

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN SIMPAN PINJAM
TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA**
(Studi KSP Sehati Kecamatan Tanjung Sari Lampung Selatan)

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1 dalam
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Oleh :
TRI NOVITA DEWI
Npm : 1841030421

Jurusan : Manajemen Dakwah



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H/2022 M**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN SIMPAN PINJAM
TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA**
(Studi KSP Sehati Kecamatan Tanjung Sari Lampung Selatan)

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1 dalam
Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

Oleh :
TRI NOVITA DEWI
Npm : 1841030421

Jurusan : Manajemen Dakwah

Pembimbing I : Mulyadi, S.Ag,M.Sos I
Pembimbing II : Devid Saputra, MM

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H/2022 M**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan Simpan Pinjam Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Sehati. Adanya keengganan anggota KSP sehati untuk menggunakan jasa layanan kembali, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada rasa puas atau *inproblem*. Keberadaan kualitas layanan masih dianggap sebagai salah satu faktor penting dalam meningkatkan keinginan anggota untuk menggunakan layanan kembali, menggunakan lebih banyak layanan dan merekomendasikan kepada orang lain. Kualitas layanan yang diberikan oleh suatu lembaga koperasi akan mempengaruhi loyalitas anggota. Semakin baik tingkat pelayanan maka semakin tinggi loyalitas anggota.

Untuk mendapatkan data terkait dengan persoalan-persoalan ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan sumber data diambil dari populasi dengan teknik sampling. Dengan ini maka alat pengumpul data menggunakan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan terkait dengan pertanyaan persoalan. Pengujian hipotesis menggunakan pengolahan data *Statistical Package For Social Science* (SPSS). Adapun uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Uji Parsial (Uji t).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan uji parsial (uji t) dimana menunjukkan sig $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa H_a diterima yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota dan H_0 ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota sebesar 60% dengan indikator, keandalan/kemampuan (*reliability*), daya tanggap dalam pemberian layanan (*responsiveness*), keyakinan atau kemampuan (*assurance*), memahami keinginan anggota (*Emphaty*), aspek fisik jasa (*tangibles*). Artinya jika dilakukan perbaikan pelayanan atau dipertahankan senilai 60% maka akan terjadi loyalitas anggota senilai 60%.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan dan loyalitas anggota Koperasi*

ABSTRACT

This study aims to measure whether there is an effect of the Quality of Savings and Loans Services on the Loyalty of Members of the Sehati Cooperative. There is a reluctance of wholehearted KSP members to use services again, this shows that there is no feeling of satisfaction or problem. The existence of service quality is still considered as one of the important factors in increasing the desire of members to use the service again, use more services and recommend it to others. The quality of services provided by a cooperative institution will affect member loyalty. The better the service level, the higher the member loyalty.

To obtain data related to these issues, researchers used quantitative research methods with data sources taken from populations using sampling techniques. With this, the data collection tool uses a questionnaire that contains a list of questions related to the problem question. Hypothesis testing uses Statistical Package For Social Science (SPSS) data processing. The hypothesis test used in this study is the Partial Test (t test).

Based on the results of the research that has been carried out using the partial test (t test) which shows sig $0.000 < 0.05$, then H_a is accepted. The results of the study show that H_a is accepted, namely service quality has a positive and significant effect on member loyalty and H_0 is rejected. The results of this study indicate that there is an influence of service quality on member loyalty by 60% with indicators, reliability/ability (reliability), responsiveness in service delivery (responsiveness), confidence or ability (assurance), understanding the desires of members (Empathy), physical aspects services (tangibles). This means that if the service is improved or maintained at 60%, there will be member loyalty of 60%.

Keywords: Quality of Service and loyalty of Cooperative members

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tri Novita Dewi
NPM : 1841030421
Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Simpan Pinjam Terhadap Loyalitas Anggota pada Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Sehati” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya kepada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 14 Desember 2022
Penulis



Tri Novita Dewi
1841030421

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Simpan Pinjam Terhadap Loyalitas Anggota (Studi KSP Sehati Kecamatan Tanjung Sari Lampung Selatan)

Nama : Tri Novita Dewi
Npm : 1841030421
Jurusan : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

MENYETUJUI

Untuk Dimunaqasyahkan dan Dipertahankan dalam Sidang
Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Mulyadi, S.Ag.M.Sos.I

NIP. 197403261999031002


David Saputra, MM

NIP. 198612152019031000

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen Dakwah


Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos., M.Sos.I

NIP. 197010251999032001



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG**

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 ☎(0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Simpan Pinjam Terhadap Loyalitas Anggota (Studi KSP Sehati Kecamatan Tanjung Sari Lampung Selatan)” disusun oleh Tri Novita Dewi, NPM: 1841030421, Program studi: Manajemen Dakwah. Telah diujikan dalam sidang munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Jum’at, 16 Desember 2022.

TIM PENGUJI

Ketua : Badaruddin, S.Ag. M. Ag

(.....)

Sekretaris : Nasrul Efendi. M.Sos

(.....)

Penguji I : Dr. Tontowi Jauhari. M.M

(.....)

Penguji II : Mulyadi, S.Ag. M.Sos.I

(.....)

Penguji Pendamping : David Saputra, MM

(.....)

Mengstahui
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Mulyadi, M.Ag
NIP. 196511011995031001

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ
الْأَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِءَاخِذِيهِ إِلَّا أَنْ
تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji (Q.S Al-Baqarah [2] : 267)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil Alamin puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan Strata 1 di UIN Raden Intan Lampung. Dari lubuk hati yang paling dalam skripsi ini dipersembahkan untuk yang terkasih:

1. Diri sendiri atas semangat dan mau terus berjuang sejauh ini dan selalu berproses untuk menjadi lebih baik serta keberanian untuk belajar hal yang baru.
2. Untuk Kedua Orang Tuaku Tercinta Ayahanda Suparno dan Ibunda Sri Ngatminah sebagai tanda bukti, hormat, dan rasa terimakasih yang tiada terhingga, yang tak pernah lelah mendoakan, yang dengan sabar mendidik membesarkan dengan kasih sayang dan bekerja keras agar aku bisa mencapai cita-cita dan kebahagiaan. Terimakasih ku ucapkan untuk malaikat tersayangku atas dukungan, semangat. Semoga Allah memuliakan mereka di dunia dan akhirat .
3. Untuk kakak-kakak ku tersayang Eka Puspitasari, Lili Suryani, Suyiman, Taufik Irawan dan untuk orang yang spesial Ardian Chrismanto, yang telah memberikan do'a, serta bantuan material dan memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini, dan kepada semua keponakan, semua keluargaku tersayang yang senantiasa memberikan bantuan, semangat serta doa yang tulus kalian.
4. Untuk sabahatku seperjuanganku Kelas Manajemen Dakwah E/18. Terimakasih untuk 4 tahun ini telah menjadi teman yang saling mendukung satu sama lain.
5. Almamaterku UIN Raden Intan Lampung.

RIWAYAT HIDUP

Tri Novita Dewi, dilahirkan di Tanjung Sari, Mulyosari pada tanggal 19 November 1999, anak bungsu dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Suparno dan Ibu Sri Ngatminah. Pendidikan dimuali dari SD N 1 Mulyosari, Tanjung Sari dan selesai pada tahun 2012. Melanjutkan pendidikan menengah di SMP N 1 Tanjung Sari dan lulus pada tahun 2015. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan menengah di MA Baitul Kirom yang diselesaikan pada tahun 2018. Setelah selesai menempuh pendidikan SMA, penulis langsung melanjutkan ke perguruan tinggi Strata 1 (S1) di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung, mengambil Program Studi Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Dimulai pada semester 1 Tahun Akademik 2018/1019.

Selama masa belajar penulis aktif di beberapa organisasi untuk menambah wawasan, pengetahuan, serta pengalaman seperti saat SD aktif organisasi Pramuka, SMP penulis aktif dalam mengikuti organisasi Pramuka, MA penulis aktif dalam organisasi OSIS dan Rohis, kemudian saat kuliah penulis aktif dalam mengikuti organisasi Kopma (Koperasi Mahasiswa).

Bandar Lampung, Oktober 2022
Yang Membuat,

Tri Novita Dewi

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT, Rabb semesta alam penguasa bumi dan seisinya. Berkat rahmat dan hidayah-Nya lah penulis dapat menyelesaikan proposal ini tanpa halangan apapun. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga serta para sahabatnya, juga para pengikutnya sampai akhir zaman yang karenanya dunia menjadi penuh cahaya pengetahuan dan keimanan sebagai tauladan pemimpin berakhlakul karimah serta pengusaha muslim yang menjadi rahmat bagi semesta alam.

