
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Melalui Kepuasan Anggota Koperasi Konsumen Lingga Sri Amertha di Sanur

Gusti Ayu Tania Puspita Dewi ⁽¹⁾

I Gusti Ayu Wimba ⁽²⁾

Milla Permata Sunny ⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia
e-mail: taniapuspidad13@gmail.com

ABSTRACT

Growing the loyalty of cooperative members is closely related to how to provide quality service, therefore the quality of service is very influential for members to feel satisfaction with service so that it can grow member loyalty. The purpose of this study is to determine the effect of service quality on member loyalty through the satisfaction of members of the Lingga Sri Amertha Consumer Cooperative in Sanur. The population in this study was 322 people with a total sample of 77 respondents and a sample determination method using purposive sampling. Data collection uses observation, documentation, interviews, literature studies and questionnaires. The analytical techniques used are validity and reliability instrument tests, path analysis. The results of this study were found that the quality of service was positive and significant to member loyalty, the quality of service was positive and significant to member satisfaction, member satisfaction was positive and significant to member loyalty and the results of the path test found that member satisfaction was able to mediate the influence between service quality on the loyalty of members of the Lingga Sri Amertha Consumer Cooperative in Sanur. The advice for this study is to add financial products that are attractive to members, provide security guarantees for funds raised in cooperatives and maintain member trust.

Keywords: *Quality of Service ; Member Satisfaction ; Member Loyalty*

ABSTRAK

Menumbuhkan loyalitas anggota koperasi sangat berkaitan erat dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas, maka dari itu kualitas pelayanan sangat berpengaruh bagi anggota untuk merasakan kepuasan atas pelayanan maka dapat menumbuhkan loyalitas anggota. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota Koperasi Konsumen Lingga Sri Amertha di Sanur. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 322 orang dengan jumlah sampel sebanyak 77 orang responden dan metode penentuan sampel menggunakan purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan observasi, dokumentasi, wawancara, studi pustaka dan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan yaitu uji instrument validitas dan reliabilitas, analisis jalur (path). Hasil dari penelitian ini yaitu didapatkan bahwa kualitas pelayanan positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota, kualitas pelayanan positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota, kepuasan anggota positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota serta hasil uji jalur ditemukan bahwa kepuasan anggota mampu memediasi pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota Koperasi Konsumen Lingga Sri Amertha di Sanur. Saran bagi penelitian ini yaitu manambah produk keuangan yang menarik bagi anggota, memberikan jaminan keamanan atas dana yang terhimpun di koperasi dan menjaga kepercayaan anggota.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan ; Kepuasan Anggota ; Loyalitas Anggota*

Pendahuluan

Kualitas layanan merupakan factor utama yang mempengaruhi loyalitas anggota dikarenakan anggota yang terpuaskan nilai pribadinya dan mengalami mood yang positif terhadap layanan akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut (Sugiharto & Wijaya, 2020). Menurut Suriyanto & Japariyanto (2017) kualitas layanan adalah sesuatu faktor yang dikaitkan dengan konsep persepsi ketika anggota membandingkan harapan sebelum layanan dan pada saat sudah menggunakan layanan. Persepsi anggota terhadap suatu layanan sesuai maupun melebihi dari layanan yang diharapkan anggota menyebabkan kualitas layanan tersebut dinilai baik. Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk barang atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler dan Keller, 2016:143).

Jika kualitas pelayanan yang dikelola dengan baik dan tepat akan memberikan sumbangan yang positif sehingga dapat terbentuk kerjasama yang saling menguntungkan dalam jangka panjang (Putra *et al.*, 2021). Besarnya ketergantungan antara anggota dengan badan usaha koperasi atau sebaliknya akan menentukan baik buruknya perkembangan organisasi maupun usaha koperasi. Hasil penelitian dari Putri & Suprapti, (2020) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. Faktor lainnya yang dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yaitu tingkat kepuasan anggota, dimana kepuasan anggota tergantung pada kualitas pelayanan dalam memenuhi harapan anggota. Bila kualitas pelayanan jauh lebih rendah ketimbang harapan anggota maka anggota tidak merasa puas, namun jika kualitas pelayanan sesuai dengan harapan maka anggota akan merasa puas (Sugiharto & Wijaya, 2020).

