4. Kebiasaan dan pengurangan pilihan, konsumen akan senang dan merasa nyaman dengan sebuah merk ketika saat melakukan proses transaksi diberikan kemudahan.
5. Sejarah dengan perusahaan, pengalaman konsumen terhadap perusahaan dapat membentuk karakter serta perilaku.

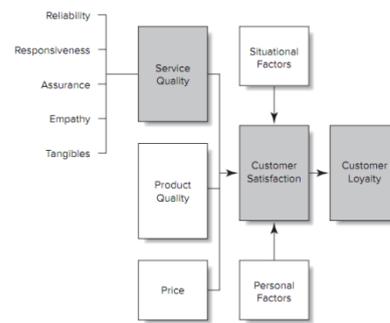
Loyalitas diartikan sebagai tindakan pelanggan yang berperilaku loyal terhadap jasa atau produk yang ditawarkan. Beberapa indikator yang digunakan menurut Hurriyati (2010), loyalitas pelanggan dapat diukur berdasarkan empat indikator yaitu :

1. Melakukan kegiatan pembelian secara teratur serta berulang-ulang
2. Melakukan kegiatan pembelian secara berulang diluar lini jasa atau produk.
3. Merekomendasikan jasa atau produk tersebut.
4. Memperllihatkan ketidaktertarikan akan produk sejenis dari para pesaing.

Kepuasan pelanggan merupakan kondisi konsumen yang senang atau kecewa yang timbul dikarenakan membandingkan hasil dari kinerja produk dengan ekspektasi yang dimiliki. Apabila hasil dari kinerja yang diberikan gagal memenuhi ekspektasi, maka hal tersebut dapat menyebabkan pelanggan akan merasa tidak puas, namun sebaliknya apabila kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan akan merasa sangat puas (Kotler dan Keller, 2006).

Sedangkan, menurut Irawan dalam Amalina (2010) kepuasan pelanggan merupakan persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapan, pelanggan akan merasa puas apabila persepsi yang diperoleh sama atau lebih dari yang diharapkan. Irawan dalam Amalina (2010) menyatakan bahwasanya tingkat kepuasan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

1. Sikap Terhadap Produk
Sikap serta emosi yang muncul dari dalam diri konsumen setelah mereka menggunakan produk atau jasa.
2. Kualitas Produk
Keadaan yang berhubungan dengan suatu jasa atau produk apakah hal tersebut dapat memenuhi atau melebihi harapan.



Sumber: Zeithaml dkk., 2017

Gambar 1
Persepsi pelanggan tentang kualitas dan kepuasan

3. Kualitas Pelayanan
Mengukur seberapa baik kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen apakah sesuai dengan yang diinginkan.
4. Harga Produk
Merupakan besaran nilai yang dapat diberikan untuk memperoleh produk.
5. Biaya dan kemudahan mendapat produk atau jasa
Besaran biaya yang dikeluarkan serta kemudahan dalam memperoleh suatu jasa atau produk tersebut.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan dan kualitas pelanggan menurut Zeithaml et al., (2017) dapat dilihat pada (Gambar 1).

Kepuasan pelanggan merupakan perolehan dari hasil perbandingan yang dilakukan pelanggan untuk membandingkan antara manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diberikan sehingga terciptanya perasaan puas yang baik atau buruk. Menurut Irawan (2008), kepuasan pelanggan dapat diukur berdasarkan dua indikator yaitu :

1. Perasaan puas, yaitu sikap puas akan pelayanan yang baik serta jasa atau produk yang sesuai dengan harapan pelanggan.
2. Harapan pelanggan terpenuhi setelah melakukan pembelian produk, yaitu kesesuaian akan kualitas dari suatu jasa atau produk setelah melakukan pembelian sesuai dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2005), kualitas pelayanan merupakan fungsi harapan dari pelanggan saat sedang melakukan proses pembelian serta kualitas yang diterima yang berhubungan dengan output. Sedangkan, pendapat Zeithaml et al., (2017) kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Menurut Kotler (2002), kualitas pelayanan dimulai dari kebutuhan pelanggan akan suatu jasa atau produk yang berakhir dengan tingkat kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan. Menurut Zeithaml et al., (2017) bahwa kepuasan pelanggan dapat diukur menggunakan indikator dari kualitas pelayanan antara lain:

1. Keandalan, diartikan sebagai keterampilan dalam memberikan layanan yang telah dijanjikan secara andal dan akurat.
2. Cepat tanggap, respon memberi layanan kepada pelanggan secara cepat.

3. Jaminan, didefinisikan sebagai pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan perusahaan untuk menyakinkan kepercayaan pelanggan.
4. Empati, didefinisikan sebagai perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya.
5. Kasat mata, didefinisikan sebagai penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi yang ada di koperasi.