Skripsi ini disusun dan dibuat berdasarkan materi-materi yang ada. Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Dalam proses penyelesaian skripsi ini penulis banyak mendapatkan dorongan dari banyak pihak yang selalu mendukung dan selalu mensupport penulis, sehingga dengan penuh rasa penghormatan penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Wan Jamaluddin Z., M.Ag., Ph.D selaku rektor UIN Raden Intan Lampung
2. Bapak Dr. Abdul Syukur, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung
3. Bapak Mubasit, S.Ag., M.Ag selaku wakil dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
4. Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos., M.Sos.I selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung
5. Bapak Mulyadi, S.Ag,M.Sos.I sebagai pembimbing I dan Bapak Devid Saputra, MM., sebagai pembimbing II yang telah meluangkan waktu dengan penuh kesabaran dalam memberikan bimbingan kepada penulis sekaligus telah banyak memberikan masukan, kritikan dan saran demi terselesaikannya proposal ini.

6. Bapak/Ibu Para dosen dan staf program Jurusan Manajemen Dakwah yang telah memberikan pengetahuan dan segenap bantuan selama menuntut ilmu di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
7. Kepada seluruh staf Koperasi Simpan Pinjam Sehati Kecaamatan Tanjung Sari Kabupaten Lampung Selatan yang telah memberikan waktu serta arahan dan membantu demi kelancaran dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas jasa dan kebaikan kepada semua pihak yang membantu serta mendoakan sampai terselesaikannya skripsi ini. *Aamiin ya Rabbal 'Alamin.*

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bandar Lampung, Oktober 2022

Tri Novita Dewi
NPM. 1841030421

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
PERNYATAAN.....	iv
PERSETUJUAN.....	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang	4
C. Identifikasi Masalah	9
D. Batasan Masalah	10
E. Rumusan Masalah	10
F. Tujuan Penelitian	10
G. Manfaat Penelitian	11
H. Kajian Penelitian Dulu Yang Relevan	11
I. Sistematika Penulisan	16
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGUJIAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teori	
1. Kualitas Pelayanan	19
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	19
b. Pelayanan Prima	23
c. Dimensi Kualitas Pelayanan	24
d. Manfaat Kualitas Pelayanan Yang Unggul	26
e. Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan	27
f. Indikator Pengukuran Kualitas Pelayanan	28

2.	Pengertian Loyalitas	31
a.	Pengertian Loyalitas Anggota	31
b.	Jenis-jenis Loyalitas	36
c.	Indikator Pengukuran Loyalitas Anggota	38
B.	Kerangka Teoritik	39
C.	Rancangan Hipotesis	40

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Waktu dan Tempat Penelitian	41
B.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	41
C.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data	
1.	Populasi	42
2.	Sampel	42
3.	Teknik Pengumpulan Data	43
D.	Definisi Operasional Variabel	46
E.	Instrumen Penelitian	50
F.	Uji Validitas dan Reliabilitas Data	52
G.	Teknik Analisis Data	
1.	Uji Prasyarat	54
H.	Uji Hipotesis	55
I.	Kerangka Berfikir	58

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A.	Analisis hasil uji coba instrument	65
1.	Analisis data angket kualitas pelayanan	65
2.	Analisis data angket loyalitas nasabah	68
B.	Analisis data hasil penelitian	70
1.	Uji prasyarat analisis	70
C.	Pembahasan	77

BAB V PENUTUP

A.	Kesimpulan	81
B.	Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Kisi – kisi Instrumen Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan	50
Tabel 3.2	Kisi-kisi Instrumen Penelitian Variabel Loyalitas Nasabah	53
Tabel 3.3	Interpretasi nilai r	58
Tabel 4.1	Uji Validitas Angket Kualitas Pelayanan	52
Tabel 4.2	Kesimpulan Hasil Uji coba Angket Kualitas Pelayanan	67
Tabel 4.3	Uji Validitas Angket Loyalitas Anggota	54
Tabel 4.4	Kesimpulan Hasil Uji Coba Angket Loyalitas Anggota	69
Tabel 4.5	Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Tests Of Normality	71
Tabel 4.6	Hasil Uji Linieritas	72
Tabel 4.7	Koefisien Regresi Sederhana	73
Tabel 4.8	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana (uji R)	75
Tabel 4.9	Koefisien Regresi Sederhana	75
Tabel 4.10	Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2 (R Square) Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota	76

DAFTAR LAMIRAN

- Lampiran 1. Angket kualitas pelayanan
- Lampiran 2. Angket loyalitas anggota
- Lampiran 3. Data nilai angket kualitas pelayanan
- Lampiran 4. Data nilai angket loyalitas anggota
- Lampiran 5. Surat keterangan izin riset
- Lampiran 6. Dokumentasi



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Pada penelitian ini penulis akan menjelaskan maksud dari proposal ini agar tidak timbul kesalah pahaman bagi pembaca pada judul tersebut. Penelitian ini memiliki judul yaitu **Pengaruh Kualitas Pelayanan Simpan Pinjam Terhadap Loyalitas Anggota**, ada beberapa istilah yang harus dijelaskan pada judul tersebut.

Untuk memahami mengenai judul pada penelitian ini maka penulis menguraikan beberapa istilah yang terdapat pada proposal yaitu sebagai berikut:

Menurut Kotler dan Keller, loyalitas adalah komitmen untuk membeli kembali atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang menyebabkan anggota beralih. Selanjutnya Subagyo Loyalitas merupakan pembelian ulang sebuah merek secara konsisten oleh anggota. Sedangkan menurut Dick dan Basu Loyalitas adalah sebagai komitmen anggota terhadap suatu merek dan pemasok, berdasarkan sikap yang positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Adapun pendapat dari Tjiptono, loyalitas merupakan pembelian ulang suatu produk secara konsisten oleh anggota. Setiap kali anggota membeli ulang sebuah produk bila ia membeli produk yang sama, maka ia dikatakan pelanggan yang setia pada merk tersebut.¹

¹ Sukes, *Dimensi Loyalitas Perilaku Pelanggan*, 1st ed. (Surabaya: Lutfansah Mediatama, 2009).

Berdasarkan pendapat tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa loyalitas merupakan suatu komitmen dari anggota atau pelanggan yang melakukan pembelian secara terus menerus terhadap produk maupun jasa yang ada di koperasi.

Loyalitas anggota mempunyai peran yang amat penting untuk menjaga dan meningkatkan kemampuan kerja kelanjutan berlangsungnya suatu perusahaan. Anggota yang loyal identik dengan orang yang melakukan pembelian lebih dari satu kali atau secara teratur, menyarankan kepada orang lain yang memperlihatkan keadaan kepada produk pesaing². Dari pengertian diatas loyalitas dalam judul ini dapat diartikan menjadi suatu kepatuhan hubungan anggota yang melaksanakan transaksi simpan pinjam di KSP Sehati dalam waktu tertentu.

Menurut Lewis dan Booms kualitas pelayanan yaitu sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi anggota. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan anggota, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sedangkan sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Menurut Parasuraman kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para anggota atas layanan yang mereka peroleh atau terima. Sedangkan menurut Wyekof kualitas pelayanan dapat

²Aprihatiningrum Hidayat et al., *Loyalitas Dan Kepuasan Konsumen: Tinjauan Teoritik* (Cipta Media Nusantara, 2021).

didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan anggota.³ Dari kedua definisi tersebut maka kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang disertai dengan ketepatan dalam menyampaikannya sehingga tercipta kesesuaian yang berimbang dengan harapan konsumen.

Anggota adalah tempat terbaik dalam hal keputusan dan kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono anggota didefinisikan sebagai siapa saja yang membeli dan menggunakan produk atau jasa perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa anggota adalah orang perseorangan atau badan hukum yang memiliki rekening tabungan untuk meminjam modal dan menyimpan uang serta meminjamkan di koperasi. Dalam demikian, anggota berarti orang yang berhubungan dengan koperasi dan memiliki rekening tabungan atau kredit yang berjiwa KSP Sehati.

Adapun badan keuangan yang berada di Tanjung Sari tepatnya di Jl. Kertosari Lampung Selatan yaitu KSP sehati. Badan organisasi ini menawarkan bermacam-macam produk guna membantu cara berekonomi masyarakat, diantaranya mengenai modal, pinjaman yang bertujuan untuk kebutuhan pembelian bangunan rumah, motor, dan lain sebagainya.

