**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA KOPERASI *CREDIT UNION* PANCUR DANGERI DI KECAMATAN SANDAI KABUPATEN KETAPANG**

**HERI SOPIAN**

**NIM. 07.131.0408**

**Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi,**

**Universitas Muhammadiyah Pontianak**

**Abstrak**

Penelitian ini mengkaji mengenai pengaruh kepuasan terhadap loyalitas anggota koperasi *Credit* *Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang. Untuk keperluan penelitian digunakan metode survei dengan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data yang disebarkan kepada 100 responden, yaitu konsumen yang masih aktif sebagai anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang, telah menjadi anggota koperasi minimal 1 (satu) tahun, telah melakukan transaksi keuangan di koperasi minimal 3 (tiga) kali dan berumur 20 tahun ke atas. Hasil pengumpulan data kemudian diolah menggunakan Program SPSS 19.0 *for* *windows* dan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian membuktikan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota Koperasi Credit Union Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang sebesar 70,00%, sedangkan sisanya sebesar 30,00% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini, seperti kualitas pelayanan, citra perusahaan, nilai pelanggan, dan hambatan pindah.

**LATAR BELAKANG**

Koperasi merupakan badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Oleh karena itu, keanggotaan koperasi bersifat sukarela dan terbuka, pengelolaan dilaksanakan secara demokratis, pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota, pemberian balas jasa terhadap modal, kemandirian, serta melaksanakan pendidikan perkoperasian dan kerjasama antar koperasi.

Salah satu kegiatan koperasi adalah memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para anggotanya agar mereka puas dan loyal kepada koperasi. Hal ini dilakukan agar koperasi dapat bertahan dan berkembang serta mampu menghasilkan pendapatan dalam kondisi persaingan usaha yang semakin kompetitif saat ini.

Jenis koperasi yang sampai saat ini mengalami perkembangan yang cukup baik adalah koperasi simpan pinjam atau koperasi kredit. Koperasi simpan pinjam atau koperasi kredit merupakan koperasi yang bergerak di bidang pemupukan simpanan dari para anggotanya yang kemudian dipinjamkan kepada anggota-anggotanya yang memerlukan bantuan modal. Modal yang ada dalam koperasi berasal dari para anggota koperasi, yakni simpanan wajib dan simpanan sukarela atau iuran-iuran lainnya. Oleh karena itu, kualitas pelayanan merupakan salah satu unsur penting bagi koperasi yang harus selalu ditingkatkan agar para anggota koperasi merasa puas dengan kinerja koperasi dan pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas mereka terhadap koperasi.

Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri yang terletak di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang merupakan lembaga keuangan non bank yang menyediakan jasa simpan pinjam kepada para anggotanya, di mana dalam perkembangannya saat ini dihadapkan pada persaingan usaha yang cukup ketat dan kompetitif. Hal ini ditandai dengan berdirinya beberapa koperasi pesaing yang sampai saat ini juga beroperasi di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang?

Agar pembahasan masalah lebih jelas dan terarah, maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi hanya pada kepuasan anggota koperasi yang diukur melalui 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan, yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*),empati (*empathy*), berwujud (*tangibles*), dan loyalitas anggota yang diukur melalui komitmen yang kuat untuk selalu menjadi anggota koperasi, kesediaan merekomendasikan koperasi kepada orang lain, selalu mengikuti perkembangan informasi tentang koperasi, bersedia untuk mengikuti prosedur yang telah ditetapkan, seperti dalam hal pembiayaan yang ditetapkan oleh koperasi, dan selalu menceritakan hal-hal positif dan menjalin hubungan baik dengan koperasi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang.

**TINJAUAN PUSTAKA**

**Pengertian Koperasi Simpan Pinjam**

Menurut *International Labour Organization* dalam Subandi (2010 : 18-19): “Koperasi ialah suatu kumpulan orang, biasanya yang memiliki kemampuan ekonomi terbatas, yang melalui suatu bentuk organisasi perusahaan yang diawasi secara demokratis, masing-masing memberikan sumbangan yang setara terhadap modal yang diperlukan, dan bersedia menanggung resiko serta menerima imbalan yang sesuai dengan usaha yang mereka lakukan”.

Sedangkan pengertian koperasi menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian adalah: “Badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan”.

Dari kedua pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa koperasi merupakan suatu badan usaha yang didirikan oleh orang-orang yang memiliki kemampuan terbatas yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggotanya dan dikelola berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.

Koperasi simpan pinjam merupakan koperasi yang bergerak di bidang pemupukan simpanan dari para anggotanya yang kemudian dipinjamkan kepada anggota-anggota yang memerlukan bantuan modal. Modal yang ada dalam koperasi berasal dari para anggota koperasi, yakni simpanan wajib dan simpanan sukarela atau iuran-iuran lainnya.

Menurut Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 10/Per/M.KUKM/XI/2008 tentang Pedoman Penilaian Kesehatan Koperasi Simpan Pinjam dan Unit Simpan Pinjam Koperasi menjelaskan bahwa: “Koperasi Simpan Pinjam yang selanjutnya disebut KSP adalah koperasi yang kegiatannya hanya usaha simpan pinjam. Sedangkan Unit Simpan Pinjam Koperasi yang selanjutnya disebut USP Koperasi adalah unit usaha koperasi yang bergerak di bidang usaha simpan pinjam, sebagai bagian dari kegiatan usaha koperasi yang bersangkutan”.

