

Pengaruh Citra Koperasi, Kualitas Pelayanan, Dan Komunikasi Terhadap Loyalitas Nasabah Di Koperasi Rakyat Mandiri Abiansemal Kabupaten Badung

Ni Putu Ayu Sumariani ⁽¹⁾

I Gusti Ayu Wimba ⁽²⁾

⁽¹⁾⁽²⁾ Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia

e-mail: ayusumarianiniputu@gmail.com

ABSTRACT

Savings and loan cooperatives are economic institutions that are really needed to monitor because savings and loan cooperatives are a facility for people who want to develop a better life. Cooperative activity is participation that is suspected as a form of solving the various questions they face, therefore it is appropriate if a cooperative is in the economic system of an economic country. The formulation of the problem in this study: (1) the partial effect of cooperative image on customer loyalty at the Abiansemal People's Independent Cooperative; (2) the effect of service quality partially on customer loyalty at the Abiansemal People's Independent Cooperative; (3) the effect of partial communication on customer loyalty at the Abiansemal Mandiri People's Cooperative; (4) the effect of the cooperative image, service quality and communication simultaneously on customer loyalty at the Abiansemal People's Independent Cooperative. The purpose of this study was to determine the effect on the Citra cooperative, service quality and customer loyalty communication at the Abiansemal Independent People's Cooperative. This research was conducted at the Independent People's Cooperative Abiansemal Badung. The number of samples was determined by slovin as many as 84 respondents and selected samples using accidental sampling. The research instrument used is validity and reliability test and the analytical technique used is multiple linear regression, classical assumption test and hypothesis testing.

Keywords: *Cooperative Image, Service Quality, Communication and Customer Loyalty*

ABSTRAK

Koperasi simpan pinjam merupakan lembaga perekonomian yang sungguh diperlukan untuk memataui karena koperasi simpan pinjam adalah salah satu fasilitas bagi orang yang ingin mengembangkan kehidupan yang lebih baik. Aktivitas koperasi ialah partisipasi yang di duga sebagai bentuk untuk memecahkan beragam pertanyaan yang mereka hadapi, oleh karena itu sudah sepatasnya apabila koperasi menempati sistem perekonomian dalam suatu negara perekonomian. Rumusan masalah dalam penelitian ini : (1) Bagaimanakah pengaruh citra koperasi secara parsial terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Rakyat Mandiri Abiansemal; (2) Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Rakyat Mandiri Abiansemal; (3) Bagaimanakah pengaruh komunikasi secara parsial terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Rakyat Mandiri Abiansemal; (4) Bagaimanakah pengaruh citra koperasi, kualitas pelayanan dan komunikasi secara simultan terhadap loyalitas

nasabah pada Koperasi Rakyat Mandiri Abiansemal. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Citra koperasi, kualitas pelayanan dan komunikasi terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Rakyat Mandiri Abiansemal. Penelitian ini dilakukan di Koperasi Rakyat Mandiri Abiansemal Badung. Jumlah sampel ditentukan dengan slovin sebanyak 84 responden dan penentuan sampel menggunakan *accidental sampling*. Instrumen penelitian yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas serta teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

Kata kunci: *Citra Koperasi, Kualitas Pelayanan, Komunikasi dan Loyalitas Nasabah*