Sedangkan Gea, (2021), kepuasan anggota merupakan perasaan positif anggota yang berhubungan dengan produk atau jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk. Jika ada ketidaksesuaian antara harapan dengan kinerja aktual jasa atau produk, anggota berada pada diskonfirmasi. Berdasarkan dari beberapa definisi di atas, maka secara garis besar dengan kepuasan anggota adalah respon emosional berupa perasaan senang dan lega karena telah tercukupi atau terpenuhi hasrat hatinya setelah melakukan pembelian suatu produk barang atau jasa. Maka dapat diartikan bahwa kualitas layanan yang baik akan memuaskan para anggota, setelah anggota terpuaskan dengan produk atau jasa yang telah diterima, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Murtiningsih *et al.*, (2020) yang menyebutkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Suwarno Putri *et al.*, (2021), Syur'an & Ma'ruf, (2020), Musdalifah & Hasan, (2020) dan Putri & Suprapti,

(2020) juga memiliki hasil yang sama, dimana kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota.

Kepuasan anggota merupakan kunci keberhasilan suatu organisasi dalam suatu koperasi dimana hubungan antara loyalitas anggota dan kepuasan anggota dipengaruhi karakteristik barang dan pola pembelian (Subawa & Sulistyawati, 2020). Apabila anggota memiliki sifat positif terhadap produk atau perusahaan tersebut maka anggota dapat merasa puas. Sehingga anggota akan merekomendasikan kepada orang lain seperti teman dan lingkungannya untuk menjadi anggota baru (Sugiharto & Wijaya, 2020). Anggota yang merasa puas atas hasil kerja perusahaan, maka anggota tersebut akan tetap loyal pada produk barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut dan akan berlangsung dalam jangka waktu yang lebih lama atau melakukan pembelian berulang-ulang kali karena sudah nyaman dan puas akan produk atau jasa tersebut. Subawa & Sulistyawati, (2020) dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa kepuasan anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota.

Penelitian ini dilakukan pada Koperasi Konsumen Lingga Sri Amertha di Sanur dimana awal mula berdirinya pada tahun 1999. Anggota pada saat itu berjumlah 150 orang. Koperasi sempat mengalami gulung tikar di tahun 2015 dan koperasi mulai beroperasi lagi ditahun 2018. Hingga saat ini tercatat yang terdaftar sebagai anggota koperasi sudah berjumlah 322 orang. Koperasi Konsumen Lingga Sri Amertha di Sanur didirikan dengan modal dari simpanan wajib dan simpanan pokok anggota. Setelah melakukan observasi dan wawancara, informasi yang didapat bahwa terjadi banyak keluhan dari anggota yang bergabung dalam Koperasi Konsumen Lingga Sri Amertha di Sanur, hal ini dikarenakan pelayanan yang diberikan belum memberikan jaminan bagi anggota bahwa uang yang anggota simpan di koperasi akan aman.

Pihak Koperasi Konsumen Lingga Sri Amertha di Sanur belum mampu melayani anggota seperti memberikan jaminan bahwa keuangan anggota aman disimpan di koperasi serta anggota merasa kurang ramahnya karyawan saat melayani anggota yang melakukan kredit. Karyawan kadang kurang lengkap memberikan informasi persyaratan pengajuan kredit, sehingga anggota harus berulang kali datang ke kantor untuk memenuhi persyaratan peminjaman kredit. Kurangnya pemasaran produk dan jasa yang dimiliki Koperasi, sehingga anggota tidak dapat mengetahui produk apa saja yang dimiliki oleh koperasi, karena produk yang ditawarkan dari tahun 2018-2021 hanya produk kredit. Dalam mencapai tujuannya, koperasi harus memperhatikan sistem pengelolaan keuangan dan pelayanan yang baik. Memiliki pelayanan yang baik akan menimbulkan kepuasan dan dari kepuasan tersebut yang akan menimbulkan loyalitas dari anggota koperasi tersebut. Tidak dapat dipungkiri bahwa kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat sensitif