**Jasa**

Jasa mempunyai banyak arti, mulai dari pelayanan personal (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk. Sejauh ini sudah banyak ahli pemasaran jasa yang telah mendefinisikan jasa. Pengertian jasa menurut beberapa ahli pemasaran jasa akan dijelaskan sebagai berikut:

Kotler dan Armstrong (2008 : 266) menjelaskan bahwa: “Jasa (*service*) adalah bentuk produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dan pada dasarnya tak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan akan sesuatu”.

Sedangkan menurut Valerie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner dalam Sunyoto (2012 : 187): “Jasa adalah semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah, misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan”.

Dari pengertian di atas dapat kesimpulan bahwa jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang sifatnya tidak berwujud (*intangible*), tidak mengakibatkan terjadinya perpindahan kepemilikan (*transfer of ownership*), yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah, misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan.

**Kualitas Jasa**

Kualitas merupakan faktor dasar yang dapat mempengaruhi pilihan konsumen untuk berbagai jenis jasa yang berkembang saat ini dan telah menjadi satu-satunya faktor dalam keberhasilan dan pertumbuhan suatu organisasi. Kualitas jasa bukanlah masalah dalam mengontrol kualitas yang akan datang saja, akan tetapi merupakan pencegahan terjadinya kualitas yang jelek sejak awal.

Menurut Wijaya (2011 : 11): “Kualitas jasa adalah keseluruhan gabungan karakteristik jasa yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi, dan pemeliharaan yang membuat jasa tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen”.

Sedangkan menurut Wyckof dalam Tjiptono (2007 : 260): “Kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi kualitas jasa, yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*).

**Dimensi Kualitas Jasa**

Menurut Gunawan (2010 : 189), pelanggan juga menggunakan 5 (lima) determinan dalam menentukan kualitas jasa suatu perusahaan, yaitu:

1. Kehandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan dari jasa yang ditawarkan perusahaan untuk berkinerja sesuai dengan yang dijanjikan.
2. Sensitifitas memberikan tanggapan (*Responsiveness*), yaitu kesediaan penyedia jasa untuk membantu pelanggannya mencari cara penyelesaian bagi permasalahan yang mereka hadapi, apakah mereka cukup tanggap atau tidak.
3. Kepastian (*Assurance*), yaitu pengetahuan dan sifat hormat dari para personil penyedia jasa dan kemampuan mereka untuk mengembangkan kepercayaan dari pihak pengguna jasa.
4. *Empathy*, yaitu kesediaan personil penyedia jasa untuk selalu memberikan perhatian secara khusus dan individual pada setiap pengguna jasa.
5. Berbagai peralatan/perlengkapan yang berwujud (*tangible*) integritas dan bonafiditas dari penyedia jasa juga dapat ditimbulkan melalui penampakan dari berbagai fasilitas fisik, personalia yang berkualifikasi, dan bahan-bahan komunikasi, seperti brosur dab *leaflet*.

**Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan *(customer satifaction)* adalah suatu keadaan di mana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2008 : 177): “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang”.

Selanjutnya menurut Tse dan Wilton dalam Karsono (2005 : 185): “Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah memakainya. Bila pelanggan merasa puas maka akan memberikan dorongan yang besar untuk melakukan pembelian ulang begitu pula sebaliknya”.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan keadaan emosional pelanggan yang merupakan reaksi pasca pembelian setelah membandingkan kinerja suatu produk atau jasa dengan harapannya terhadap produk atau jasa tersebut. Dampak yang ditimbulkan adalah jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Kepuasan pelanggan dibentuk oleh harapan dan persepsi pelanggan terhadap sebuah produk yang memiliki nilai unggul. Kepuasan pelanggan merupakan fungsi dasar dari sejumlah *value* produk (kinerja) yang dipersepsikan oleh pelanggan dibanding dengan harapan pelanggan sebelum menggunakan. Rumusan ini menurut Hasan (2008 : 48) dapat diformulasikan sebagai berikut:

**Kepuasan = f (Harapan terhadap produk : Kinerja produk yang dirasakan)**

Selanjutnya menurut Hasan (2008 : 59) dari persamaan tersebut kemungkinan pelanggan akan menyatakan kepuasan dalam berbagai tingkatan sebagai berikut:

1. Apabila pelanggan mempersepsikan bahwa kinerja produk yang dinikmatinya lebih besar atau lebih tinggi dari yang diharapkan oleh pelanggan, maka pelanggan akan menyatakan bahwa mereka sangat puas (kinerja > harapan → sangat puas).
2. Apabila pelanggan mempersepsikan bahwa kinerja produk yang dinikmatinya sama dengan yang diharapkan oleh pelanggan, maka pelanggan akan menyatakan bahwa mereka puas (kinerja = harapan → puas).
3. Apabila pelanggan mempersepsikan bahwa kinerja produk yang dinikmatinya lebih kecil atau lebih rendah dari yang diharapkan oleh pelanggan, maka pelanggan akan menyatakan bahwa mereka kecewa (kinerja < harapan → kecewa).