Zeithaml et al. (2017), menyatakan bahwasanya pelayanan merupakan hasil penilaian dari pelanggan yang berhubungan dengan keunggulan dan keistimewaan layanan secara menyeluruh. Apabila hasil penilaian kualitas pelayanan yang diperoleh positif maka ini akan memiliki dampak yang baik pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan sangat mempengaruhi akan keputusan dari konsumen, apabila pelayanan yang diberikan memiliki respon yang positif maka hal tersebut dapat memberikan nilai lebih terhadap konsumen sehingga dapat terciptanya loyalitas konsumen, perolehan hasil yang sama dilakukan oleh Simon (2016), menunjukkan hubungan yang signifikan serta pengaruh yang positif kualitas pelayanan yang diberikan Surya Nalendra Sejahtera Tour dan Travel terhadap kepuasan pelanggan.

Persaingan yang cukup tinggi, akan menimbulkan banyaknya perusahaan yang mulai bersaing dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik sehingga menimbulkan kepuasan yang tinggi serta menciptakan kesetiaan dalam diri pelanggan akan jasa atau produk yang ditawarkan dari perusahaan tersebut. Pendapat Jones dan Sasser dalam Musanto (2004) loyalitas pelanggan merupakan suatu variabel endogen yang disebabkan karena kombinasi dari variabel kepuasan sehingga loyalitas pelanggan merupakan fungsi dari kepuasan. Apabila hubungan yang diperoleh positif antara kepuasan dengan loyalitas, maka kepuasan yang akan diperoleh tinggi menyebabkan loyalitas pelanggan yang terjadi akan meningkat. Menurut Fikri et al., (2016) menunjukkan bahwasanya nilai koefisien variabel kepuasan mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas mahasiswa.

Menurut Alma (2005), kualitas pelayanan harus menjadi prioritas dan harus dijaga oleh suatu perusahaan. Apabila kualitas layanan yang diterima sesuai dengan yang diinginkan pelanggan, hal tersebut akan membuat pelanggan cenderung ingin kembali mencoba sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Akan tetapi, apabila layanan yang dirasakan tidak sesuai atau lebih rendah dari yang diekspektasi maka pelanggan akan merasa kecewa hal ini dapat mengakibatkan pelanggan berhenti melakukan pembelian jasa atau produk dengan perusahaan yang bersangkutan. Penelitian yang dilakukan Kalalo (2013) memperoleh hasil bahwasanya kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang signifikan serta pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen secara parsial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di KPRI Makmur Kecamatan Burneh. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan mempertimbangkan kondisi dan permasalahan yang dihadapi oleh koperasi. Penentuan dan pengumpulan sampel dilakukan secara *probability sampling* dengan menggunakan metode sampel acak sederhana (*simple random sampling*). Menurut Sugiyono (2010)

menyatakan bahwasanya sampel acak sederhana merupakan teknik pengambilan terhadap sample populasi yang dilakukan secara acak tanpa melihat strata yang dimiliki oleh anggota populasi tersebut sehingga setiap anggota populasi memiliki kesempatan serta peluang yang sama. Sampel yang akan dijadikan responden oleh peneliti merupakan anggota yang tergabung di KPRI Makmur dengan jumlah keseluruhan anggota sebanyak 157 dengan tingkat kesalahan sebesar 10% menggunakan perhitungan rumus slovin sehingga diperoleh sampel sebanyak 61 responden, berikut rumus slovin yang digunakan:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Pengumpulan data secara primer dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara berpedoman pada kuisisioner yang telah disusun dan sudah diuji validitas dan reliabilitasnya. Kuisisioner berisikan pertanyaan-pertanyaan tertutup dimana setiap jawaban dari kuisisioner sudah disediakan oleh peneliti. Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala likert 1-5 dimana kategori yang digunakan yaitu tidak baik, kurang baik, cukup baik, baik, dan sangat baik. Setiap pertanyaan dibuat berdasarkan indikator setiap variabel dimana variabel kualitas pelayanan menggunakan indikator yang merujuk pada pendapat Zeithaml *et al.*, (2017), yaitu Keandalan, Cepat tanggap, Jaminan, Empati, dan Kasat mata. Variabel kepuasan menggunakan indikator yang merujuk pada pendapat Irawan (2008), yaitu Perasaan puas dan terpenuhinya harapan. Serta variabel loyalitas menggunakan indikator yang merujuk pada pendapat Hurriyati (2010), yaitu melakukan pembelian ulang, merekomendasikan, dan daya tarik tinggi.

Analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan satu yaitu tingkat kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas anggota koperasi KPRI Makmur sedangkan untuk alat analisis jalur digunakan untuk menjawab pertanyaan dari tujuan dua, tiga, empat, dan lima yaitu pengaruh akan kualitas pelayan pada kepuasan di KPRI Makmur, pengaruh secara langsung kualitas layanan terhadap loyalitas anggota di KPRI Makmur, pengaruh akan kepuasan terhadap loyalitas anggota di KPRI Makmur, dan pengaruh secara tidak langsung kualitas layanan terhadap loyalitas anggota di KPRI Makmur.