Maka yang dimaksud oleh judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Simpan Pinjam Terhadap Loyalitas anggota” ialah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui daya yang muncul melalui tahap keutamaan (*excellence*) yang boleh dipakai di KSP Sehati, sekurang-kurangnya sepadan atas harapan dan kehendak pelanggan sehingga menjadikan

³ Wiwik Sulistiyowati, *Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasinya*, ed. M. Tanzil Multazam Septi Budi Santika, 1st ed. (Sidoarjo, Jawa Timur: UMSIDA Press, 2018).

ketaatan demi menaikkan rekening simpanan atau pinjaman anggota di KSP Sehati Tanjung Sari Jl. Kertosari

B. Latar Belakang

Koperasi merupakan salah satu bentuk lembaga keuangan bukan bank yang mempunyai peranan sangat penting dalam mengatur keseimbangan perekonomian nasional. Koperasi merupakan suatu bentuk badan hukum yang telah lama dikenal di Indonesia dan dipelopori oleh Bung Hatta, beliau juga dikenal sebagai bapak koperasi Indonesia. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992;

“koperasi adalah badan hukum dagang yang terdiri dari orang perseorangan atau badan hukum yang melakukan koperasi atas dasar kegiatannya berdasarkan asas koperasi serta gerakan ekonomi kerakyatan berdasarkan asas kekeluargaan”. Kedamaian anggota berbanding lurus dengan arah atau tujuan koperasi, yang selalu diupayakan dengan berbagai upaya agar mampu bersaing dan mempertahankan koperasi di tengah situasi pasar yang alami. Oleh karena itu, menciptakan anggota yang loyal atau loyal sangat diperlukan dan esensial bagi perkembangan koperasi di Indonesia. Namun, saat ini, selain keberadaan pasar ekonomi di bawah yurisdiksi bebas, koperasi juga harus bersaing untuk keberadaan lembaga keuangan yang ada. Untuk mempertahankan anggota memperoleh beberapa hal yang mempengaruhinya.

Koperasi Sehati Tanjung Sari merupakan lembagayang beridiri sejak tahun 2018 yang dalam pelaksanaannya kerap sekali melakukan seleksi berkas seperti fotocopy KTP suami dan istri, fotocopy kartu keluarga dan jaminan. Ketika anggota memilih untuk menjaminkan BPKB motor maka

persyaratannya BPKB dan faktur motor minimal tahun 2009 dan fotocopy STNK serta BPKB asli diserahkan pada saat pencairan. Ketika anggota melakukan pengajuan dana pinjaman maka pihak koperasi secara langsung melihat bagaimana keadaan debitur. Setelah melakukan penjelasan mengenai prosedur pinjaman dan calon anggota setuju maka pihak koperasi akan segera melakukan survei tempat tinggal calon anggota KSP Sehati tersebut.

Berdasarkan data empat tahun terakhir nasabah yang peneliti dapatkan dari pihak Koperasi Simpan Pinjam Sehati sebagai berikut:

1. Tahun 2019, 358 anggota
2. Tahun 2020, 189 anggota
3. Tahun 2021, 138 anggota
4. Tahun 2022, 147 anggota

Menurut Lewis dan Booms kualitas pelayanan yaitu sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sedangkan sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Menurut Parasuraman kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka peroleh atau terima. Sedangkan menurut Wyekof kualitas pelayanan dapat di

definisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan anggota.⁴ Dari kedua definisi tersebut maka kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan anggota yang disertai dengan ketepatan dalam menyampaikannya sehingga tercipta kesesuaian yang berimbang dengan harapan anggota.

Kualitas layanan tidak terlepas dari loyalitas pelanggan. Setiap kegiatan memiliki bentuk acara yang berbeda, yang bervariasi dari satu acara ke acara lainnya. Setiap perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik agar dapat bersaing dengan perusahaan lain, seperti perusahaan yang sudah mapan atau perusahaan yang baru.

Kualitas pelayanan memberi desakan yang dikhususkan bagi para anggota untuk mewujudkan relasi yaitu saling memberi keuntungan dalam waktu lama dengan perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan tahap keutamaan yang diharapkan dan pengawasan atas tingkat yang diharapkan tersebut untuk memuaskan harapan anggota.⁵

Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu produk atau jasa yang sepadan dengan standar suatu perusahaan dan salah satu yang tidak dapat dipisahkan dari loyalitas anggota. Tiap usaha jasa mempunyai bermacam-macam sistem cara melayani dan berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Tiap perusahaan yang lain, baik perusahaan yang telah berdiri lama maupun perusahaan yang baru.

⁴ Sulistiyowati.

⁵Yulia Larasati Putri and Hardi Utomo, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening," *Among Makarti* 10, no. 19 (2017): 73.

Keberadaan kualitas layanan masih dianggap sebagai salah satu faktor penting dalam meningkatkan keinginan anggota untuk menggunakan layanan lagi, menggunakan lebih banyak layanan dan merekomendasikan pengalamannya kepada orang lain.

Banyak perusahaan yang hanya memikirkan pada pelayanan dan bukan fasilitas untuk klien, tetapi jika klien membutuhkan layanan yang sama, tergantung pada kinerja yang diinginkan apakah mereka kembali ke fasilitas yang diberikan atau beralih ke kompetisi. Fasilitas secara fisik merupakan indikator baik tidaknya kualitas suatu pelayanan dan erat kaitannya dengan pembentukan persepsi anggota, sehingga anggota fasilitas yang baik tertarik dengan jasa yang ditawarkan dan membeli jasa tersebut. Fasilitas merupakan faktor pendukung terpenting dalam kegiatan suatu produk, bagi koperasi yang tidak memiliki fasilitas seperti peralatan kantor, tempat parkir dan fasilitas penunjang lainnya hanya bisa menjadi papan nama.

Menurut Oliver loyalitas anggota merupakan komitmen anggota bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/layanan terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Sedangkan menurut Gremler dan Brown loyalitas anggota yaitu menunjukkan perilaku anggota melakukan pembelian berulang, memiliki sikap positif dan selalu menggunakan layanan perusahaan.⁶

Loyalitas anggota sangat penting bagi sebuah perusahaan atau badan usaha yang ingin bertahan dalam bisnis karena

⁶ Sri Rahayu, *Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Objek Wisata*, ed. Sadiman, 1st ed. (Palembang: CV. Anugrah Jaya, 2019).

loyalitas anggota memiliki pengaruh yang kuat terhadap keberlangsungan dan keberhasilan suatu perusahaan. Adanya persaingan yang ketat dalam perkembangan dunia bisnis saat ini membuat perusahaan saling bersaing untuk memperoleh keunggulan bersaing. Oleh karena itu, loyalitas anggota adalah kunci terpenting untuk memenangkan persaingan.

Pelanggan yang kecewa dapat berhenti menggunakan produk KSP Sehati. Pelanggan atau anggota yang kecewa dengan kualitas pelayanan akan mulai membandingkan kualitas pelayanan dengan lembaga keuangan lainnya. Hal ini akan mengakibatkan anggota mengambil keuntungan dari layanan lembaga keuangan lain dan mengirimkan informasi yang tidak menguntungkan kepada teman, keluarga dan daerah sekitarnya.

Salah satu entitas yang membutuhkan loyalitas dari pelanggan adalah entitas bisnis koperasi. Nasabah koperasi adalah anggota dari koperasi itu sendiri, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No 35 tahun 1992 pasal 17 bahwa “anggota koperasi adalah pemilik sekaligus pengguna jasa koperasi”. Oleh karena itu, loyalitas anggota sangat diperlukan, karena koperasi merupakan perkumpulan rakyat dan bukan sekedar korporasi, sehingga anggota memegang peranan penting bagi koperasi. Loyalitas anggota dalam koperasi memegang peranan penting dalam kelangsungan usaha koperasi, karena tujuan yang diharapkan tercapai sesuai dengan kebutuhan para anggota tersebut, loyalitas merupakan kunci penting dalam terwujudnya tujuan bersama dalam suatu koperasi.

Dalam rangka menjaring anggota, KSP Sehati telah melakukan berbagai kegiatan promosi, antara lain penyebaran brosur, kunjungan ke rumah masyarakat untuk memberikan informasi tentang koperasi Sehati. KSP Sehati

tidak menggunakan media sosial. Hal ini membuat KSP Sehati hanya dikenal di kalangan masyarakat KSP Sehati dimana kantor KSP dibangun, sedangkan daerah yang lebih jauh tidak mengetahui keberadaan KSP Sehati.

Bagi KSP, fakta-fakta ini menjadi tantangan besar dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Akibatnya, kualitas pelayanan yang ada tidak maksimal dan berdampak pada pengembalian investasi bagi anggota yang terus menggunakan layanan tersebut. Keberhasilan koperasi ditentukan oleh kemampuan koperasi untuk mempertahankan anggota. Loyalitas ini akan menjadi salah satu tujuan yang harus dicapai oleh perusahaan untuk melindungi anggotanya dari gangguan pesaing sejenis.

Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah, diharapkan jumlah anggota yang banyak tetap dapat menjaga stabilitas loyalitas. Loyalitas anggota dapat dicapai dengan meningkatkan kualitas anggota itu sendiri. Oleh sebab itu, untuk mengetahui sejauh mana faktor-faktor tersebut mempengaruhi loyalitas anggota di KSP Sehati, maka perlu dilakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Simpan Pinjam Terhadap Loyalitas Anggota pada Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Sehati”**

C. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas dapat diidentifikasi berbagai masalah di KSP Sehati:

1. Produk atau jasa yang belum sepadan dengan standarisasi.
2. Adanya keengganan anggota untuk menggunakan layanan kembali.

3. Sumber daya manusia yang kurang kompetitif dalam aktivitas marketing
4. Koperasi hanya fokus pada pelayanan dan bukan pada fasilitas untuk anggota
5. Pengawasan kerja masih lemah

D. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka perlu diadakan pembatasan masalah. Penelitian ini dibatasi pada Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota pada KSP Sehati. Dipilih kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota karena diduga pelayanan mempengaruhi tingkat loyalitas anggota di KSP Sehati.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan persoalan-persoalan latar belakang yang ada, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

“Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota di KSP Sehati?”

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

“Untuk menemukan bagaimana kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota di KSP Sehati”

G. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
 - a. Bagi penulis, dapat mengimplementasikan teori-teori yang diperoleh dalam perkuliahan tentang realita yang ada untuk memperkaya materi pembelajaran.
 - b. Dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan di bidang Pendidikan Ekonomi khususnya memberikan solusi untuk mempertahankan mitra.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi KSP Sehati
Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai saran yang bermanfaat untuk meningkatkan kualitas pelayanan bagi anggota atau calon anggota.
 - b. Bagi anggota KSP Sehati
Sebagai saran dan masukan agar anggota untuk memanfaatkan layanan yang ada dan meningkatkan motivasi untuk berperan aktif di dalam dan di luar koperasi untuk kepentingan anggota dan masyarakat.

H. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian yang ditulis oleh Naomi Rentha Uli Silaban dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Koperasi Simpan Pinjam Rentha Jaya Purwakarta”. Di dalam penelitian Naomi Rentha Uli Silaban menjadikan penelitiannya berupa Jurnal yang diterbitkan pada tahun 2015. Dimana penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Koperasi Simpan Pinjam

Rentha Jaya Purwakarta. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu suatu penelitian yang menggambarkan adanya pengaruh antara variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu probabilistic sampling. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dan regresi sederhana dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan seluruhnya memperoleh dukungan yaitu 1) kualitas layanan berpengaruh positif terhadap pelanggan KSP Rentha Jaya Purwakarta dengan kontribusi yang diberikan sebesar 29,1%, 2) kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan KSP Rentha Jaya Purwakarta dengan kontribusi yang diberikan sebesar 58,2%, sedangkan 41,8% lainnya merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti.”⁷

Penelitian selanjutnya oleh Musdalifah dan Fuad Hasan dengan judul jurnal “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Dengan Variabel Kepuasan Sebagai Mediasi Di KPRI Makmur Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan”. Penelitian ini dilakukan oleh Musdalifah dan Fuad Hasan. Di dalam penelitian ini Musdalifah dan Hasan menjadikan penelitian ini dalam bentuk jurnal yang diterbitkan pada tahun 2020. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tingkat kualitas layanan, kepuasan, loyalitas anggota koperasi KPRI Makmur, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan di KPRI Makmur, pengaruh secara tidak langsung kualitas layanan terhadap loyalitas anggota KPRI Makmur. Responden diambil menggunakan teknik simple random sampling. Metode yang digunakan untuk

⁷ Naomi Rentha Uli Silaban, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Koperasi Simpan Pinjam Rentha Jaya Purwakarta,” *Jurnal Administrasi Bisnis* 11, no. 1 (2015): 66, <https://doi.org/https://doi.org/10.26593/jab.v11i1.1706.%25p>.

menganalisis yaitu analisis deskriptif, serta analisis jalur. Perolehan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa (1) kualitas layanan yang diberikan KPRI Makmur menunjukkan sangat baik dilihat dari besaran nilai rata-rata variabel yang diperoleh berdasarkan jawaban responden menjawab sangat baik, kepuasan yang diperoleh anggota KPRI Makmur menunjukkan sangat puas dilihat dari nilai rata-rata variabel yang diperoleh berdasarkan jawaban responden menjawab sangat puas, loyalitas anggota KPRI Makmur menunjukkan sangat loyal dilihat dari nilai rata-rata variabel yang diperoleh berdasarkan jawaban responden menjawab sangat loyal. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota, serta variabel kualitas pelayanan secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota.⁸

Penelitian lainnya dilakukan oleh Mirza Arifah dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Jateng Syariah KCPS Kartasura”. Di dalam penelitian Mirza Arifah menjadikan penelitian ini sebagai Skripsi yang diterbitkan pada tahun 2021. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Jateng Syariah KCPS Kartasura, kualitas produk terhadap loyalitas nasabah Bank Jateng Syariah KCPS Kartasura. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah nasabah Bank Jateng KCPS Kartasura sebanyak 1782, sampel di ambil sebanyak 292. Data diperoleh melalui angket dan dokumentasi. Kesimpulan yang diambil adalah : ada

⁸Musdalifah and Fuad Hasan, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Dengan Variabel Kepuasan Sebagai Mediasi Di KPRI Makmur Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan,” *Jurnal Trunojoyo* 1, no. 1 (2020): 166.

pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah, ada pengaruh kualitas produk terhadap terhadap loyalitas nasabah serta ada pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah.⁹

Penelitian berikutnya oleh H. Dadang Suparman dengan judul “Pengaruh Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Koperasi Artha Mutiara Kabupaten Sukabumi”. Di dalam penelitian ini H. Dadang Suparman menjadikan penelitian ini berupa jurnal yang diterbitkan pada tahun 2016. Dimana penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh layanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah di Koperasi Artha Mutiara Cibadak Kabupaten Sukabumi. Dalam penelitian ini sumber data diambil dari responden dan dari dokumentasi. Jenis data dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder, dimana data primer diambil dengan kuesioner sedangkan untuk data sekunder diambil dari dokumentasi. Populasi dari penelitian ini sebanyak 386, sampel diambil sebanyak 196 responden yang cara pengambilannya dilakukan dengan teknik simple random sampling. Uji analisis menggunakan uji F untuk mengetahui pengaruh simultan, uji t untuk mengetahui pengaruh parsial dan perbandingan nilai beta untuk mengetahui pengaruh dominan. Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial variabel layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah Koperasi Artha Mutiara Cibadak Kab. Sukabumi (Y). Dari hasil analisis regresi linier berganda diketahui bahwa variabel bebas evaluasi kepuasan merupakan variabel bebas yang

⁹Mirza Afifah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Jateng Syariah Kcps Kartasura,” *Skripsi*, 2021, 1–2.

dominan mempengaruhi variabel terikat yaitu loyalitas nasabah Koperasi Artha Mutiara Cibadak Sukabumi.¹⁰

“Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Koperasi Simpan Pinjam Bhima Raharja Majenang). Penelitian ini dilakukan oleh Widodo. Di dalam penelitian ini Widodo menjadikan penelitiannya berupa Skripsi yang diterbitkan pada tahun 2018. Dimana penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara parsial pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dan menganalisis variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah pada KSP Bhina Raharja Majenang. sampel yang digunakan sebanyak 90 orang. Penelitian ini menggunakan instrumen kuisioner yang disusun dalam skala 1-5. 1 untuk tanggapan sangat tidak setuju dan skor 5 untuk tanggapan sangat setuju. Berdasarkan hasil penelitian variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas pelayanan dengan koefisien beta sebesar 0,628 lebih besar dibandingkan dengan kepercayaan sebesar 0,257. Nilai koefisien *deteminasi adjusted Rsquare* 30,7%. Variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas layanan dan kepercayaan sedangkan 69,3% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.¹¹

“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Study Pada KSP Anugerah Mandiri Cabang Mranggen)”. Penelitian ini dilakukan oleh Dwi Retno Wahyuni. Di dalam penelitian ini Dwi Retno Wahyuni menjadikan penelitiannya berupa Jurnal yang diterbitkan pada tahun 2020. Penelitian ini

¹⁰H.Dadang Suparman, “Pengaruh Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Koperasi Artha Mutiara Kabupaten Sukabumi,” *Jurnal Ekonomedia* 05, no. 01 (2016): 20.