Dampak yang mungkin timbul dari hasil itu menurut Hasan (2008 : 59) adalah:

1. Kinerja produk sangat jelek, berarti kinerja produk sangat jauh dari yang diharapkan oleh pelanggan. Pelanggan akan marah-marah, mencaci maki dan sikap negatif lainnya. Tidak hanya itu pelanggan akan bercerita kepada orang lain, kepada media cetak, dan elektronik tentang kejelekan dan kekecewaan yang dialaminya.
2. Kinerja produk kurang baik, berarti pelanggan merasa kurang puas, dan menilai bahwa produk tidak pantas sebagai alternatif yang mampu memenuhi kebutuhannya. Akibatnya pelanggan akan melarang orang lain, dan koleganya untuk membeli produk yang bersangkutan.
3. Kinerja produk cukup baik, berarti kinerja berada di bawah harapan pelanggan. Akibatnya pelanggan tidak begitu respek pada produk. Pelanggan mungkin memilih sikap apatis jika ada pertanyaan mengenai kinerja produk yang bersangkutan.
4. Kinerja produk baik atau biasa-biasa saja, berarti pelanggan puas. Reaksi pelanggan biasa-biasa saja, tetapi tidak bercerita banyak kepada orang lain tentang kinerja yang dirasakannya.
5. Kinerja produk sangat baik. Jika kondisi ini yang terjadi, berarti kinerja produk melebihi harapan pelanggan, sehingga pelanggan merasa sangat puas, pelanggan akan dengan senang hati menceritakan kepuasannya kepada orang lain mengenai produk yang dirasakannya. Kondisi inilah yang merupakan garansi terjadinya pembelian ulang, penambahan pelanggan baru, dan sebagainya.

**Loyalitas Konsumen**

Menurut Sheth dan Mittal dalam Tjiptono (2007 : 387): “Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten”.

Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2008 : 175): “Kesetiaan adalah komitmen yang dipegang kuat untuk membeli lagi atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu di masa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan peralihan perilaku”.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa loyalitas (kesetiaan) merupakan komitmen yang kuat untuk bersedia secara terus menerus berlangganan menggunakan produk dan jasa perusahaan dalam jangka panjang berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan peralihan perilaku.

Menurut Giddens dalam Fajrianthi dan Farrah (2005 : 280) konsumen yang loyal terhadap suatu merek memiliki ciri-ciri berikut:

* 1. Memiliki komitmen pada merek tersebut.
	2. Berani membayar lebih pada merek tersebut bila dibandingkan dengan merek yang lain.
	3. Akan merekomendasikan merek tersebut pada orang lain.
	4. Dalam melakukan pembelian kembali produk tersebut tidak melakukan pertimbangan.
	5. Selalu mengikuti informasi yang berkaitan merek tersebut.
	6. Mereka dapat menjadi semacam juru bicara dari merek tersebut dan mereka selalu mengembangkan hubungan dengan merek tersebut.

Pelanggan yang loyal dapat diukur berdasarkan pola pembeliannya, seperti runtutan pembelian atau proporsi pembelian. Menurut Mardalis (2005 : 113-114), secara umum loyalitas dapat diukur dengan cara-cara sebagai berikut:

1. Urutan pilihan (*choice sequence*)

Metode urutan pilihan atau disebut juga juga pola pembelian ulang ini banyak dipakai dalam penelitian dengan menggunakan panel-panel agenda harian pelanggan lainnya, dan lebih terkini lagi, data *scanner supermarket*. Urutan itu dapat berupa:

1. Loyalitas yang tak terpisahkan (*undivided loyalty)* dapat ditunjukkan dengan runtutan AAAAAA. Artinya pelanggan hanya membeli suatu produk tertentu saja. Misalnya: pelanggan selalu memilih *clear* setiap membeli shampo.
2. Loyalitas yang terbagi (*divided loyalty)* dapat ditunjukkan dengan runtutan ABABAB. Artinya pelanggan membeli dua merek secara bergantian. Misalnya: suatu ketika membeli shampo *clear* dan berikutnya shampo zink.
3. Loyalitas yang tidak stabil (*unstable* *loyalty)* dapat ditunjukkan dengan runtutan AAABBB. Artinya pelanggan memilih suatu merek untuk beberapa kali pembelian kemudian berpindah ke merek lain untuk periode berikutnya. Misalnya: selama 1 tahun pelanggan memilih shampo *clear* dan tahun berikutnya shampo zink.
4. Tanpa loyalitas (*no loyalty),* ditunjukkan dengan runtutan ABCDEF. Artinya pelanggan tidak membeli suatu merek tertentu.
5. Proporsi pembelian (*proportion of purchase*)

Berbeda dengan runtutan pilihan, cara ini menguji proporsi pembelian total dalam sebuah kelompok produk tertentu. Data yang dianalisis berasal dari panel pelanggan.

1. Preferensi (*preference*)

Cara ini mengukur loyalitas dengan menggunakan komitmen psikologis atau pernyataan preferensi. Dalam hal ini, loyalitas dianggap sebagai “sikap yang positif” terhadap suatu produk tertentu, sering digambarkan dalam istilah “niat untuk membeli”.

1. Komitmen (*commitment*)

Komitmen lebih terfokus pada komponen emosional/perasaan. Komimen terjadi dari keterkaitan pembelian yang merupakan akibat dari keterlibatan ego dengan kategori merek. Keterlibatan ego tersebut terjadi ketika sebuah produk sangat berkaitan dengan nilai-nilai penting, keperluan, dan konsep diri pelanggan.

Banyak teori dan penelitian yang menyebutkan adanya hubungan kepuasan dengan loyalitas. Salah satunyanya menurut Schnaars dalam Tjiptono (2007 : 386) yang menggambarkan hubungan antara kepuasan dan loyalitas sebagai berikut:

**Gambar 1**

**Hubungan antara Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |
|  |  | **Loyalitas Pelanggan** |
|  |  | **Rendah** | **Tinggi** |
| **Kepuasan Pelanggan** | **Rendah** | ***Failure*** | ***Forced Loyalty*** |
| Tidak puas dan tidak loyal | Tidak puas, namun terikat pada program promosi loyalitas perusahaan |
| **Tinggi** | ***Defectors*** | ***Successes*** |
| Puas tapi tidak loyal | Puas, loyal, dan paling mungkin memberikan gethok tular positif |

Sumber: Schnaars dalam Tjiptono (2007).