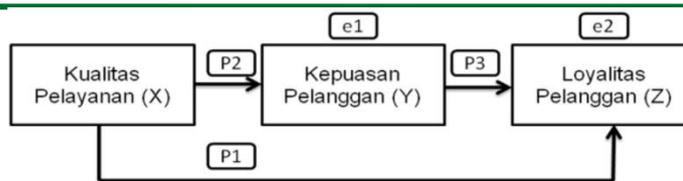
Analisis deskriptif berupa perhitungan tabulasi data yang diperoleh dari responden, menghitung nilai rata - rata skor dan kategori variabel indikatornya. Interval yang menghubungkan setiap kriteria diperoleh angka 0,8 dengan cara perhitungan sebagai berikut:

$$interval = \frac{\text{nilai skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{banyaknya kriteria}}$$

Tabel 1
Interval dan Kategori Responden

No.	Interval	Kategori
1	1,00 - 1,80	tidak baik
2	1,81 - 2,60	kurang baik
3	2,61 - 3,40	cukup baik
4	3,41- 4,20	baik
5	4,21 - 5.00	sangat baik

Sumber: Sugiyono, (2013)



Gambar 2 Analisis Jalur

Tabel 2 Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

No	Pengaruh	Perhitungan
1	Pengaruh secara langsung	p1
2	Pengaruh secara tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	p2 x p3
3	Total pengaruh korelasi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	p1 + (p2 x p3)

Sumber: Ghozali, 2013

Sudaryono (2011), menyatakan bahwa hubungan serta pengaruh dari setiap variabel dapat dikaji dengan menggunakan analisis jalur baik secara langsung maupun secara tidak langsung sehingga dapat mengetahui besaran perolehan nilai dari setiap variabel yang terkait. Analisis jalur merupakan tingkatan dari analisis regresi linear yang dilakukan untuk mengetahui besaran pengaruh dari setiap hubungan variabel yang bersifat kausalitas. Adapun diagram analisis jalur yang dilakukan pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2 yaitu:

Berdasarkan pada diagram jalur (Gambar 2) maka dapat dibuat persamaan strukturalnya menjadu dua persamaan regresi berikut:

$$Y: \alpha + p2X + e1$$

$$Z: \alpha + p1X + p3Y + e2$$

Keterangan:

Z : Loyalitas Anggota

X : Kualitas Pelayanan

Y : Kepuasan Anggota

α : Konstanta

p1: Koefisien jalur 1 (pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota)

p2: Koefisien jalur 2 (pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota)

p3: Koefisien jalur 3 (pengaruh kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota)

e1: Error of term atau variabel pengganggu pada variabel kepuasan anggota

e2: Error of term atau variabel pengganggu pada variabel loyalitas anggota

Gambar 2 menjelaskan bahwa loyalitas anggota dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan baik secara langsung maupun secara tidak langsung yang dimediasi oleh variabel kepuasan. Variabel ketiga yang memediasi antar variabel dapat menciptakan hubungan secara tidak langsung, apabila tidak ada variabel ketiga yang memediasi maka dapat menciptakan hubungan secara langsung. Kontribusi pengaruh secara langsung dan secara tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 3
Distribusi Kategori Loyalitas Anggota KPRI Makmur

Kategori	Frequency	Percent (%)
Kurang Baik	4	6.6
Cukup Baik	5	8.2
Baik	20	32.8
Sangat Baik	32	52.5
Total	61	100.0

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Tabel 4
Distribusi Kategori Kepuasan Anggota KPRI Makmur

Kategori	Frequency	Percent (%)
Kurang Baik	3	4.9
Cukup Baik	5	8.2
Baik	20	32.8
Sangat Baik	33	54.1
Total	61	100.0

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Kualitas Layanan, Kepuasan Anggota, dan Loyalitas Anggota di KPRI Makmur

Perolehan hasil responden atas tanggapan yang telah diberikan terhadap variabel kualitas pelayanan, kepuasan anggota, serta loyalitas anggota. Perolehan hasil penelitian kemudian dikategorikan ke dalam lima kategori yaitu tidak baik, kurang baik, cukup baik, baik dan sangat baik. Hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Loyalitas Anggota

Hasil analisis deskriptif untuk tanggapan responden untuk kategorisasi loyalitas anggota ditampilkan pada Tabel 3.

Tabel 3, menunjukkan bahwasanya tanggapan yang diperoleh dari penilaian responden terhadap variabel loyalitas anggota memperoleh hasil kurang baik yaitu sebanyak 4 orang (6,6%) hal ini dapat disebabkan karena adanya ketidakpuasan dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh KPRI Makmur sehingga dapat menurunkan tingkat loyalitas dari beberapa anggota, penilaian responden terhadap variabel loyalitas anggota memperoleh hasil cukup baik yaitu sebanyak 5 orang (8,2%), penilaian responden terhadap variabel loyalitas anggota memperoleh hasil baik yaitu sebanyak 20 orang (32,8%), serta penilaian responden terhadap variabel loyalitas anggota memperoleh hasil sangat baik yaitu sebanyak 32 orang (52,5%). Perolehan nilai kategori sangat baik pada loyalitas sangat tinggi bisa disebabkan karena banyaknya anggota yang merekomendasikan, menggunakan kembali jasa yang ditawarkan serta tidak akan beralih pada koperasi lain yang sejenis dilihat pada Lampiran 1, sehingga hal tersebut menyebabkan tingkat loyalitas anggota tinggi terhadap koperasi.