¹¹Widodo, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah,” *Skripsi*, 2018, 79.

bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada KSP Anugerah Mandiri Cabang Mranggen. Populasi atau subjek dalam penelitian ini adalah KSP Anugerah Mandiri Cabang Mranggen selama 3 tahun terakhir. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 98 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah berbentuk kuesioner dan dalam pengukuran berbentuk skala likert, dengan mengujinya menggunakan bantuan SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, promosi, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹²

I. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan kuantitatif ini terdiri dari lima bab, yaitu: (1) Pendahuluan, (2) Landasan Teori dan Pengujian Hipotesis. (3) Metode Penelitian. (4) Hasil Penelitian dan Pembahasan. (5) Penutup. Bab pertama yaitu pendahuluan yang memaparkan penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, sistematika penulisan. Bab dua adalah landasan teori, kerangka teoritik dan pengujian hipotesis. Bab tiga yaitu Metode Penelitian yang memaparkan waktu dan tempat penelitian, populasi, sampel dan teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrumen peneliyian, uji validitas dan reliabilitas data, uji prasarat analisis, uji hipotesis. Bab empat yaitu hasil penelitian dan pembahasan yang memaparkan deskripsi data, pembahasan

¹²Dwi Retno Wahyuni, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Ksp Anugerah Mandiri Cabang Mranggen," *Skripsi*, 2019, 49.

hasil penelitian dan analisis. Bab lima yaitu penutup yang memaparkan kesimpulan dan rekomendasi.





BAB II

KUALITAS PELAYANAN DAN LOYALITAS ANGGOTA

A. Kajian Teori

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tampubolon kualitas adalah paduan sifat-sifat produk yang menunjukkan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan langsung atau tak langsung, baik kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat, masa kini dan masa depan. Sedangkan menurut Garvin dan Davis kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia atau tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.

Menurut Kotler pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sedangkan menurut Lovelock and Wright pelayanan adalah tindakan atau kerja yang menciptakan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dari tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut.

Sedangkan menurut Lewis dan Booms kualitas pelayanan yaitu sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan, maka kualitas

jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sedangkan sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Adapun pendapat dari Parasuraman kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka peroleh atau terima. Sedangkan menurut Wyekof kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dari ketiga definisi tersebut maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang disertai dengan ketepatan dalam menyampaikannya sehingga tercipta kesesuaian yang berimbang dengan harapan konsumen.¹³

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan antara lain: layanan yang diharapkan dan layanan yang diterima. Kualitas pelayanan dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu: kualitas layanan yang memuaskan (bila layanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan), kualitas pelayanan yang

¹³ Wiwik Sulistiyowati, *Buku Ajar Kualitas Layanan Teori Dan Aplikasinya*, 1st ed. (Sidoarjo, Jawa Timur: UMSIDA Press, 2018).

buruk (bila kualitas layanan yang diterima lebih rendah dibandingkan dengan kualitas pelayanan yang diharapkan), kualitas yang ideal (bila kualitas pelayanan yang diterima lebih tinggi dibandingkan dengan yang diharapkan).

Menurut Haryanto et al, dalam kualitas pelayanan itu sendiri dijelaskan pula bahwa lima penyimpangan dapat terjadi dan menimbulkan persepsi yang berbeda terhadap kualitas pelayanan sebagai berikut: Kesenjangan persepsi manajemen, Kesenjangan spesifikasi kualitas, Kesenjangan penyampaian jasa, Kesenjangan komunikasi pemasaran, dan Kesenjangan dalam pelayanan yang dirasakan. 1) Kesenjangan persepsi manajemen, yaitu perbedaan antara penilaian pengguna jasa dengan persepsi manajemen terhadap harapan pengguna jasa. Kesenjangan ini terjadi karena kurangnya fokus pada riset pemasaran, penggunaan yang tidak memadai, kurangnya interaksi antara manajemen dan konsumen, komunikasi *top-down* yang tidak memadai, dan manajaer yang berlebihan. 2) Kesenjangan spesifikasi kualitas, adalah kesenjangan antara persepsi manajemen tentang harapan pengguna jasa dan regulasi kualitas jasa. Kesenjangan terjadi karena komitmen manajemen terhadap kualitas pelayanan yang tidak memadai, persepsi ketidaklayakan, standarisasi tugas yang tidak memadai, dan penetapan tujuan yang tidak memadai. 3) Kesenjangan dalam pemberian pelayanan, yaitu kesenjangan antara spesifikasi kualitas layanan dan penyampaian layanan (*service delivery*) terutama disebabkan oleh: ambiguitas peran, konflik peran, kesesuaian karyawan dengan

tugas yang harus dilakukan, kecukupan teknologi yang digunakan karyawan, sistem kontrol supervisor, yaitu sejauh mana karyawan merasa bebas, atau fleksibel untuk menentukan layanan mereka, kerja tim yaitu sejauh mana karyawan dan manajemen mengartikulasikan tujuan bersama. 4) Kesenjangan komunikasi pemasaran, yaitu kesenjangan antara penyampaian layanan dan komunikasi eksternal. 5) Kesenjangan dalam pelayanan yang dirasakan, yaitu perbedaan yang dirasakan antara layanan yang dialami dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Jika keduanya sama, perusahaan akan mendapatkan citra dan dampak positif.¹⁴

Kualitas pelayanan dapat dibaca dari suatu loyalitas pelanggan, apakah memenuhi harapan atau tidak. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan hasil bisnis ketika pelanggan menggunakan kembali. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan rendah, perusahaan merugi karena pelanggan mencari pelayanan yang lebih baik.

b. Ciri-ciri Kualitas Pelayanan

Ciri-ciri pelayanan yang baik menurut Hasibuan adalah sebagai berikut:

- 1) Ketersediaan sarana prasarana yang baik, kelengkapan dan kenyamanan sarana prasarana akan membuat anggota betah dalam urutan yang baik.
- 2) Ketersediaan staf yang baik, kenyamanan pelanggan juga sangat tergantung pada staf

¹⁴ Doni Marlius, "Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat Dari Kualitas Pelayanan," *Jurnal Pundi* 1, no. 3 (2017): 241, <https://doi.org/10.31575/jp.v1i3.60>.

layanan pelanggan yang melayani mereka. Staf koperasi harus ramah sopan dan menarik

- 3) Bertanggung jawab pada setiap anggota dari awal sampai akhir. Pelanggan akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan kenyataan.
- 4) Mampu melayani secara cepat dan tepat, pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.¹⁵

c. Pelayanan Prima

Menurut Prasetyorini pelayanan prima (*excellent service/customer care*) secara harfiah berarti pelayanan prima atau pelayanan terbaik. Pelayanan prima (*customer care*) merupakan faktor fundamental bagi keberhasilan suatu perusahaan. Jika suatu perusahaan dapat tumbuh, berkembang, dan bersaing, maka laba dan pendapatan juga harus meningkat. Sedangkan Barat menambahkan bahwa pelayanan prima penting bagi klien dengan memberikan pelayanan yang terbaik sehingga lebih mudah untuk memenuhi kebutuhannya dan mewujudkan kepuasan mereka sehingga mereka selalu bermurah hati kepada perusahaan.¹⁶

Dalam memberikan pelayanan yang prima dalam upaya menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan, produsen jasa dapat berpedoman pada *service excellence*. Elemen utama pelayanan prima menurut Tjiptono “pelayanan prima (*service excellence*) terdiri

¹⁵ Siti Laela and Hafish Sadiq, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Negara Indonesia,” *Jurnal Manajemen Kewirausahaan* 16, no. 1 (2019): 23, <https://doi.org/10.33370/jmk.v16i1.304>.

¹⁶Handini Khaerunnisa, “Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah,” *Jurnal Studia Akuntansi Dan Bisnis* 1, no. 1 (2013): 48.

dari 4 unsur pokok yaitu meliputi: kecepatan, ketepatan, keramahan, kenyamanan.¹⁷

Pelayanan prima sering dikaitkan dengan aktivitas pelayanan yang dilakukan dalam upaya memberikan rasa kepuasan dan membangun kepercayaan pada pelanggan sehingga pelanggan merasa benar-benar diperhatikan. Pelayanan prima harus didukung oleh sumber daya manusia yang handal dan berkualitas. Jadi ada dua unsur yang terkait dalam pelayanan prima. Kedua unsur ini harus diperhatikan oleh para anggota.

d. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman ada lima dimensi kualitas layanan, yaitu:

- 1) *Reliability* (keandalan/kemampuan untuk memenuhi janji), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan tepat. Kinerja yang memenuhi harapan pengguna berarti tetap terkini.

Menurut Fandy Tjiptono mendefinisikan keandalan sebagai “dua hal yang esensial, yaitu konsistensi kerja dan keandalan. Ini berarti bahwa perusahaan memberikan layanannya tepat waktu”. Dari beberapa pengertian di atas secara rinci keandalan dapat didefinisikan adalah “kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan”.

Dimensi keterbatasan ini meliputi kecukupan pelayanan, kepedulian koperasi terhadap masalah anggotanya. Dimensi ini juga menunjukkan

¹⁷Ibid., hlm 49

apakah pelayanan yang diberikan memenuhi standar umum. Keandalan penyampaian dalam pemberian layanan sejak awal, ketepatan waktu dalam pelayanan dan ketepatan dalam penggunaan arsip atau manajemen dokumen.