Dampak dari adanya kepuasan adalah akan menimbulkan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan harus dibarengi pula dengan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang benar-benar loyal bukan saja sangat potensial menjadi *word* *of mouth advertisiers*, namun kemungkinan besar juga loyal pada portofolio produk dan jasa perusahaan selama bertahun-tahun.

**METODE PENELITIAN**

**Kerangka Pemikiran**

**Gambar 2**

**Kerangka Pemikiran**

Kepuasan (X):

1. Keandalan (*Reliability*)
2. Daya tanggap (*Responsiveness*)
3. Jaminan (*Assurance*)
4. Empati (*Emphaty*)
5. Berwujud (*Tangibles*)

Loyalitas Anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri

(Y)

Alat analisis:

1. Regresi Linier Sederhana.
2. Uji Koefisien Korelasi (r).
3. Uji hipotesis (Uji t).
4. Uji Koefisien Determinasi.

Keterangan:

X = Variabel bebas, yaitu variabel yang mempengaruhi variabel Y.

Y = Variabel terikat, yaitu variabel yang dipengaruhi variabel X.

**Bentuk Penelitian**

Penelitian ini mengggunakan metode survei, yaitu mengajukan sejumlah pertanyaan yang berhubungan dengan masalah penelitian kepada anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang sebagai responden.

**Teknik Pengumpulan Data**

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dalam dua jenis, yaitu data primer dan sekunder. Data primer yang terdiri dari wawancara, observasi, dan kuesioner. Sedangkan Data sekunder yang digunakan, yaitu dengan mengumpulkan dan mempelajari dokumen-dokumen dari Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang dan buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

**Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah semua anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang yang masih aktif sebagai anggota koperasi. Sedangkan sampel yang diambil sebanyak 100 dengan kriteria (*purposive sampling*), yaitu konsumen yang masih aktif sebagai anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang, telah menjadi anggota koperasi minimal 1 (satu) tahun, telah melakukan transaksi keuangan di koperasi minimal 3 (tiga) kali dan berumur 20 tahun ke atas.

**Variabel Penelitian**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variabel bebas (X), yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan adalah kepuasan anggota koperasi, yaitu respon anggota koperasi terhadap ketidaksesuaian antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual jasa koperasi yang dirasakan setelah pemakaiannya. Pengukuran kepuasan anggota koperasi menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*),empati (*empathy*), dan berwujud (*tangibles*).
2. Variabel terikat (Y), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel yang digunakan adalah loyalitas anggota koperasi, yaitu kesetiaan dan kemauan anggota koperasi untuk terus menggunakan jasa koperasi. Pengukuran loyalitas anggota koperasi dilihat dari komitmen yang kuat untuk selalu menjadi anggota koperasi, kesediaan merekomendasikan koperasi kepada orang lain, selalu mengikuti perkembangan informasi tentang koperasi, bersedia untuk mengikuti prosedur yang telah ditetapkan, seperti dalam hal pembiayaan yang ditetapkan oleh koperasi, dan selalu menceritakan hal-hal positif dan menjalin hubungan baik dengan koperasi.

Variabel-variabel tersebut diukur menggunakan skala Likert dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Pilihan jawaban terhadap kepuasan anggota koperasi adalah Sangat Puas (SP) diberi skor 5, Puas (P) diberi skor 4, Kurang Puas (KP) diberi skor 3, Puas (TP) diberi skor 2 dan Sangat Tidak Puas (STP) diberi skor 1.
2. Pilihan jawaban terhadap loyalitas anggota koperasi adalah Sangat Setuju (SS) diberi skor 5, Setuju (S) diberi skor 4, Kurang Setuju (KS) diberi skor 3, Tidak Setuju (TS) diberi skor 2 dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.

**Alat Analisis Data**

1. Uji Instrumen
2. Uji Validitas: Kriteria keputusan pengujiannya adalah jika rhitung > rtabel (α=5%; n=100), maka pernyataan dinyatakan valid. Sebaliknya, jika rhitung ≤ rtabel (α=5%; n=100), maka pernyataan dinyatakan tidak valid.
3. Uji Reliabilitas: Kriteria keputusan pengujiannya adalah jika rhitung (r11) > rtabel (α=5%; n=100), maka pernyataan dinyatakan reliabel. Sebaliknya, jika rhitung (r11) ≤ rtabel (α=5%; n=100), maka pernyataan dinyatakan tidak reliabel.
4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana merupakan suatu teknik analisis statistika yang melibatkan hubungan antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat. Metode regresi yang digunakan adalah metode kuadrat terkecil (*Least Square Method*). Analisis regresi linier sederhana dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang. Adapun persamaan regresi linier sederhana dalam penelitian ini dapat dituliskan sebagai berikut:

Y = a + bX

Keterangan:

Y = Loyalitas anggota koperasi

X = kepuasan anggota koperasi

 a = Konstanta regresi

 b = Koefisien regresi

Nilai a dan b menurut Riduwan (2010 : 244) dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

 n.∑XY – ∑X.∑Y

b =

 n.∑X² – (∑X)²

 ∑Y – b.∑X

a =

 n

1. Analisis Koefisien Korelasi (r)

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Analisis koefisien korelasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara kepuasan dengan loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang. Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung nilai koefisien korelasi menurut Riduwan (2010 : 227) adalah sebagai berikut:

 n(∑XY) – (∑X)( ∑Y)

rxy =

 √{n∑X² – (∑X)²}{n∑Y² – (∑Y)²}

Adapun pedoman untuk menginterpretasikan nilai koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 1**

**Interpretasi Koefisien Korelasi**

**Nilai r**

|  |  |
| --- | --- |
| **Interval Koefisien** | **Tingkat Hubungan** |
| 0,00 – 0,1990,20 – 0,3990,40 – 0,5990,60 – 0,7990,80 – 1,000 | Sangat rendahRendahCukupKuatSangat Kuat |

Sumber: Riduwan (2010 : 228).