Tabel 5
Distribusi Kategori Kualitas Pelayanan Anggota KPRI Makmur

Kategori	Frequency	Percent (%)
Cukup baik	7	11.5
Baik	50	82.0
Sangat Baik	4	6.6
Total	61	100.0

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Lampiran 1, menunjukkan bahwasanya beberapa pertanyaan diperoleh hasil yang tidak loyal diantaranya 2 responden yang tidak meromendasikan jasa yang ditawarkan oleh KPRI Makmur terhadap orang lain, 2 orang yang menyatakan tidak akan menggunakan jasa koperasi lagi serta 5 orang yang menyatakan jasa simpan pinjam KPRI Makmur kurang baik sehingga menyebabkan beberapa anggota tersebut kurang loyalitas terhadap KPRI Makmur. Mengetahui perolehan banyaknya jumlah anggota yang tidak loyal menandakan bahwa kualitas serta kepuasan yang diberikan masih kurang maksimal sehingga nilai tersebut dapat mempengaruhi tingkat loyalitas anggota.

2. Kepuasan Anggota

Hasil analisis deskriptif variabel kualitas pelayanan disajikan pada table 4, di bawah ini.

Tabel 4, menunjukkan bahwasanya tanggapan yang diperoleh dari responden terhadap variabel kepuasan anggota memperoleh hasil kurang baik yaitu sebanyak 3 orang (4,9%) ketidakpuasan anggota dapat disebabkan karena kualitas pelayanan yang diberikan kurang maksimal sehingga dapat menimbulkan rasa tidak puas terhadap KPRI Makmur, penilaian yang diberikan responden terhadap variabel kepuasan anggota memperoleh hasil cukup baik sebanyak 5 orang (8,2%), penilaian yang diberikan responden terhadap variabel kepuasan anggota memperoleh hasil baik yaitu sebanyak 20 orang (32,8%), dan penilaian yang diberikan responden terhadap variabel kepuasan anggota memperoleh hasil sangat baik yaitu sebanyak 33 orang (54,1%). Perolehan nilai kategori sangat baik pada kepuasan sangat tinggi bisa disebabkan karena banyaknya anggota yang merasa pelayanan yang diberikan sangat baik, jasa yang ditawarkan sesuai serta pinjaman yang ditawarkan mudah diperoleh hal tersebut dapat dilihat pada perolehan nilai pada Tabel 4, sehingga hal tersebut menyebabkan tingkat kepuasan anggota tinggi terhadap koperasi.

Lampiran 2, menunjukkan bahwasanya pada beberapa pertanyaan diperoleh hasil yang tidak puas, 3 responden menyatakan tidak puas terhadap bunga simpanan yang serta pinjaman yang ditawarkan oleh KPRI Makmur serta 4 responden menyatakan tidak puas terhadap jasa yang ditawarkan oleh KPRI makmur oleh karna itu pihak Koperasi sebaiknya lebih memperhatikan lagi dalam penawaran jasa serta pemberian bunga pinjaman sehingga anggota merasa puas dan dapat menciptakan loyalitas bagi setiap anggota. Mengetahui perolehan banyaknya jumlah anggota yang merasa tidak puas menandakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan masih kurang

maksimal sehingga nilai tersebut dapat mempengaruhi tingkat kepuasan anggota.

3. Kualitas Pelayanan

Hasil analisis deskriptif untuk kategorisasi variabel kualitas pelayanan ditampilkan pada Tabel 5.

Tabel 5 menunjukkan bahwasanya tanggapan yang diperoleh dari penilaian responden terhadap variabel kualitas pelayanan memperoleh hasil cukup baik sebanyak 7 orang (11,5%), penilaian responden terhadap variabel kualitas pelayanan memperoleh hasil baik yaitu sebanyak 50 orang (82,0%), dan penilaian responden terhadap variabel kualitas pelayanan memperoleh hasil sangat baik yaitu sebanyak 4 orang (6,6%). Perolehan nilai kategori sangat baik pada kualitas sangat tinggi bisa disebabkan karena banyaknya anggota yang merasa proses serta prosedur pelayanan yang diberikan cepat dan akurat, pengurus dan pegawai memiliki sikap yang baik, ramah, sopan serta menanggapi setiap keluhan yang diajukan oleh anggota sehingga anggota merasa kualitas pelayanan yang diberikan sangat baik hal tersebut dapat dilihat pada perolehan hasil pada Lampiran 3, sehingga hal tersebut menyebabkan kualitas pelayanan memperoleh nilai yang sangat baik dari anggota koperasi.