- 2) *Responsiveness* (daya tanggap dalam pemberian pelayanan) yaitu kemampuan memberikan pelayanan dengan daya tanggap dan ketersediaan penyedia jasa, khususnya sifatnya untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang memadai sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dimensi ini menekankan pada sikap memberikan pelayanan yang penuh perhatian, cepat dan tepat dalam memperhatikan permintaan, pertanyaan, keluhan dan permasalahan konsumen.

Dalam hal ini, anggota mengharapkan tanggapan yang sangat cepat terhadap keluhan atau masalah yang muncul atau diungkapkan.

- 3) *Assurance* (keyakinan atau kemampuan untuk memberikan jaminan kinerja), yaitu kemampuan penyedia layanan untuk menginspirasi konsumen bahwa penyedia layanan, khususnya sebagai karyawannya dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Ini termasuk pengetahuan, keterampilan, kesopanan, dan keandalan karyawan..

Dimensi ini meliputi kesabaran karyawan, kapasitas personal sumber daya manusia (SDM), rasa aman dalam berhubungan dengan karyawan, dan dukungan manajemen perusahaan terhadap karyawan.

- 4) *Empathy* (memahami keinginan konsumen) adalah kepedulian pribadi terhadap pelanggan, seperti kemudahan komunikasi yang baik dengan karyawan dan upaya perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Dimensi empati meliputi kepedulian perusahaan terhadap pelanggannya, kepedulian terhadap karyawannya, kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pelanggannya dan penyesuaian jam kerja perusahaan terhadap aktivitas pelanggan.

- 5) *Tangibles* (aspek fisik jasa), adalah kemampuan perusahaan untuk menunjukkan keadaannya kepada orang asing. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik, perubahan, dan kondisi lingkungan sekitar merupakan bukti nyata atas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa.¹⁸

Fasilitas lengkap yang baik akan memberikan persepsi yang baik kepada pelanggan tentang kualitas pelayanan. Anggota akan berpersepsi positif meskipun koperasi memiliki peralatan dan fasilitas yang memadai.

e. **Manfaat Kualitas Pelayanan Yang Unggul**

Kualitas pelayanan yang tinggi dapat menaikkan rasa puas yang dapat menaikkan juga loyalitas nasabah, kemudian memberikan untung ke semua pihak.

Menurut Fandy Tjiptono, secara singkat manfaat dari peningkatan kualitas layanan antara lain:

¹⁸Untung Sriwidodo and Rully Tri Indriastuti, "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah," *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 10, no. 2 (2010): 166.

- 1) Loyalitas pelanggan yang lebih tinggi
- 2) Pangsa pasar yang lebih tinggi
- 3) Harga saham yang lebih tinggi
- 4) Produktivitas yang lebih tinggi.

Dari keempat keunggulan tersebut, hal itu akan mengarah pada daya saing yang berkelanjutan dalam organisasi yang berusaha memenuhi kualitas yang bersifat *customer driver*. Selain, menurut Elhaitammy, setiap bisnis menuntut pelayanan prima atau superior, yaitu sikap atau cara karyawan melayani pelanggan dengan kepuasan.¹⁹

f. **Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan**

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan perusahaan, maka untuk meningkatkan kualitas pelayanan perlu strategi yang tepat. Menurut Sunyoto, untuk meningkatkan kualitas pelayanan suatu perusahaan perlu memperhatikan banyak faktor, antara lain:

1) Mengidentifikasi Determinan Utama Kualitas Jasa

Setiap perusahaan jasa harus berusaha memberikan kualitas terbaik kepada pelanggannya. Langkah pertama adalah melakukan penelitian untuk mengidentifikasi keputusan layanan yang paling penting bagi pasar sasaran. Langkah selanjutnya adalah memperkirakan evaluasi pasar sasaran perusahaan dan pesaingnya berdasarkan keputusan tersebut.

¹⁹Agung Firatmadi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan," *Jurnal Of Business Studies* 2, no. 2 (2017): 86–87.

2) Mengelola Harapan Pelanggan

Tidak jarang perusahaan menggunakan pesan komunikasi mereka kepada pelanggan memikat mereka. Oleh karena itu, ada satu hal yang bisa dijadikan pedoman: “Jangan menjanjikan apa yang tidak bisa anda berikan, tetapi berikan lebih dari yang anda janjikan”.

3) Mengelola Bukti Kualitas Jasa

Pengelolaan bukti kualitas layanan bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pelanggan selama dan setelah pemberian layanan. Oleh sebab itu, jasa merupakan aktivitas kinerja dan tidak dapat dianggap barang, sehingga klien cenderung tertarik pada bukti yang terkait langsung dengan jasa sebagai bukti kualitas.

4) Harapan Pelanggan

Secara umum, determinasi pelanggan meliputi: kebutuhan pribadi, pengalaman masa lalu, rekomendasi dari mulut ke mulut, dan iklan.²⁰

g. **Indikator Pengukuran Kualitas Pelayanan**

Indikator yang sesuai untuk menentukan kualitas pelayanan adalah yang didasarkan pada dimensi kualitas layanan yang dapat digunakan pelanggan untuk menilai layanan. Indikator kualitas pelayanan sebagaimana diuraikan diatas, dapat disimpulkan bahwa indikator yang dianggap relevan dalam penelitian ini adalah : bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati

- 1) *Tangible* (berwujud): kualitas layanan berupa fasilitas, komputerisasi administrasi, ruang

²⁰Putri and Utomo, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening.”

tunggu, area informasi. Indikator nya adalah sebagai berikut:

- a) Penampilan petugas/aparatur dalam melayani pelanggan.
 - b) Kenyamanan penyediaan layanan.
 - c) Kemudahan selama pelayanan.
 - d) Kedisiplinan petugas/aparatur dalam melaksanakan pelayanan.
 - e) Pelanggan dapat dengan mudah mengakses permintaan layanan.
 - f) Penggunaan alat bantu dalam pelayanan.
- 2) *Reliability* (keandalan): kemampuan dan kehandalan untuk memberikan pelayanan yang dapat diandalkan. Indikatornya adalah:
- a) Kecermatan petugas dalam melayani.
 - b) Memiliki standar pelayanan yang jelas.
 - c) Kemampuan petugas/aparatur dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.
- 3) *Responsiveness* (ketanggapan): kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen. Indikatornya adalah:
- a) Merespon setiap pelanggan/pemohon yang menginginkan layanan tersebut.
 - b) Petugas/aparatur melakukan pelayanan tepat waktu.
 - c) Petugas/aparatur memberikan instruksi selama transaksi.
 - d) Petugas/aparatur melakukan pelayanan secara jelas, sopan, dan ramah.

- e) Semua keluhan pelanggan ditangani oleh petugas.
- 4) *Assurance* (jaminan): kemampuan, keramahan dan kesopanan karyawan untuk menjamin kepercayaan konsumen. Indikatornya adalah:
- a) Petugas menjamin kerahasiaan transaksi para nasabah.
 - b) Petugas memberikan jaminan keamanan dalam menyimpan dana nasabah.
 - c) Petugas mampu meyakinkan nasabah untuk melakukan penyimpanan.
 - d) Petugas dapat menjalin hubungan baik dengan nasabah.
 - e) Petugas memberikan jaminan kepastian biaya layanan.
- 5) *Empathy* (Empati): sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen. Indikatornya adalah:
- a) Mendahulukan kepentingan pelanggan/pemohon.
 - b) Petugas melayani dengan sikap ramah dan sopan.
 - c) Petugas melayani dengan cara yang tidak diskriminatif.
 - d) Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan.²¹

²¹ Sabri Nasfi, Rahmad, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah," *Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (2020): 25, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30983/es.v4i1.3146>.

2. Pengertian Loyalitas Anggota

a. Pengertian Loyalitas Anggota

Ketika sebuah perusahaan ingin mempertahankan anggotanya, ia harus memberikan apa yang benar-benar diharapkan oleh anggota. Sebisa mungkin, apa yang ditawarkan harus melebihi harapan pelanggan atau setidaknya sesuai dengan ekspektasi anggota.

Loyalitas secara harfiah berarti setia, atau loyalitas dapat dipahami sebagai sebagai kesetiaan. Kesetiaan ini dilakukan tanpa paksaan, tetapi timbul dari persepsi diri pada masa lalu. Upaya yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan anggota lebih cenderung mempengaruhi sikap anggota. Sedangkan konsep loyalitas anggota lebih menjelaskan kepada perilaku pembeli. Komitmen yang terkait dengan pembelian berulang adalah situasi dimana anggota tidak mau berubah meskipun produk atau layanan langka dipasar dan anggota secara sukarela merekomendasikan produk atau layanan kepada rekan, keluarga atau teman anggota lainnya.