1. Uji hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis (uji t) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Uji hipotesis (uji t) dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah kepuasan memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang. Adapun langkah-langkah uji hipotesis (uji t) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis penelitian

H0 : r = 0, Artinya kepuasan anggota koperasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang.

Ha : r ≠ 0, Artinya kepuasan anggota koperasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang.

1. Mencari nilai thitung dan ttabel

Nilai thitung dapat dicari dengan menggunakan rumus menurut Riduwan (2010 : 229) sebagai berikut:

 r√n – 2

thitung =

 √1 – r²

Di mana:

thitung = Nilai t

 r = Nilai koefisien korelasi

 n = Jumlah sampel

Nilai ttabel ditentukan dengan kriteria: α = 0,05 (5%), dan derajat kebebasan (dk) = n – 2.

1. Menentukan kriteria keputusan, yaitu jika thitung > ttabel, maka H0 ditolak dan Ha diterima. Sebaliknya, jika thitung ≤ ttabel, maka H0 diterima dan Ha ditolak.
2. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui berapa besar kontribusi atau sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variasi naik-turunnya variabel terikat. Analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui besar kecilnya kontribusi atau sumbangan pengaruh kepuasan terhadap variasi naik turunnya loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang. Rumus yang dapat digunakan untuk mencari nilai koefisien determinasi menurut Riduwan (2010 : 228) adalah sebagai berikut:

KP = r² x 100%

Di mana:

KP = Besarnya koefisien penentu (determinan)

 r = Koefisien korelasi

**HASIL**

**Uji Validitas**

Pengujian validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor setiap pernyataan dengan skor totalnya menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*. Skor total pernyataan merupakan penjumlahan skor setiap pernyataan dalam kuesioner. Hasil korelasi (rhitung) tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai korelasi statistik tabel (rtabel) dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05 (5%) dan jumlah data (n) sebanyak 100 untuk menentukan tingkat kevalidan setiap pernyataan dalam kuesioner.

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan terhadap 18 pernyataan variabel kepuasan anggota koperasi dan 5 pernyataan variabel loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang. Nilai rhitung dari 18 pernyataan dalam variabel kepuasan anggota koperasi dalam penelitian ini diolah menggunakan Program SPSS 19.0 *for windows* yang hasil dan uji validitasnya disajikan sebagai berikut:

**Tabel 2**

**Hasil Uji Validitas Pernyataan dalam Variabel Kepuasan Anggota Koperasi**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Keterangan** | **Nilai rhitung** | **Nilai rtabel****(α5%;n100)** | **Kesimpulan** |
| 1. | Pernyataan No. 1 | 0,319 | 0,195 | Valid |
| 2. | Pernyataan No. 2 | 0,684 | 0,195 | Valid |
| 3. | Pernyataan No. 3 | 0,620 | 0,195 | Valid |
| 4. | Pernyataan No. 4 | 0,678 | 0,195 | Valid |
| 5. | Pernyataan No. 5 | 0,379 | 0,195 | Valid |
| 6. | Pernyataan No. 6 | 0,599 | 0,195 | Valid |
| 7. | Pernyataan No. 7 | 0,422 | 0,195 | Valid |
| 8. | Pernyataan No. 8 | 0,647 | 0,195 | Valid |
| 9. | Pernyataan No. 9 | 0,579 | 0,195 | Valid |
| 10. | Pernyataan No. 10 | 0,453 | 0,195 | Valid |
| 11. | Pernyataan No. 11 | 0,623 | 0,195 | Valid |
| 12. | Pernyataan No. 12 | 0,438 | 0,195 | Valid |
| 13. | Pernyataan No. 13 | 0,554 | 0,195 | Valid |
| 14. | Pernyataan No. 14 | 0,688 | 0,195 | Valid |
| 15. | Pernyataan No. 15 | 0,397 | 0,195 | Valid |
| 16. | Pernyataan No. 16 | 0,667 | 0,195 | Valid |
| 17. | Pernyataan No. 17 | 0,569 | 0,195 | Valid |
| 18. | Pernyataan No. 18 | 0,581 | 0,195 | Valid |

Sumber: Data Primer dan Hasil SPSS 19.0 *for windows*, 2012.

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua pernyataan yang terdapat dalam variabel kepuasan anggota koperasi dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan bahwa semua nilai rhitung dari 18 pernyataan dalam variabel kepuasan anggota koperasi menunjukkan nilai yang lebih besar dari nilai rtabel (rhitung > rtabel).

Sedangkan nilai rhitung dari 5 pernyataan dalam variabel loyalitas anggota koperasi dalam penelitian ini diolah menggunakan Program SPSS 19.0 *for windows* yang hasil dan uji validitasnya disajikan sebagai berikut:

**Tabel 3**

**Hasil Uji Validitas Pernyataan dalam Variabel Loyalitas Anggota Koperasi**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Keterangan** | **Nilai rhitung** | **Nilai rtabel (α5%;n100)** | **Kesimpulan** |
| 1. | Pernyataan No. 1 | 0,704 | 0,195 | Valid |
| 2. | Pernyataan No. 2 | 0,459 | 0,195 | Valid |
| 3. | Pernyataan No. 3 | 0,604 | 0,195 | Valid |
| 4. | Pernyataan No. 4 | 0,614 | 0,195 | Valid |
| 5. | Pernyataan No. 5 | 0,532 | 0,195 | Valid |

Sumber: Data Primer dan Hasil SPSS 19.0 *for windows*, 2012.