Lampiran 3, menunjukkan bahwasanya pada beberapa pertanyaan diperoleh hasil yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kurang maksimal seperti proses dan prosedur serta ketepatan waktu yang kurang maksimal sehingga menyebabkan sebagian anggota merasa kurang maksimalnya kualitas pelayanan yang diberikan serta fasilitas dan kemudahan dalam layanan menurut beberapa anggota kurang maksimal misalnya sarana dan prasarana fisik yang dimiliki oleh KPRI Makmur berupa gedung yang terlihat sederhana sehingga membuat sebagian anggota kurang nyaman dalam proses pelayanan serta teknologi yang digunakan untuk proses administrasi manajemen dan akuntansi keuangan koperasi masih terlihat sederhana, serta proses pelayanan akan terasa lama apabila anggota koperasi melakukan kegiatan transaksi secara bersama dikarenakan terbatasnya jumlah karyawan. Hal tersebut dapat menyebabkan kepuasan anggota menurun karena itu pihak koperasi harus berusaha untuk meminimalisir kekurangan dalam kualitas pelayanan sehingga tidak ada anggota yang merasa pelayanan kurang maksimal.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan di KPRI Makmur

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya hasil yang diperoleh yaitu pengaruh yang positif serta hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada taraf kesalahan sebesar 0,05. Hal tersebut dapat dilihat dari besarnya nilai koefisien yaitu sebesar 0,815 dengan perolehan besaran nilai sig sebesar $0,00 < 0,05$ (Tabel 6).

Besarnya perolehan nilai Adjusted R square pada Tabel 6 yaitu 0,659 yang artinya 65,9% variabel kualitas pelayanan mempengaruhi variabel kepuasan, sedangkan variabel-variabel lain yang tidak mempengaruhi dalam penelitian ini sebesar 34,1% dimana variabel lain yang mempengaruhi kepuasan dan kualitas pelayanan menurut Irawan dalam Amalina (2010) antara lain kualitas dari

produk, sikap yang diberikan terhadap produk, biaya dan kemudahan memperoleh produk, serta harga pada produk.

Perolehan hubungan yang signifikan serta pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan ini sama halnya dengan penelitian Normasari et al., (2013). Hal tersebut menunjukkan bahwasanya penilaian didasarkan pada nilai selisih atau perbedaan persepsi dengan yang dialami, anggota akan merasa puas jika yang dipersepsikan dengan yang dialami adalah sama, namun apabila terjadi perbedaan, maka hal tersebut dapat menimbulkan rasa ketidakpuasan anggota terhadap layanan yang diberikan. Anggota akan merasakan puas apabila membandingkan yang dirasakan lebih baik dari yang dirahapkan dari pihak KPRI Makmur, sebagaimana pernyataan Zeithaml et al., (2017), kualitas pelayanan merupakan perbandingan seberapa jauh antara harapan dengan kenyataan yang diterima oleh pelanggan atas layanan yang telah diberikan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas di KPRI Makmur

Perolehan hasil dari pengujian terhadap loyalitas yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan yang disajikan pada Tabel 7.

Tabel 6
Hasil Analisis Jalur Model Pertama Variabel Kualitas
Pelayanan terhadap Kepuasan

Variabel	Standardized Coefficients (Beta)	T _{hitung}	Sig	Keterangan
Kualitas pelayanan	0,815	10,813	.000	Signifikan
R		0,815		
R Square		0,665		
Adjusted R Square		0,659		
N		61		

Variabel Terikat : Kepuasan Anggota (Y)

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Tabel 7
Hasil Analisis Jalur Dari Variabel Kualitas Pelayanan dan
Kepuasan Terhadap Loyalitas

Variabel	Standardized Coefficients (Beta)	T _{hitung}	Sig	Ket
Kepuasan anggota	-1,277	10,594	.00	Signifikan
Kualitas pelayanan	1,454	12,060	.00	Signifikan
R		0,847		
Adjusted R Square		0,708		
R Square		0,717		
Sig. F		0,000		
F _{hitung}		73,587		
N		61		

Variabel Terikat: Loyalitas Anggota (Z)

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 7, menunjukkan hubungan yang signifikan secara simultan antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota yang ditunjukkan dengan nilai sig F hitung sebesar 0,00 ($0,00 < 0,05$). Perolehan nilai Adjusted R square terhadap variabel loyalitas yaitu 0,708 yang artinya 70,8% besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan anggota, sedangkan 29,2% pengaruh besaran variabel-variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, dimana variabel lain yang mempengaruhi loyalitas anggota menurut Zikmund dalam Gaffar (2007) antara lain ikatan emosi, kepercayaan, kebiasaan dan pengurangan pilihan, dan sejarah dengan perusahaan.