dalam dunia bisnis, baik itu dalam skala besar maupun kecil. Dalam dunia pemasaran juga yang sebagai mana kita ketahui lebih berfokus pada kepuasan dan loyalitas dibandingkan meraih keuntungan, kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu kunci untuk mencapai hal tersebut.

Hipotesis pertama yang diajukan pada penelitian ini sebagai berikut :

H1 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota Koperasi Konsumen Lingga Sri Amertha di Sanur.

H2 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota Koperasi Konsumen Lingga Sri Amertha di Sanur.

H3 : Diduga kepuasan anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota Koperasi Konsumen Lingga Sri Amertha di Sanur.

H4 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas yang dimediasi kepuasan anggota Koperasi Konsumen Lingga Sri Amertha di Sanur

Metode Penelitian

Desain dalam perencanaan penelitian mempunyai tujuan yaitu agar suatu penelitian dapat dilaksanakan dengan baik, dan dalam hal pengujian hipotesis mampu mendapatkan suatu logika. Lokasi penelitian ini dilakukan di Koperasi Konsumen Lingga Sri Amertha yang beralamat di Jalan Hang Tuah No 46, Sanur. Objek dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Anggota Koperasi Konsumen Lingga Sri Amertha di Sanur. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh jumlah anggota koperasi yang berjumlah 322 orang. Besarnya jumlah sampel yang didapat yaitu 76,75 dibulatkan menjadi 77 orang. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Dalam penelitian ini, kriteria yang digunakan yaitu: 1) Responden yang sudah menjadi anggota aktif selama 3 tahun di Koperasi Konsumen Lingga Sri Amertha di Sanur. 2) Responden harus berusia minimal 17 tahun, alasannya dikarenakan responden usia tersebut dianggap sudah bisa memahami isi kuisioner dengan baik dan pemikiran yang logis. 3) Bersedia untuk menjadi responden dan menjawab isi pernyataan kuesioner. Teknik analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu analisis jalur (path analysis).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Uji Instrumen Penelitian

Berdasarkan hasil uji validitas maka semua variabel memiliki nilai koefisien korelasi berada di atas 0,3 dengan demikian semua instrumen tersebut adalah valid, sehingga layak dijadikan instrumen penelitian. Berdasarkan uji reliabilitas, maka semua variabel memiliki nilai

koefisien *Alpha Cronbach* berada di atas 0,60 dengan demikian semua instrumen tersebut adalah reliabel, sehingga layak dijadikan instrumen penelitian.

Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Pengujian data pada penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*) guna menguji pola hubungan yang mengungkapkan pengaruh variabel atau seperangkat variabel terhadap variabel lainnya, baik pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung. Analisis ini dilakukan dengan tahapan sebagai berikut. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,442 yang bernilai positif dan nilai signifikansi uji t kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan anggota yang ditunjukkan oleh nilai determinasi total (R Square) sebesar 0,666 mempunyai arti bahwa sebesar 66,6% variasi kepuasan anggota dipengaruhi oleh variasi kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 66,6\%) = 33,4\%$ dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,236 yang bernilai positif dengan nilai signifikansi uji t kurang dari 0,05. Hal ini bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel loyalitas anggota. Nilai koefisien regresi variabel kepuasan anggota sebesar 0,554 yang bernilai positif dengan nilai signifikansi uji t kurang dari 0,05. Hal ini bahwa secara parsial variabel kepuasan anggota memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel loyalitas anggota. Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang ditunjukkan oleh nilai determinasi total (R Square) sebesar 0,611 mempunyai arti bahwa sebesar 61,1% variasi loyalitas anggota dipengaruhi oleh variasi kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 61,1\%) = 38,9\%$ dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model. Artinya, keragaman data yang dapat dijelaskan oleh model yaitu sebesar $0,871 \times 100\%$ atau (87,1) persen. Sehingga dengan kata lain informasi yang terkandung dalam data sebesar 87,1 persen dapat dijelaskan oleh model, sedangkan sisanya yaitu $(100\% - 87,1\%) = 12,9$ persen dijelaskan oleh variabel lain seperti bauran pemasaran, kualitas produk, harga, citra merek dan lainnya yang tidak terdapat dalam model atau *error*.