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua pernyataan yang terdapat dalam variabel loyalitas anggota koperasi dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan bahwa semua nilai rhitung dari 5 pernyataan dalam variabel loyalitas anggota koperasi menunjukkan nilai yang lebih besar dari nilai rtabel (rhitung > rtabel).

**Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode belah dua ganjil-genap (*split-half method*), yaitu suatu metode yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan nilai skor total pernyataan belahan ganjil dengan nilai skor total pernyataan belahan genap (r½½), dan kemudian dilanjutkan pengujian dengan menggunakan rumus *Spearman-Brown* untuk mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (r11). Hasilnya kemudian dibandingkan dengan nilai rhitung (α0,05;n100) untuk menentukan tingkat reliabilitas instrumen.

Nilai korelasi antara skor total pernyataan belahan ganjil dan skor total pernyataan belahan genap (r½½) variabel kepuasan anggota koperasi dalam penelitian ini diperoleh dari hasil pengolahan data dengan menggunakan Program SPSS 19.0 *for windows* yang disajikan sebagai berikut sebagai berikut:

**Tabel 4**

**Nilai Korelasi Pernyataan Belahan Ganjil dan Pernyataan Belahan Genap (r½½) Variabel Kepuasan Anggota Koperasi**

***Correlations***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|   |   | SKOR TOTAL PERNYATAAN BELAHAN GANJIL | SKOR TOTAL PERNYATAAN BELAHAN GENAP |
| SKOR TOTAL PERNYATAAN BELAHAN GANJIL | Pearson Correlation | 1 | ,781\*\* |
|   | Sig. (2-tailed) |  | ,000 |
|   | N | 100 | 100 |
| SKOR TOTAL PERNYATAAN BELAHAN GENAP | Pearson Correlation | ,781\*\* | 1 |
|   | Sig. (2-tailed) | ,000 |  |
|   | N | 100 | 100 |

*\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

Sumber: Data Primer dan Hasil SPSS 19.0 *for windows*, 2012.

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai korelasi antara pernyataan belahan ganjil dan pernyataan belahan genap (r½½) variabel kepuasan anggota koperasi adalah sebesar 0,781. Nilai ini kemudian digunakan untuk mencari nilai reliabilitas instrumen (r11) dengan menggunakan rumus *Spearman-Brown* yang hasilnya adalah sebagai berikut:

 2 x r½½

r11 =

 (1 + r½½)

 2 x 0,781

r11 =

 (1 + 0,781)

 1,562

r11 =

 1,781

r11 = 0,877

Dari hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa nilai reliabilitas instrumen (r11) adalah sebesar 0,877. Sedangkan nilai rtabel yang diperoleh dari tingkat signifikansi (α) = 5% dan n = 100 adalah sebesar 0,195. Hal ini menunjukkan bahwa nilai reliabilitas instrumen (r11) lebih besar dari nilai rtabel (0,877 > 0,195) yang berarti pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam variabel kepuasan anggota koperasi dinyatakan reliabel.

Sedangkan nilai korelasi antara skor total pernyataan belahan ganjil dan skor total pernyataan belahan genap variabel loyalitas anggota koperasi dalam penelitian ini yang diolah dengan menggunakan Program SPSS 19.0 *for windows* adalah sebagai berikut:

**Tabel 5**

**Nilai Korelasi Pernyataan Belahan Ganjil dan Pernyataan Belahan Genap (r½½) Variabel Loyalitas Anggota Koperasi**

***Correlations***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|   |   | SKOR TOTAL PERNYATAAN BELAHAN GANJIL | SKOR TOTAL PERNYATAAN BELAHAN GENAP |
| SKOR TOTAL PERNYATAAN BELAHAN GANJIL | Pearson Correlation | 1 | ,382\*\* |
|   | Sig. (2-tailed) |  | ,000 |
|   | N | 100 | 100 |
| SKOR TOTAL PERNYATAAN BELAHAN GENAP | Pearson Correlation | ,382\*\* | 1 |
|   | Sig. (2-tailed) | ,000 |  |
|   | N | 100 | 100 |

*\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

Sumber: Data Primer dan Hasil SPSS 19.0 *for windows*, 2012.

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai korelasi antara pernyataan belahan ganjil dan pernyataan belahan genap (r½½) variabel loyalitas anggota koperasi adalah sebesar 0,382. Nilai ini kemudian digunakan untuk mencari nilai reliabilitas instrumen (r11) dengan menggunakan rumus *Spearman-Brown* yang hasilnya adalah sebagai berikut:

 2 x r½½

r11 =

 (1 + r½½)

 2 x 0,382

r11 =

 (1 + 0,382)

 0,764

r11 =

 1,382

r11 = 0,553

Dari hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa nilai reliabilitas instrumen (r11) adalah sebesar 0,553. Sedangkan nilai rtabel yang diperoleh dari tingkat signifikansi (α) = 5% dan n = 100 adalah sebesar 0,195. Hal ini menunjukkan bahwa nilai reliabilitas instrumen (r11) lebih besar dari nilai rtabel (0,553 > 0,195) yang berarti pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam variabel loyalitas anggota koperasi dinyatakan reliabel.