Pendahuluan

Globalisasi telah membawa dampak besar bagi perkembangan perkoperasian pada Indonesia. Dampak ini tak jarang menuntut untuk berubah, tidak hanya menghasilkan serta menjual produk, namun berinovasi setiap bagian dari operasional perusahaan supaya bisa berkompetisi mampu bersaing pada era saat ini. Setiap perusahaan perlu mengasih konsumen dengan cara memberikan jasa dan memberikan produk yang unggul di hadapan para pelanggan. Dalam suatu perusahaan wajib menggunakan metode manajemen dalam kualitas jasa,. Dengan begitu perusahaan diperlukan dapat menghilangkan syarat konsumen yang dapat memaksimalkan kepuasan untuk pelanggan (Lupiyoadi & Hamdani, 2006: 216). Menurut Tjiptono (2007) setiap penjualan berusaha untuk mewujudkan loyalitas pelanggannya oleh sebab itu loyalitas pelanggan ialah salah satu penggerak utama pertumbuhan di suatu perusahaan. Pelanggan yang merasakan sebuah kepuasan akan mengarah pada loyalitas atau kesetiaan dan saat pelanggan sudah ada di level loyal akan penggunaan sebuah produk akan sulit untuk berpindah ke lain produk. Menurut Oliver dalam Kotler (2005) mendeskripsikan loyal menjadi suatu komitmen untuk beli atau dukung barang maupun jasa yang ada pada koperasi. Citra ialah sesuatu hal yang terpenting dalam koperasi simpan pinjam. Saat ini banyak koperasi yang mampu memahami adanya memberikan suatu perhatian untuk melaksanakan suatu image hingga mempunyai keuntungan bagi setiap perusahaan yang tidak hanya melepaskan diri terhadap terwujud suatu kesan publik negatif. Kualitas jasa (service) merupakan salah satu faktor terpenting, karena adanya strategi laba untuk menarik padatnya konsumen, menjaga konsumen untuk tetap setia, menyikiri terjadinya pindah konsumen melalui menciptakan kelebihan istimewa yang dapat menarik pelanggan untuk setia. Komunikasi ialah media yang di pergunakan semua perusahaan yang berupaya menginformasikan hingga komunikasi hendak selalu memastikan dampak yang mewujudkan kinerja bisnis yang meliputi loyalitas dalam hal bicara yang baik sehingga menjadikan pelanggan loyal.

Koperasi simpan pinjam merupakan perusahaan yang menangani pembiayaan dalam bentuk penerimaan simpanan dan pinjaman. Dalam menjalankan usahanya, semua jenis koperasi yang memiliki prinsip yang sama yaitu asas kekeluargaan. Hal ini dirancang untuk membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Pembiayaan koperasi simpan pinjam berasal dari dua sumber dalam menjalankan usaha. Sumber pertama terdapat dari simpanan anggota koperasi, baik menguntungkan simpanan pokok, simpanan wajib, simpanan sukarela. Koperasi Rakyat Mandiri Abiansemal merupakan koperasi simpan pinjam yang berbentuk hukum perseroan terbatas yang memiliki bidang usaha dalam bentuk produk deposito berjangka, tabungan, kredit, simpan pinjam, tabungan dan bentuk lainnya. Koperasi Rakyat Mandiri Abiansemal berlokasi di Jl. Ciung Wenara No.5 Blahkiuh, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung.

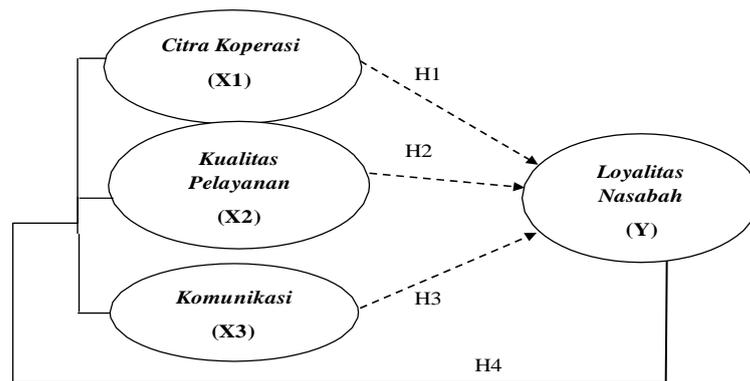
Alasan terpilihnya Koperasi Rakyat Mandiri Abiansemal sebagai objek penelitian karena memiliki indeks loyalitas masih rendah dibanding koperasi pesaingnya. Selain itu yang terjadi pada Koperasi Rakyat Mandiri Abiansemal yakni mempunyai parkir yang tidak luas, selain itu para nasabah kurang puas karena tidak ada tukang parkir, toilet yang jauh dari koperasi, pelayanan seksi teller dirasa sedikit kurang memuaskan keinginan nasabah sebab saat membantu nasabah kurang responsif dan kurang cekatan, akibatnya membuat nasabah menanti dalam menerima layanan administrasi dan adanya petugas marketing yang tidak memaksimal dalam melaksanakan tugas yang tidak melakukan komunikasi yang baik dengan nasabah yang membuat nasabah tidak mengetahui tentang produk maupun jasa yang ditawarkan Koperasi Rakyat Mandiri Abiansemal.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, dengan adanya beberapa masalah yang ada pada Koperasi Rakyat Mandiri Abiansemal, hingga penulis tertarik buat meneliti secara mendalam dalam variabel citra koperasi, kualitas pelayanan dan komunikasi terhadap loyalitas nasabah.