Kriteria pengujian untuk menjelaskan interpretasi pengaruh antar variabel yakni apabila t hitung $>$ t tabel dan nilai signifikansi $<$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sebaliknya, jika t hitung $<$ t tabel nilai signifikansi $>$ 0,05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Dimana rumus t tabel yang digunakan $(n - k - 1)$, $(77 - 2 - 1) = 74$, t tabel = 1,991. Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas anggota, berdasarkan hasil perhitungan diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk

variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota sebesar $0,005 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,881 > t_{tabel} 1,991$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan kata lain hipotesis pertama, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota pada Koperasi Konsumen Lingga Sri Amertha di Sanur dapat diterima.

Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan anggota Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 12,234 > t_{tabel} 1,991$ sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima, dengan kata lain hipotesis kedua bahwa, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Konsumen Lingga Sri Amertha di Sanur dapat diterima. Pengaruh Kepuasan anggota Terhadap Loyalitas anggota. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk variabel kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,657 > t_{tabel} 1,991$ sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima, dengan kata lain hipotesis ketiga bahwa, kepuasan anggota berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota pada Koperasi Konsumen Lingga Sri Amertha di Sanur dapat diterima. Perhitungan Koefisien Jalur Secara Tidak Langsung. Oleh karena nilai Z hitung sebesar $3,513 > 1,96$. Artinya perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan anggota mampu menjadi variabel mediasi atau mampu memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas anggota pada Koperasi Konsumen Lingga Sri Amertha di Sanur.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai koefisien regresi kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota adalah 0,236 bernilai positif dan taraf signifikansi variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota sebesar $0,005 < 0,05$, sehingga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota. Jika dibandingkan nilai $t_{hitung} 2,881 > t_{tabel} 1,991$ dan signifikasin $0,000 < 0,05$, sehingga berada pada daerah penolakan H_0 . Hal ini berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota pada Koperasi Konsumen Lingga Sri Amertha di Sanur sehingga H_1 diterima.

Menurut Suriyanto & Japariato (2017) kualitas layanan adalah sesuatu faktor yang dikaitkan dengan konsep persepsi ketika anggota membandingkan harapan sebelum layanan dan pada saat sudah menggunakan layanan. Persepsi anggota terhadap suatu layanan sesuai maupun melebihi dari layanan yang diharapkan anggota menyebabkan kualitas layanan tersebut dinilai baik. Jika kualitas pelayanan yang dikelola dengan baik dan tepat akan memberikan sumbangan yang positif sehingga dapat terbentuk kerjasama yang saling menguntungkan dalam jangka panjang

(Putra *et al.*, 2021). Besarnya ketergantungan antara anggota dengan badan usaha koperasi atau sebaliknya akan menentukan baik buruknya perkembangan organisasi maupun usaha koperasi.