Tabel 7, menunjukkan bahwa secara parsial memiliki hubungan yang signifikan dan pengaruh yang positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota pada tingkat taraf kesalahan sebesar 0,05. Hal ini diketahui dari nilai perolehan sig sebesar 0,00 ($0,00 < 0,05$) serta besarnya koefisien sebesar 1,454. Perolehan hubungan yang signifikan serta pengaruh yang positif antara Kualitas pelayanan terhadap loyalitas, hasil yang sama yang telah dilakukan oleh Normasari et al., (2013). Hal tersebut menunjukkan bahwasanya salah satu faktor dari penentu keberhasilan di KPRI Makmur yaitu layanan yang terpenuhinya terhadap anggota dapat dilihat dari keandalan, daya tanggap, empati, bukti langsung, serta jaminan. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan sama halnya dengan yang diinginkan oleh setiap anggota koperasi, maka hal tersebut dapat terbentuknya loyalitas dan anggota akan tetap bertahan di KPRI Makmur, meskipun koperasi yang lain memberikan manfaat yang lebih saat ini. Loyalitas merupakan bentuk kesetiaan anggota untuk menggunakan kembali produk atau jasa yang sesuai dengan harapan setiap anggota koperasi. Sebelum terjadinya proses transaksi atau pembelian loyalitas anggota tidak akan dapat terbentuk, karena loyalitas akan terbentuk karena adanya kesan yang baik terhadap penggunaan produk atau jasa. Sebagaimana pendapat Tjiptono (2005) loyalitas pelanggan dapat dikatakan sebagai tanggapan yang memiliki hubungan dengan janji maupun ikrar yang sangat erat untuk selalu memegang teguh komitmen yang tercermin dalam setiap pembelian jasa atau produk yang dilakukan secara berulang-ulang.

KPRI Makmur Burneh memberikan kualitas pelayanan yang berhubungan dengan variabel bukti langsung adalah area pelayanan yang kondisi gedung yang baik dan terawat disertai luas area parkir yang memadai di KPRI Makmur. Variabel keandalan KPRI Makmur telah memberikan pelayanan yang maksimal terhadap anggota, Proses serta Prosedur Pelayanan akurat dan tidak berbelit-belit. Variabel ketanggapan KPRI Makmur memberikan proses pelayanan yang cepat dan tepat waktu. Variabel empati KPRI Makmur memberi tanggapan dan perhatian kepada setiap anggota serta memiliki sifat yang sopan, ramah, serta dapat dipercaya. Variabel jaminan KPRI Makmur memberikan jaminan apabila terjadi kesalahan serta memberikan kemudahan pelayanan dalam akses pelayanan simpan pinjam bagi anggota.

Pengaruh Kepuasan Anggota Terhadap Loyalitas di KPRI Makmur

Hubungan yang signifikan diperoleh antara kepuasan terhadap loyalitas, akan tetapi pengaruh yang diperoleh bersifat negatif hal ini diketahui dengan nilai koefisien regresi pada kepuasan (Y) yang bersifat negatif yaitu sebesar -1,277 Hal

ini menunjukkan apabila terjadi peningkatan nilai variabel kepuasan sebesar 1%, maka nilai variabel loyalitas anggota akan menurun sebesar -1,277. Hasil dari penelitian memperoleh hasil yang serupa dengan penelitian yang dilakukan Palilati (2007) berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwasanya besarnya koefisien hubungan antara variable tingkat kepuasan dengan variable loyalitas pada nasabah di wilayah Sulawesi Selatan, adalah -0,16 yang berarti bahwa terjadi hubungan dan negatif.

Perolehan hasil dari penelitian tidak sesuai dengan teori yang ada, dimana jika perolehan hasil hubungan positif antara kepuasan dengan loyalitas pelanggan, apabila kepuasan yang diterima tinggi maka loyalitas yang dicapai meningkat. Nilai rata-rata variabel untuk loyalitas anggota berdasarkan data perolehan distribusi jawaban dari responden dilihat dari tabel 6 diperoleh hasil bahwasanya para anggota sangat loyal. Hal tersebut menandakan bahwa kepuasan yang diperoleh anggota berada diatas harapan yang dianggap memuaskan bagi beberapa anggota. Akan tetapi angka kepuasan masih berada di bawah tingkat kepuasan yang diinginkan oleh anggota. Hal ini memperlihatkan kondisi ini masih belum memberikan kepuasan yang sesuai dengan yang diinginkan oleh anggota, sehingga loyalitas yang tercipta kurang maksimal.

Pengaruh Antara Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Secara Langsung, Tidak Langsung, dan Pengaruh Secara Total

Nilai pengaruh dari tiap variabel yang telah ditentukan sebagaimana penyebab terhadap variabel yang diperlakukan sebagai akibat baik secara langsung maupun secara tidak langsung dapat ditentukan dengan menggunakan metode analisis jalur. Analisis jalur mampu menjelaskan berbagai pola-pola hubungan dari suatu model kausal yang disusun berdasarkan pengetahuan dari peneliti serta pertimbangan secara teoritis secara langsung maupun secara tidak langsung. Berikut merupakan perolehan nilai perhitungan pengaruh secara langsung, pengaruh secara tidak langsung, dan pengaruh total.