Metode Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Koperasi rakyat mandiri beralamat Jl. Ciung Wenara No.5 Blahkiuh, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung, Provinsi Bali. Pemilihan tempat ini karena menemukan masalah seperti citra koperasi, kualitas pelayanan, komunikasi. Objek peneliti yaitu citra koperasi, kualitas pelayanan dan komunikasi terhadap loyalitas nasabah di Koperasi

Rakyat Mandiri Abiansemal. Populasi pada penelitian ini ialah nasabah pada Koperasi Rakyat Mandiri pada tahun 2020 sebanyak 510 nasabah. Total sampel dalam penelitian diambil menggunakan rumus slovin, lalu jumlah sampel yang diambil adalah 84 nasabah pada Koperasi Rakyat Mandiri Abiansemal. Penelitian ini memakai pengumpulan data hingga melakukan pengukur persepsi responden digunakan Skala Likert dengan lima pilihan. Dalam Penelitian ini menentukan dengan cara teknik analisis linear berganda.



Gambar 1. Kerangka Berfikir

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Jika variabel adalah citra koperasi, kualitas pelayanan, komunikasi dan loyalitas nasabah dengan nilai koefisien lebih besar dari pada 0,5 maka penelitian ini dianggap valid dan reliabel. Dapat dilihat pada Tabel 1 yang menunjukkan nilai Asymp Sig dan nilai (2-tailed) yang ditunjukkan dalam penelitian ini adalah 0,473 yang menyatakan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 1. Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters(a,b)	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,17939271
Most Extreme Differences	Absolute	,092
	Positive	,086
	Negative	-,092
Kolmogorov-Smirnov Z		,845
Asymp. Sig. (2-tailed)		,473

Sumber: Data diolah, 2021

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a	
		Tolerance	VIF
1	CitraKoperasi (X1)	,542	1,843
	KualitasPelayanan (X2)	,459	2,178
	Komunikasi (X3)	,400	2,501

Sumber: Data diolah, 2021

Tabel 2 membuktikan nilai toleransi variabel lebih besar dari pada 0,1, sedangkan nilai variance inflation factor (VIF) lebih kecil dari 10, yang membuktikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas

Model		T	Sig.
1	(Constant)	1,539	,088
	CitraKoperasi	-,452	,652
	KualitasPelayanan	,124	,902
	Komunikasi	-,318	,751

Sumber: Data diolah, 2021

Tabel 4. Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,144	1,208		1,031	,530
	Citra Koperasi	,760	,035	,235	5,038	,000
	Kualitas Pelayanan	,988	,050	,858	31,975	,000
	Komunikasi	,490	,041	,105	3,795	,000

Sumber: Data diolah, 2021

Pada Tabel 4 diatas dapat diketahui persamaan regresi yakni

$$Y = 1,144 + 0,760 X_1 + 0,988 X_2 + 0,490 X_3 + 1,208$$

1. Pada konstanta diasumsikan bahwa tanpa ditambahkan variabel Citra Koperasi, Kualitas Pelayanan dan Komunikasi maka nilai Loyalitas Nasabah bernilai sebesar 1,144.
2. Apabila X_1 (Citra Koperasi) menemui bahwa dengan asumsi Kualitas Pelayanan dan Komunikasi dianggap tetap maka Loyalitas Nasabah akan positif dengan nilai 0,760.

3. Apabila X2 (Kualitas Pelayanan) menemui dengan asumsi Citra Koperasi dan Komunikasi dianggap tetap maka Loyalitas Nasabah akan akan positif dengan nilai 0,988.
4. Apabila X3 (Komunikasi) menemui dengan asumsi Citra Koperasi dan Kualitas Pelayanan dianggap tetap maka Loyalitas Nasabah akan positif dengan nilai 0,490.

Tabel 5. Uji Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,741 ^a	,548	,531	57767

Sumber: Data diolah, 2021

Hasil uji determinasi yang ditunjukkan R Square sebesar 0,548 jadi 54,8% persen variasi variabel loyalitas nasabah yang dapat di peroleh dari variasi dari ketiga variabel bebas seperti Citra Koperasi , Kualitas Pelayanan , Komunikasi .