Hasil penelitian dari Putri & Suprapti, (2020) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. Hasil penelitian lainnya dari Ningsih & Nurfarida, (2022), Astuti *et al.*, (2021) dan Warapertiwi *et al.*, (2021) juga menyebutkan hal yang sama bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai koefisien regresi kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota adalah 0,442 bernilai positif dan taraf signifikansi penelitian untuk variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Jika dibandingkan nilai $t_{hitung} 12,234 > t_{tabel} 1,991$ dan signifikasin $0,000 < 0,05$, sehingga berada pada daerah penolakan H_0 . Hal ini berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Konsumen Lingga Sri Amertha di Sanur sehingga H_2 diterima

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler dan Keller, 2016:138). Jika hasil gagal memenuhi ekspektasi, konsumen akan tidak puas, jika hasil sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan puas serta jika kinerja melebihi ekspektasi, konsumen akan sangat puas atau senang (Tjiptono, 2014:349). Kepuasan tersebut dapat dipicu karena anggota merasa nyaman dengan kualitas pelayanan yang baik, cepat, cekatan dan sesuai dengan kebutuhan anggota sehingga dapat menimbulkan kepuasan anggota. Maka dapat diartikan bahwa kualitas layanan yang baik akan memuaskan para anggota, setelah anggota terpuaskan dengan produk atau jasa yang telah diterima, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Murtiningsih *et al.*, (2020) yang menyebutkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Suwarno Putri *et al.*, (2021), Syur'an & Ma'ruf, (2020), Musdalifah & Hasan, (2020) dan Putri & Suprapti, (2020) juga memiliki hasil yang sama, dimana kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota.

Pengaruh Kepuasan anggota Terhadap Loyalitas anggota

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai koefisien regresi kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota adalah 0,554 bernilai positif dan taraf signifikansi variabel kepuasan anggota

terhadap loyalitas anggota sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga kepuasan anggota berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota. Jika dibandingkan nilai $t_{hitung} 3,657 > t_{tabel} 1,991$ dan signifikasin $0,000 < 0,05$, sehingga berada pada daerah penolakan H_0 . Hal ini berarti kepuasan anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota pada Koperasi Konsumen Lingga Sri Amertha di Sanur sehingga H_3 diterima.

Agar suatu organisasi atau perusahaan dapat mempertahankan loyalitas anggota harus mampu meningkatkan kepuasan anggotanya. Kepuasan atau ketidakpuasan anggota adalah respon anggota terhadap evaluasi ketidaksiesuaian apa yang dirasakan anggota antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk atau jasa yang dirasakannya setelah pemakaiannya (Astuti *et al.*, 2021). Anggota yang merasa puas atas hasil kerja perusahaan, maka anggota tersebut akan tetap loyal pada produk barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut dan akan berlangsung dalam jangka waktu yang lebih lama atau melakukan pembelian berulang-ulang kali karena sudah nyaman dan puas akan produk atau jasa tersebut.

Subawa & Sulistyawati, (2020) dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa kepuasan anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. Wahyudi & Budiarti, (2019), Putra *et al.*, (2021) dan Murtiningsih *et al.*, (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kepuasan anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota.

Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas anggota Melalui Mediasi Kepuasan anggota

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh kepuasan anggota memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota. Hal ini dibuktikan dengan nilai Z hitung sebesar 3,513, jika dibandingkan nilai nilai Z hitung $3,513 > 1,96$, sehingga berada pada daerah penolakan H_0 . Dengan demikian H_0 ditolak dan H_4 diterima. Hal ini berarti pada Koperasi Konsumen Lingga Sri Amertha di Sanur dimana dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada anggota maka mampu meningkatkan loyalitas anggota Koperasi Konsumen Lingga Sri Amertha di Sanur dimana dengan menumbuhkan juga kepuasan anggota terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan juga mampu meningkatkan loyalitas anggota.