Tabel 8, memperlihatkan perolehan nilai secara langsung kualitas pelayanan lebih besar dibandingkan pengaruh secara total terhadap loyalitas anggota. Besarnya perolehan nilai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota secara tidak langsung yang telah dimediasi oleh kepuasan adalah sebesar $1,453 \times (-1,277) = -1,857$. Hubungan secara langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas berpengaruh yaitu sebesar 1,454 sedangkan besaran perolehan nilai pengaruh secara tidak langsung yaitu -1,857, sehingga perolehan total pengaruh sebesar -0,403.

Tabel 11
Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total Antar Variabel

Variabel independen	Variabel dependen	Pengaruh langsung	Pengaruh tidak langsung	Pengaruh total
Kualitas Pelayanan	Loyalitas Anggota	1,454	$(1,454 \times (-1,277)) = -1,857$	-0,403
Kepuasan Anggota		-1,277		-1,277

Sumber: Data Primer Diolah, 2020



Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Gambar 3
Hasil Secara Keseluruhan Analisis Jalur

PENUTUP

Nilai rata-rata dari setiap variabel yang diperoleh berdasarkan jawaban responden menyatakan kualitas layanan, kepuasan anggota serta loyalitas anggota di KPRI Makmur yang diberikan sangat baik. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif serta hubungan yang signifikan terhadap kepuasan anggota di KPRI makmur. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif serta hubungan yang signifikan terhadap loyalitas anggota di KPRI Makmur. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang negatif serta hubungan yang signifikan terhadap loyalitas anggota di KPRI Makmur. Secara tidak langsung kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas anggota di KPRI Makmur dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah: KPRI Makmur sebaiknya dapat lebih memperbaiki dan meningkatkan kualitas dalam melayani anggota baik dari segi penggunaan alat yang menunjang dalam proses transaksi maupun layanan jasa yang ditawarkan sehingga dapat menimbulkan rasa peduli dan rasa puas pada anggota terhadap KPRI Makmur. Disarankan untuk peneliti selanjutnya apabila melakukan penelitian dengan tema yang sama sebaiknya menambahkan beberapa variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti variabel pengurangan pilihan dan kebiasaan, ikatan emosi, kepercayaan, sejarah dengan perusahaan, kualitas produk, faktor emosional, harga, dan kemudahan memperoleh produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2005). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amalia, L. (2013). Analisis Hubungan Kepuasan dengan Loyalitas Konsumen terhadap Sepeda Motor Yamaha Vixion pada Bengkel Abadi Motor Kebon Jeruk Jakarta Barat. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*. Volume 4(2). 65-77
- Amalina, C. H. (2010). *Hubungan Antara Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Konsumen pada Ritel Modern*. Surakarta. Fakultas Kedokteran Universitas Sebelas Maret Surakarta
- Cristobal, E., Flavián, C., & Guinalú, M. (2007). Perceived e-service quality (PeSQ): Measurement validation and effects on consumer satisfaction and web site loyalty. *Managing Service Quality*, 17(3). 317-340

- Fikri, S., Wiyani, W., & Suwandaru, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 120–134.
- Gaffar, V. (2007). *Customer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Alfabeta.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Edisi ketujuh). Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung. Alfabeta.
- Irawan, Handi (2008). *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan*. Jakarta. Gramedia
- Irnandha, Aris. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat*. Yogyakarta. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kalalo, R. (2013). Customer Relationship Management Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pt. Matahari Dept. Store, Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 1553–1561.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2006). *Manajemen Pemasaran. Alih Bahasa Benjamin Molan* (Edisi 12). Prenhallindo
- Kotler, Philip . (2002). *Manajemen Pemasaran. Alih Bahasa Benjamin Molan* (Edisi 10). Prenhallindo
- Musanto, T. (2004). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus Pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Wirausaha*, 6(2), 123–136
- Normasari, K. Srikandi, K. dan Andriani, K. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 6(2). 123-136
- Palilati, A. (2007). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Volume 9 (1). 7–9.
- Simon, K. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Surya Nalendra Sejahtera Tours & Travel. *Journal Of Management*, 1(3). 382-387
- Sudaryono. (2011). Aplikasi Analisis (Path Analysis) Berdasarkan Urutan Penempatan Variabel dalam Penelitian. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, Volume 17(4). 391-403
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang. Bayumedia.

www.m.merdeka.com. Diakses pada tanggal 24 September 2019

www.tribunjatim.com. Diakses pada tanggal 24 September 2019

Zeithaml, V, A. Mary, J, B. Dwayne, D, G. (2017). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm*. United States of America. Previous editions 2013. McGraw-Hill Education.