**Analisis Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang**

1. **Analisis Regresi Linier Sederhana**

Analisis regresi linier sederhana dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang yang dapat dilihat dari hasil persamaan regresi. Adapun nilai-nilai hasil estimasi regresi pengaruh kepuasan terhadap loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang yang diperoleh dari hasil pengolahan data dengan menggunakan Program SPSS 19.0 *for windows* adalah sebagai berikut:

**Tabel 6**

**Hasil Estimasi Regresi Pengaruh Kepuasan terhadap**

**Loyalitas Anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri**

**di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang**

***Coefficients*a**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| *Model* | *Unstandardized Coefficients* | *Standardized Coefficients* | *t* | *Sig.* |
| ***B*** | *Std. Error* | *Beta* |
| 1 | (*Constant*) | **,379** | ,245 |  | 1,545 | ,126 |
|   | Kepuasan Anggota Koperasi (X)  | **,936** | ,062 | ,836 | 15,110 | ,000 |

1. *Dependent Variable*: Loyalitas Anggota Koperasi (Y)

Sumber: Data Primer dan Hasil SPSS 19.0 *for windows*, 2012.

Dari nilai-nilai estimasi regresi seperti yang terlihat pada di atas, maka dapat dibuat persamaan regresi linier sederhana dalam penelitian ini sebagai berikut:

Ŷ = 0,379 + 0,936X

Dari persamaan regresi di atas dapat dijelaskan pengaruh kepuasan terhadap loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang sebagai berikut:

1. Nilai konstanta regresi (a) menunjukkan nilai sebesar 0,379 yang berarti jika kepuasan anggota koperasi tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol (X = 0), maka loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang akan sebesar 0,379 satuan.
2. Nilai koefisien regresi (b) menunjukkan nilai sebesar 0,936 yang berarti jika kepuasan anggota koperasi ditingkatkan sebesar satu satuan (X = 1), maka loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang akan meningkat sebesar 0,936 satuan.
3. **Analisis Koefisien Korelasi (r)**

Analisis koefisien korelasi (r) digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan atau keeratan hubungan antar kepuasan dengan loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang. Adapun nilai koefisien korelasi (r) yang diperoleh dari hasil pengolahan data dengan menggunakan Program SPSS 19.0 *for windows* adalah sebagai berikut:

**Tabel 7**

**Nilai Koefisien Korelasi (r) antara Kepuasan dengan Loyalitas Anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai**

**Kabupaten Ketapang**

***Model Summary*b**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| *Model* | ***R*** | *R Square* | *Adjusted R Square* | *Std. Error of the Estimate* |
| 1 | **,836** | ,700 | ,697 | ,16766 |

1. *Predictors*: (*Constant*), Kepuasan Anggota Koperasi
2. *Dependent Variable*: Loyalitas Anggota Koperasi

Sumber: Data Primer dan Hasil SPSS 19.0 *for windows*, 2012.

Dari hasil pengolahan data seperti yang terlihat pada tabel di atas diperoleh nilai koefisien korelasi (r) adalah sebesar 0,836. Nilai ini jika dikonsultasikan dengan nilai r seperti yang terdapat dalam Tabel 1 berada dalam rentang 0,80 – 1,000 yang berarti bahwa kepuasan anggota koperasi memiliki hubungan yang sangat kuat dan positif dengan loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang.

1. **Uji t**

Uji t merupakan uji hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui apakah kepuasan anggota koperasi berpengaruh signifikan atau tidak terhadap loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang. Caranya adalah membandingkan nilai thitung dengan ttabel. Tahapan uji t dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis penelitian

Artinya kepuasan anggota koperasi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang.

H0 : r = 0,

Artinya kepuasan anggota koperasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang.

Ha : r ≠ 0,

1. Mencari nilai thitung dan ttabel

Nilai thitung hasil pengolahan data dengan menggunakan Program SPSS 19.0 *for windows* adalah sebagai berikut:

**Tabel 8**

**Nilai thitung Hasil SPSS**

***Coefficients*a**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| *Model* | *Unstandardized Coefficients* | *Standardized Coefficients* | *t* | *Sig.* |
| ***B*** | *Std. Error* | *Beta* |
| 1 | (*Constant*) | ,379 | ,245 |  | 1,545 | ,126 |
|   | Kepuasan Anggota Koperasi (X)  | ,936 | ,062 | ,836 | **15,110** | ,000 |

1. *Dependent Variable*: Loyalitas Anggota Koperasi (Y)

Sumber: Data Primer dan Hasil SPSS 19.0 *for windows*, 2012.

Dari hasil pengolahan data seperti yang terlihat pada tabel di atas diperoleh nilai thitung sebesar 15,110. Sedangkan nilai ttabel dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 (5%) dan derajat kebebasan (dk) = n – 2 = 100 – 2 = 98 adalah sebesar ± 1,980 (uji dua arah).

1. Berdasarkan nilai thitung dan ttabel yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa nilai thitung lebih besar dari ttabel (15,110 > 1,980) yang berarti kepuasan anggota koperasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang.
2. **Analisis Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besar kecilnya kontribusi atau sumbangan pengaruh kepuasan terhadap variasi naik turunnya loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh dari hasil pengolahan data menggunakan Program SPSS 19.0 *for windows* sebagai berikut:

**Tabel 9**

**Nilai Koefisien Determinasi Pengaruh Kepuasan terhadap**

**Loyalitas Anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri**

**di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang**

***Model Summary*b**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| *Model* | *R* | ***R Square*** | *Adjusted R Square* | *Std. Error of the Estimate* |
| 1 | ,836 | **,700** | ,697 | ,16766 |

1. *Predictors*: (*Constant*), Kepuasan Anggota Koperasi
2. *Dependent Variable*: Loyalitas Anggota Koperasi

Sumber: Data Primer dan Hasil SPSS 19.0 *for windows*, 2012.