Warapertiwi *et al.*, (2021) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kepuasan dapat memediasi pengaruh kualitas layanan dengan loyalitas nasabah. Dimana anggota yang merasa puas akan kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan secara otomatis akan menimbulkan sikap yang loyal. Penelitian yang dilakukan oleh Astuti *et al.*, (2021) menunjukkan bahwa kepuasan merupakan variabel yang dapat memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen. Penelitian yang sama juga dilakukan Putri & Suprpti, (2020) dengan hasil bahwa kepuasan

pelanggan memiliki peran yang sangat besar dalam memediasi hubungan kualitas layanan dengan loyalitas. Interaksi yang terjadi antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan semakin tinggi maka berdampak bahwa loyalitas pelanggan akan semakin tinggi. Maka, peran kepuasan sebagai variabel mediasi dapat memperkuat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan (Karita *et al.*, 2015). Penelitian serupa yang dilakukan oleh Putra *et al.*, (2021) juga memperoleh hasil bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Simpulan

Simpulan dalam hasil penelitian ini yaitu Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota dimana diperoleh nilai $t_{hitung} 2,881 > t_{tabel} 1,991$ dan nilai signifikan = 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota dimana diperoleh nilai $t_{hitung} 12,234 > t_{tabel} 1,991$ dan nilai signifikan = 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Kepuasan anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota dimana diperoleh nilai $t_{hitung} 3,657 > t_{tabel} 1,991$ dan nilai signifikan = 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima. Kepuasan anggota dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas anggota dimana diperoleh nilai $Z_{hitung} 3,513 > 1,96$. Maka dapat diberikan saran agar menambah jenis produk keuangan yang menarik bagi anggota, melakukan rapat rutin dengan anggota terkait jumlah dana yang terhimpun di koperasi serta saran yang diberikan kepada peneliti selanjutnya dapat meneliti atau menggunakan variabel lain yang digunakan dalam penelitian ini dengan objek penelitian yang sama ataupun objek yang lain.

Daftar Pustaka

- Astuti, N. K. A. W., Susanti, P. H., & 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.
- Gea, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Caritas Market Gunungsitoli). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 893–899.
- Murtiningsih, E., Susanti, R., Susanti, R., Indriastuti, D. R., & Indriastuti, D. R. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 20(1), 74–95. <https://doi.org/10.33061/jeku.v20i1.4366>
- Musdalifah, M., & Hasan, F. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Dengan Variabel Kepuasan Sebagai Mediasi Di KPRI Makmur Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan. *Agriscience*, 1(1), 166–185. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i1.8002>
- Ningsih, A. S., & Nurfarida, I. N. (2022). Efek kualitas layanan pada loyalitas pelanggan: peran

- mediasi kepuasan pelanggan. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 81–90. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6962>
- Putra, I. K. A. M., Wimba, I. G. A., & Susanti, P. H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi pada CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung. *Widya Amrita, Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(4), 1279–1291. <https://eprints.umm.ac.id/79845/>
- Putri, I. W., & Suprapti, I. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Dengan Variabel Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada Wisata Petik Apel Kelompok Tani Makmur Abadi (Ktma). *Agriscience*, 1(1), 219–231. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i1.8004>
- Subawa, I. G. B., & Sulistyawati, E. (2020). Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 718. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p16>
- Sugiharto, S., & Wijaya, R. A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di Kafe One Eighteenth, Siwalankerto – Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 11. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/10194>
- Suwarno Putri, P. P., Ariani, S. S., & Surjanti, J. (2021). Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 6(1), 14–22. <https://doi.org/10.33005/mebis.v6i1.122>
- Syur'an, N. O., & Ma'ruf. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Dengan Kepuasan Sebagai Mediasi : Studi Kasus Terhadap Pengguna BPJS Kesehatan Di Instalasi Rawat Jalan RS UNAND. *Seiko: Journal of Management and Business*, 3(3), 353–363.
- Wahyudi, R., & Budiarti, A. (2019). Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen di Mediasi Kepuasan Konsumen Jasa Pengiriman PT Pos Indonesia (PERSERO). *Jurnal Ilmu Dan Riset Management*, 1–22.
- Warapertiwi, P. C., Burhanuddin, & Tarjo. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Anggota Melalui Kepuasan. *Jurnal Administrasi Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 184–194.