Tabel 6. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t-Test)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
(Constant)	1,144	1,208		1,031	,530
Citra Koperasi	,760	,035	,235	5,038	,000
Kualitas Pelayanan	,988	,050	,858	31,975	,000
Komunikasi	,490	,041	,105	3,795	,000

Sumber: Data diolah, 2021

Dalam uji-t menunjukkan bahwa besarnya thitung variabel co-image (X1) adalah = 5,038, nilai sig.count = nilai 0,000, = 0,05, jadi, nilai, thitung, > nilai, t-tabel, , dan, nilai sig< Selain itu, untuk variabel kualitas pelayanan (X2), nilai t-tabel > dan nilai sig < . Sementara itu variabel komunikasi (X3) ditemukan

memiliki thitung sebesar 3,795, sig.hitung = 0,000, dan nilainya = 0,05, maka berdasarkan nilai thitung > nilai dari t-tabel, dan sinyal < .

Seperti terlihat pada Tabel 7, dfn = derajat kebebasan pada pembilang = 3, df = derajat kebebasan pada penyebut = 80, terlihat bahwa ukuran Fhitung = 39,662, nilai Sig.count = 0,000 dan nilai = 0,05, maka jika dibandingkan nilai signifikansi nilai F- hitung > dan nilai F- hitung < pada F-tabel.

Tabel 7. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F-Test)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	35,351	3	11,784	39,662	,000 ^b
	Residual	23,768	80	,297		
	Total	59,119	83			

Sumber: Data diolah, 2021

Simpulan

Bersumber bukti yang di dapat dari analisis linear berganda, hingga ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1. Citra koperasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah koperasi Mandiri Rakyat. 2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah Koperasi Rakyat Mandiri. 3. Komunikasi Koperasi Rakyat Mandiri berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. 4. Citra koperasi, kualitas pelayanan dan komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Koperasi Rakyat Mandiri.

Daftar Pustaka

- Astuti, N. K. A. W., Susanti, P. H., dan Puja, I. M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Anggota KSP Karya Pemulung Denpasar. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(3), 786–797.
- Eliba, Fitrah, and Zulkarnain. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Di Kota Pekanbaru. *Tepak Manajemen Bisnis* IX(3): 88–104.

- Graceallah, G. (2019). Pengaruh Komunikasi, Penanganan Konflik, Komitmen dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Commonwealth di Pontianak). *Journal Widyadharma*, 2007, 1–14.
- Joice Saputri Bintang (2017). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terintegrasi dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Sidiklang*
- Mahastika, I. M., dan Wilyadewi, I. I. D. A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Koperasi Simpan Pinjam Artha Sedana di Tabanan. *Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(2), 479–490.
- Mardika, S. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Komunikasi Dan Kepercayaan Terhadap Komitmen Nasabah Yang Berdampak Pada Loyalitas Nasabah Koperasi Simpan Pinjam Mitra Sejahtera Di Sidoarjo Sandra. *Jurnal Ekonomi*, 1–25.
- Putra, Y. E., dan Aziz, N. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt Bank Rakyat Indonesia Cabang Padang*. 71–86.
- Permana, I., dan Nurcahya, I. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Lpd Desa Adat Kedonganan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(7), 255330.
- Pramana, I., dan Rastini, N. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali. *None*, 5(1), 250738.
- Produk, P. K., Pelayanan, K., Pada, N., Bank, P. T., Cabang, S., Novita, A. C., Tumbuan, W. J. F. A., Tielung, M. V. J., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1), 728–737.
- Sahabuddin, C. (2015). Hubungan komunikasi belajar mengajar terhadap hasil belajar peserta didik di sekolah menengah kejuruan negeri I Kabupaten Majene. *Jurnal Papatuzdu*, 10(1), 17–30.
- Siswadi, SE., MM, F. (2020). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Pustakawan Indonesia*, 18(1), 42–53.
- Siregar, Hasrul. 2018. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah. : 1–14.
- Syofian. 2020. Pengaruh Citra Perusahaan, Ekspektasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI KC Bengkulu. *Creative Research Management Journal* 3(1): 84–95.
- Widnyana, I. W., dan Suarmanayasa, I. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada LPD. *Bisma: Jurnal*

Manajemen, 7(2), 181.

Wulan Purnama Sari. 2018. *Prevalensi Penggunaan Obat Anti-Inflamasi Non-Steroid (OAINS) Pereda Dismenore Di Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya Palembang*: 56.