Menurut Griffin Anggota berasal dari kata *custom* yang didefinisikan sebagai membuat sesuatu menjadi kebiasaan atau biasa dan mempraktekkan kebiasaan. Sedangkan menurut Lovelock dan Wirtz loyalitas merupakan kata klasik yang digunakan untuk menggambarkan kesetiaan dan pengabdian yang sangat antusias bagi sebuah negara atau individu. Konsep ini kemudian digunakan dalam bisnis untuk menggambarkan loyalitas anggota yakni kesetiaan anggota untuk terus-menerus menggunakan suatu perusahaan dalam jangka panjang secara

eksklusif, dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Senada dengan pengertian loyalitas anggota adalah kesetiaan untuk terus menerus menggunakan suatu perusahaan dalam jangka panjang. Menurut Kotler dan Keller loyalitas anggota adalah komitmen untuk membeli kembali atau berlangganan kembali produk atau jasa. Sedangkan menurut Griffin loyalitas diartikan sebagai pembelian secara teratur, membeli di luar lini produk atau jasa, menolak produk atau jasa dari perusahaan lain. Kebal terhadap daya tarik pesaing, menarik anggota baru untuk adanya kesamaan bahwa loyalitas anggota terkait dengan pengalaman pembelian masa lalu yang kemudian dipertahankan atau bahkan ditingkatkan dalam jangka panjang di masa depan dengan tetap melakukan pembelian pada merek yang sama. Dengan kata lain loyalitas adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat anggota yang tercermin dalam pembelian berulang yang konsisten. Dengan demikian, membicarakan loyalitas adalah membicarakan masa yang akan datang dengan memperhatikan perilaku atau sikap pada masa lalu atas pembelian barang atau jasa.

Untuk itu Lee, H., Lee, J., dan Kanf mengatakan bahwa loyalitas anggota merupakan tujuan strategis yang penting bagi semua manajer pemasaran. Anggota yang loyal telah ditandai dengan memberikan keuntungan bagi perusahaan yang merupakan sumber kelanggengan roda bisnis suatu perusahaan. Untuk itu mempertahankan loyalitas anggota haruslah menjadi prioritas bagi perusahaan.

Perlunya mempertahankan anggota yang loyal dikemukakan oleh Reichheld, Markey dan Hopton yang mengatakan bahwa hilangnya anggota yang loyal sebesar 5% akan berdampak kepada berkurangnya keuntungan antara 25% sampai 100%. Sedemikian besarnya dampak mempertahankan loyalitas anggota terhadap keuntungan perusahaan, sehingga Reichheld menyatakan bahwa loyalitas adalah alat ukur kinerja perusahaan yang lebih baik dibandingkan menggunakan alat ukur keuntungan.

Manfaat loyalitas anggota bagi perusahaan yaitu diperolehnya peningkatan penjualan, mengurangi biaya operasi, dan dapat menetapkan harga premium. Sedangkan Griffin mengemukakan pendapat bahwa keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh yaitu, “mengurangi biaya pemasaran, mengurangi biaya transaksi, mengurangi biaya *turnover* konsumen, meningkatkan penjualan silang yang akan meningkatkan pangsa pasar, mendorong *word of mouth* lebih positif, dan mengurangi biaya kegagalan.”²²

Menurut Senduk, anggota berasal dari kata *custom* yang berarti menjadikan sesuatu sebagai kebiasaan atau biasa dan mempraktekkan kebiasaan. Sedangkan menurut Trisno Musanto, seorang anggota dikatakan loyal jika anggota tersebut menunjukkan perilaku pembelian yang secara teratur atau jika terdapat suatu kondisi yang memaksa anggota tersebut untuk membeli minimal dua kali dalam jangka waktu tertentu. Upaya menjamin kepuasan anggota dilakukan untuk mempengaruhi

²² Soegeng Wahyoedi and Saporso, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah*, ed. Wurdianto (Yogyakarta: Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA, 2019).

sikap anggota, sedangkan konsep loyalitas anggota lebih berkaitan dengan perilaku pelanggan daripada sikap anggota. Loyalitas anggota sangat penting bagi perusahaan untuk menjaga kelangsungan bisnis maupun kelangsungan kegiatan bisnis. Anggota yang loyal adalah orang-orang yang sangat puas dengan produk dan layanan tertentu, sehingga mereka lebih cenderung merekomendasikannya kepada siapapun yang mereka kenal. Kemudian, pada langkah selanjutnya pelanggan yang loyal ini akan memperluas “ketsetiaan” mereka ke produk lain yang dibuat oleh produsen yang sama. Dan akhirnya, ini adalah anggota yang setia pada produsen atau perusahaan tertentu untuk selamanya.

Menurut Timm, loyalitas anggota adalah anggota yang selalu melakukan pembelian ulang, sehingga memastikan aliran pendapatan bagi perusahaan, cenderung membeli lebih banyak, bersedia membayar dengan harga tinggi, secara langsung akan mempengaruhi pendapatan perusahaan.²³

Menurut Gitomer, loyalitas adalah ekspresi dari kebutuhan dasar manusia untuk memiliki, didukung, merasa aman, dan untuk menciptakan keterikatan serta menciptakan *emotional attachment*. Sedangkan Flemming menjelaskan bahwa loyalitas anggota adalah sikap dan keputusan pelanggan untuk tetap terus menggunakan suatu jasa. Loyalitas menurut

²³ Novianti, Endri, and Darlius, “Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan,” *Jurnal Ilmiah Manajemen* VIII, no. 1 (2018): 93.

Oliver yaitu kondisi bagi anggota untuk memiliki beberapa komitmen terhadap perilaku pembelian.²⁴

Menurut Tjiptono, “Loyalitas anggota adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok yang dilandasi oleh sikap yang sangat positif dan mengarah pada pembelian berulang yang konsisten.”²⁵

Loyalitas (kesetiaan) anggota terhadap merek barang atau jasa tertentu tergantung pada sejumlah faktor, termasuk biaya beralih ke merek atau jasa lain, kesamaan mengenai kualitas, kualitas atau layanan barang atau jasa pengganti, risiko biaya. perubahan karena barang atau jasa yang diganti, dan perubahan kepuasan yang diperoleh dari merek baru dibandingkan dengan pengalaman dengan merek dagang yang digunakan sebelumnya. Anggota dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya akan membeli produk dengan merek tertentu. Jika merek yang dipilih konsumen dapat memuaskan kebutuhan dan keinginannya, maka anggota akan mengingat merek tersebut secara mendalam. Dalam keadaan seperti itu, loyalitas anggota akan mulai muncul dan tumbuh. Dalam pembelian selanjutnya, anggota akan memilih produk yang mereknya telah memberikan kepuasan kepadanya, sehingga akan terjadi pembelian ulang terhadap merek tersebut.

²⁴Ibid., hlm 93

²⁵ Meyta Pritandhari, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Bmt Amanah Ummah Sukoharjo),” *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)* 3, no. 1 (2015): 50–60, <https://doi.org/10.24127/ja.v3i1.142>.

Berdasarkan uraian tersebut, loyalitas anggota merupakan komitmen anggota untuk bertahan hidup, untuk melakukan kegiatan dikoperasi secara konsisten.

b. Jenis jenis Loyalitas

Menurut Griffin membagi loyalitas menjadi empat jenis :

1) Tanpa loyalitas (*No Loyalty*)

Yaitu beberapa anggota tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk, layanan atau layanan tertentu yang diberikan.

2) Loyalitas lemah (*Spurious Loyalty*)

Artinya, keterlibatan yang rendah dikombinasikan dengan prospek pembelian berulang yang tinggi untuk loyalitas yang rendah. Dapat dikatakan bahwa anggota ini membeli karena kebiasaan.

3) Loyalitas tersembunyi (*Latent Loyalty*)

Artinya, tingkat *preferensi* yang relatif tinggi dikombinasikan dengan tingkat pembelian berulang yang rendah menunjukkan loyalitas tersembunyi.

4) Loyalitas premium (*Loyalty*)

Yaitu ini terjadi saat ada keterlibatan tinggi dan pembelian berulang yang juga tinggi.²⁶

²⁶Inka Janita Sembiring, Suharyono, and Andriani Kusumawati, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan," *Jurnal Administrasi Bisnis* 20 15, no. 1 (2014): 4.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Anggota antara lain:

1) Kepuasan anggota

Definisi kepuasan dalam berbagai literatur cukup beragam. Kotler mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai perasaan suka/tidak suka seseorang terhadap suatu produk setelah membandingkan kinerja produk dengan harapannya. Kepuasan anggota adalah sebuah konsep yang dikenal untuk mendeteksi loyalitas anggota. Kepuasan dapat dilihat sebagai akumulasi pengalaman pembelian dan pengalaman anggota dalam mengkonsumsi produk.