Dari hasil pengolahan data seperti yang terlihat pada Tabel 4.15 diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,700 (70,00%) atau dapat dicari dengan menggunakan rumus KD = r² x 100% = (0,836)² x 100% = 70,00%. Hal ini menunjukkan bahwa sumbangan (kontribusi) kepuasan anggota koperasi dalam mempengaruhi naik turunnya loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang adalah sebesar 70,00%, sedangkan sisanya sebesar 30,00% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini, seperti kualitas pelayanan, citra perusahaan, nilai pelanggan, dan hambatan pindah.

**KESIMPULAN**

**Kesimpulan**

Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang yang dapat dilihat dari persamaan regresi linier sederhana yang diperoleh dalam penelitian ini, yaitu Ŷ = 0,379 + 0,936X. Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas anggota koperasi adalah sebesar 0,936 satuan. Artinya, jika kepuasan anggota koperasi ditingkat sebesar satu satuan (X = 1), maka loyalitas anggota koperasi akan mengalami peningkatan sebesar 0,936 satuan.

Hasil analisis koefisien korelasi (r) menunjukkan bahwa kepuasan anggota koperasi memiliki hubungan yang sangat kuat dan positif terhadap loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang. Hal ini dikarenakan nilai koefisien korelasi hasil penelitian menunjukkan nilai sebesar 0,836 dan termasuk dalam kategori hubungan yang sangat kuat.

Hasil uji hipotesis (uji t) menunjukkan bahwa kepuasan anggota koperasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang. Hal ini dikarenakan thitung lebih besar dari ttabel (15,110 > 1,980) yang berarti hipotesis null (H0) yang menyatakan kepuasan tidak berpengaruh terhadap loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang ditolak.

Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa sumbangan (kontribusi) kepuasan anggota koperasi dalam mempengaruhi naik turunnya loyalitas anggota Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang adalah sebesar 70,00%, sedangkan sisanya sebesar 30,00% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini, seperti kualitas pelayanan, citra perusahaan, nilai pelanggan, dan hambatan pindah.

**Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka disarankan agar Koperasi *Credit Union* Pancur Dangeri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang memberikan kemudahan-kemudahan kepada anggotanya, seperti prosedur pelayanan yang mudah dan tidak berbelit-belit, persyaratan administrasi yang mudah, dan pencairan pinjaman yang cepat dengan bunga relatif bersaing dengan koperasi lain. Hal ini dilakukan agar anggota koperasi merasa puas dengan kinerja pelayanan yang diberikan, sehingga para anggota akan selalu menggunakan jasa koperasi di masa yang akan datang.

Koperasi harus lebih tanggap dalam melayani anggotanya, seperti cepat dan tanggap terhadap anggota koperasi yang membutuhkan bantuan ketika berada di koperasi dan menangani setiap permasalahan dan keluhan anggota dengan cepat, sehingga anggota koperasi akan merasa bahwa koperasi memperhatikan keinginan anggotanya. Selain itu, karyawan koperasi dalam memberikan pelayanan kepada anggota koperasi harus lebih bersikap ramah, sopan dan jujur agar anggota koperasi merasa senang dan puas dilayani dengan baik.

Koperasi harus selalu memperhatikan sarana dan prasarana yang dimilikinya, seperti selalu menjaga kebersihan dan kerapian ruangan, meningkatkan keamanan lokasi parkir, selalu berpakaian rapi, dan meningkatkan kualitas dan kuantitas perangkat teknologi, seperti komputer, printer dan sebagainya. Selain itu, disarankan juga kepada koperasi untuk secara bertahap membuka tempat pelayanan baru agar dapat melayani semua anggota koperasi dan masyarakat, sehingga dapat memperluas cakupan layanan koperasi.

**DAFTAR PUSTAKA**

Adisaputro, Gunawan. (2010). *Manajemen Pemasaran: Analisis untuk Perencanaan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Fajrianthi, dan Farrah, Zatul. (2005). *Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen*. Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Airlangga. Jurnal Insan Vol. 7 No. 3: 276-288.

Hasan, Ali. (2008). *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Karsono. (2005). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan Anggota sebagai Variabel Pemediasi.* Surakarta: Jurnal Bisnis dan Manajemen. Volume 5, No. 2, 2005: 183-196.

Kotler, Philip, dan Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran.* Jilid 1. Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa: Benyamin Molan. Jilid I dan II. Edisi-12. Jakarta: PT Indeks.

Mardalis, Ahmad. (2005). *Meraih Loyalitas Pelanggan*. Surakarta: Benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis. Volume 9, No. 2, 2005: 111-119.

Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 10/Per/M.KUKM/XI/2008 tentang *Pedoman Penilaian Kesehatan Koperasi Simpan Pinjam dan Unit Simpan Pinjam Koperasi*.

Riduwan. (2010). *Dasar-dasar Statistika*. Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta.

Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian. (2011). *Metode Penelitian Survai*. Edisi Revisi. Cetakan Keempat. Jakarta: LP3ES.

Subandi. (2010). *Ekonomi Koperasi: Teori dan Praktik*. Cetakan ke-2. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2002). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, Danang. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, dan Kasus*. Cetakan 1. Yogyakarta: CAPS.

Swastha, Basu dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedelapan, Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, Fandy. (2007). *Pemasaran Jasa*. Cetakan Ketiga. Malang: Bayumedia Publishing.

Umar, Husein. (2005). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang *Perkoperasian*.

Wijaya, Toni. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT Indeks.