Lampiran 1. Nilai Jawaban Rata-rata Distribusi Responden dan Untuk Variabel Loyalitas

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Rerata Skor
1	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk penggunaan jasa dari KPRI Makmur	47 (77%)	7 (11,5%)	5 (8,2%)	2 (3,3%)	0 (0%)	4,6
2	Saya akan kembali menggunakan jasa yang ditawarkan KPRI Makmur	40 (65,6%)	14 (23%)	5 (8,2%)	2 (3,3%)	0 (0%)	4,5
3	Saya tidak akan beralih kepada koperasi lain yang memiliki jasa simpan pinjam yang serupa.	42 (68,9%)	9 (14,8%)	9 (14,8%)	1 (1,6%)	0 (0%)	4,5
4	Jasa simpan pinjam KPRI Makmur baik dari jasa simpan pinjam lainnya.	35 (57,4%)	17 (27,9%)	4 (6,6%)	5 (8,2%)	0 (0%)	4,3
	Nilai rata - rata Variabel	41,00	9,25	5,75	2,50	0	4,5

Sumber: Data Primer, 2020

Lampiran 2. Nilai Jawaban Rata-rata Distribusi Responden dan Untuk Variabel Kepuasan

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Rerata Skor
1	Saya merasa puas terhadap jasa yang saya gunakan dari KPRI Makmur	47 (77%)	6 (9,8%)	7 (11,5%)	1 (1,6%)	0 (0%)	4,6
2	Pemberian bunga simpanan maupun pinjaman yang ditawarkan di KPRI Makmur sangat memuaskan.	41 (67,2%)	14 (23%)	3 (4,9%)	3 (4,9%)	0 (0%)	4,5
3	Puas dengan Pelayanan yang saya terima selama menggunakan jasa di KPRI Makmur.	45 (73,8%)	7 (11,5%)	9 (14,8%)	0 (0%)	0 (0%)	4,6
4	Jasa yang ditawarkan Koperasi KPRI Makmur sesuai dengan keinginan saya.	37 (60,7%)	15 (24,6%)	5 (8,2%)	4 (6,6%)	0 (0%)	4,3
Nilai rata - rata variabel		42,50	10,50	6,00	2,25	0	4,5

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Lampiran 3. Nilai Rata-rata Distribusi Jawaban Responden dan Untuk Variabel Kualitas Pelayanan

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Rerata Skor
1	Proses Pelayanan akurat sesuai permintaan anggota	45 (73,8%)	7 (11,5%)	9 (14,8%)	0 (0%)	0 (0%)	4,5
2	Prosedur pelayanan di KPRI Makmur tidak berbelit-belit.	37 (60,7%)	15 (24,6%)	5 (8,2%)	4 (6,6%)	0 (0%)	4,3
3	Proses Pelayanan cepat sesuai harapan anggota	35 (57,4%)	17 (27,9%)	4 (6,6%)	5 (8,2%)	0 (0%)	4,3
4	Pelayanan KPRI Makmur dimulai tepat waktu	37 (60,7%)	15 (24,6%)	5 (8,2%)	4 (6,6%)	0 (0%)	4,4
5	Pegawai tidak membiarkan anggota menunggu antrian terlalu lama.	40 (65,6%)	14 (23%)	5 (8,2%)	2 (3,3%)	0 (0%)	4,5
6	Pegawai memberi tanggapan terhadap keluhan anggota.	41 (67,2%)	14 (23%)	3 (4,9%)	3 (4,9%)	0 (0%)	4,5
7	Pegawai memberi perhatian yang baik.	47 (77%)	7 (11,5%)	5 (8,2%)	2 (3,3%)	0 (0%)	4,6
8	Pengurus dan pegawai memiliki sifat sopan.	47 (77%)	6 (9,8%)	7 (11,5%)	1 (1,6%)	0 (0%)	4,6
9	Pengurus dan pegawai memiliki sifat ramah.	40 (65,6%)	14 (23%)	5 (8,2%)	2 (3,3%)	0 (0%)	4,5
10	Pengurus dan pegawai memiliki sifat dapat dipercaya.	45 (73,8%)	8 (13,1%)	8 (13,1%)	0 (0%)	0 (0%)	4,6
11	Apabila terjadi kesalahan pada hasil kinerja pegawai.KPRI makmur memberikan jaminan	44 (72,1%)	9 (14,8%)	8 (13,1%)	0 (0%)	0 (0%)	4,6
12	KPRI Makmur memberikan kemudahan pelayanan dalam akses pelayanan simpan pinjam bagi anggota.	36 (59%)	17 (27,9%)	4 (6,6%)	4 (6,6%)	0 (0%)	4,4
13	Fasilitas memadai seperti gedung yang baik di KPRI Makmur	41 (67,2%)	12 (19,7%)	4 (6,6%)	4 (6,6%)	0 (0%)	4,5
14	Fasilitas memadai seperti tempat parkir yang luas di KPRI Makmur	44 (72,1%)	8 (13,1%)	9 (14,8%)	0 (0%)	0 (0%)	4,5

15	Fasilitas memadai seperti tersedianya toilet di KPRI Makmur	45 (73,8%)	7 (11,5%)	9 (14,8%)	0 (0%)	0 (0%)	4,6
16	Memiliki peralatan pelayanan yang modern di KPRI Makmur	37 (60,7%)	15 (24,6%)	5 (8,2%)	4 (6,6%)	0 (0%)	4,4
	Nilai rata - rata variabel	41,31	11,56	5,94	2,19	0	4,5

Sumber: Data Primer Diolah, 2020