2) Kualitas layanan

Salah satu faktor penting yang dapat membuat anggota puas adalah kualitas layanan. Kualitas layanan ini memiliki pengaruh terhadap kepuasan anggota. Pemasar dapat meningkatkan kualitas layanan untuk membangun loyalitas anggota. Produk berkualitas buruk berisiko menimbulkan ketidaksetiaan anggota. Jika kualitas diperhitungkan, atau bahkan diperkuat dengan iklan yang intensif, loyalitas anggota lebih mudah dicapai. Kualitas dan promosi merupakan faktor kunci dalam membangun loyalitas pelanggan jangka panjang.

3) Para ahli di bidang pemasaran gambar menawarkan banyak definisi dan pendapat yang berbeda tentang gambar. Namun, mereka menekankan pentingnya citra positif untuk suatu produk, bahkan menambahkan sesuatu yang

lebih, citra publik. Definisi lain dari citra merek atau reputasi didefinisikan sebagai kualitas yang dirasakan terkait dengan nama merek dan tingkat perusahaan sedangkan citra didefinisikan sebagai persepsi organisasi yang tercermin dalam memori merek pelanggan. Dengan kata lain, citra adalah persepsi pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.⁸¹ Dalam materi pemasaran, citra diidentifikasi sebagai faktor penting dalam evaluasi semua layanan perusahaan. Foto menurut pengalaman belanja terakumulasi dari waktu ke waktu. Citra perusahaan digunakan sebagai filter untuk mempengaruhi persepsi terhadap aktivitas perusahaan.

- 4) Hambatan lain yang mempengaruhi loyalitas adalah ukuran hambatan untuk berubah. Hambatan untuk berubah termasuk biaya keuangan, biaya administrasi bisnis, diskon loyalitas, biaya sosial, dan biaya emosional. Semakin besar hambatan untuk berganti pemasok, pelanggan akan semakin loyal, tetapi loyalitas mereka mengandung faktor pembatas.²⁷

d. Dimensi Loyalitas Anggota

Anggota yang loyal merupakan aset penting perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya, sebagaimana diungkapkan Griffin. Anggota yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

²⁷ Kosim Alwi, "Pengaruh Sharia Compliance Dan Good Corporate Governance Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Anggota Pada KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara," *Thesis* 1, no. 28 (2014): 39–40, <http://repository.iainkudus.ac.id/id/eprint/4919>.

1. Repeat Purchase (kesetiaan terhadap pembelian produk)
 2. Retention (melawan pengaruh negatif)
 3. Referalls (merefensikan secara total esistensi perusahaan)²⁸
- e. Indikator Pengukuran Loyalitas Anggota
- Menurut Griffin ada empat aspek dalam pengukuran loyalitas anggota, yaitu sebagai berikut :
1. Merefereasikan kepada orang lain
 2. Melakukan transaksi berulang-ulang
 3. Menggunakan jasa yang ditawarkan
 4. Kesetiaan menjadi anggota²⁹

B. Kerangka Teoritik

Kerangka teoritik penelitian ini menjelaskan secara teoritis pengaruh kualitas pelayanan simpan pinjam terhadap loyalitas anggota dan kemudian akan merumuskan hipotesis penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan simpan pinjam terhadap loyalitas anggota pada KSP Sehati.

Wykofe menyatakan apabila kualitas pelayanan baik maka akan menaikkan tingkat keunggulan yang diharapkan. Menurut Lewis dan Booms dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi anggota maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas anggota.

²⁸ Siti Laela and Hafish Sadiq, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Negara Indonesia," *Jurnal Manajemen Kewirausahaan* 16, no. 1 (2019): 23, <https://doi.org/10.33370/jmk.v16i1.304>

²⁹ Rizal Zulkarnain dan Agus David Ramdanyah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa* 2, no. 2 (2018): 240, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.48181/jrbmt.v2i2.9357>.

C. Rancangan Hipotesis

Berdasarkan kerangka teoritik yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Diduga ada pengaruh kualitas pelayanan simpan pinjam terhadap loyalitas anggota KSP Sehati Tanjung Sari Lampung Selatan.



DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Mirza. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Jateng Syariah Kcps Kartasura.” *Skripsi*, 2021, 1–2.
- Alwi, Kosim. “Pengaruh Sharia Compliance Dan Good Corporate Governance Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Anggota Pada KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara.” *Thesis* 1, no. 28 (2014): 39–40. <http://repository.iainkudus.ac.id/id/eprint/4919>.
- Andesra, Yuli. “Peran Kualitas Pelayanan Dalam Membangun Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Simpang Empat.” *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 4, no. 2 (January 1, 2016): 146. <https://doi.org/10.31846/jae.v4i2.157>.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. 15th ed. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2014.
- Firatmadi, Agung. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan.” *Jurnal Of Business Studies* 2, no. 2 (2017): 86–87.
- Hidayat, Aprihatiningrum, Wa Ode Sifatu, Ali Maddiansyah, Denok Sunarsi, and Jasmani. *Loyalitas Dan Kepuasan Konsumen: Tinjauan Teoritik*. Cipta Media Nusantara, 2021.
- Khaerunnisa, Handini. “Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah.” *Jurnal Studia Akuntansi Dan Bisnis* 1, no. 1 (2013): 48.
- Krisnawati, Arin, Vina Andita Pratiwi, and Agung Pramayuda. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Pegadaian Cabang Arjawinangun.” *Jurnal Ekonomi Manajemen* 16, no. 1 (2021): 40.

<https://oaj.stiecirebon.ac.id/index.php/jem/article/view/103>

- Laela, Siti, and Hafish Sadiq. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Negara Indonesia." *Jurnal Manajemen Kewirausahaan* 16, no. 1 (2019): 23. <https://doi.org/10.33370/jmk.v16i1.304>.
- Marlius, Doni. "Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat Dari Kualitas Pelayanan." *Jurnal Pundi* 1, no. 3 (2017): 241. <https://doi.org/10.31575/jp.v1i3.60>.
- Musdalifah, and Fuad Hasan. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Dengan Variabel Kepuasan Sebagai Mediasi Di KPRI Makmur Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan." *Jurnal Trunojoyo* 1, no. 1 (2020): 166.
- Nasfi, Rahmad, Sabri. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah." *Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (2020): 25. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30983/es.v4i1.3146>.
- Novianti, Endri, and Darlius. "Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Jurnal Impliah Manajemen VIII*, no. 1 (2018): 93.
- Pritandhari, Meyta. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Bmt Amanah Ummah Sukoharjo)." *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)* 3, no. 1 (2015): 50–60. <https://doi.org/10.24127/ja.v3i1.142>.
- Putri, Yulia Larasati, and Hardi Utomo. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening." *Among Makarti*

10, no. 19 (2017): 73.

Rahayu, Sri. *Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Objek Wisata*. Edited by Sadiman. 1st ed. Palembang: CV. Anugrah Jaya, 2019.

Rizal Zulkarnain dan Agus David Ramdansyah. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa* 2, no. 2 (2018): 240.

<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.48181/jrbmt.v2i2.9357>.

Sembiring, Inka Janita, Suharyono, and Andriani Kusumawati. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan." *Jurnal Administrasi Bisni* 15, no. 1 (2014): 4.

Silaban, Naomi Rentha Uli. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Koperasi Simpan Pinjam Rentha Jaya Purwakarta." *Jurnal Administrasi Bisnis* 11, no. 1 (2015): 66. <https://doi.org/https://doi.org/10.26593/jab.v11i1.1706.%25p>.

Sriwidodo, Untung, and Rully Tri Indriastuti. "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah." *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 10, no. 2 (2010): 166.

Sukei. *Dimensi Loyalitas Perilaku Pelanggan*. 1st ed. Surabaya: Lutfansah Mediatama, 2009.

Sulistiyowati, Wiwik. *Buku Ajar Kualitas Layanan Teori Dan Aplikasinya*. 1st ed. Sidoarjo, Jawa Timur: UMSIDA Press, 2018.

———. *Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasinya*. Edited by M. Tanzil Multazam Septi Budi Santika. 1st ed. Sidoarjo,

Jawa Timur: UMSIDA Press, 2018.

Suparman, H.Dadang. “Pengaruh Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Koperasi Artha Mutiara Kabupaten Sukabumi.” *Jurnal Ekonomedia* 05, no. 01 (2016): 20.

Trisusanti, Yelli. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah.” *Jom Fisip* 4, no. 2 (2017): 10.

Wahyoedi, Soengeng, and Saparso. *Loyalitas Nasabah Bank Syariah*. Edited by Wurdianto. Yogyakarta: Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA, 2019.

Wahyuni, Dwi Retno. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Ksp Anugerah Mandiri Cabang Mranggen.” *Skripsi*, 2019, 49.

Widodo. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah.” *Skripsi*, 2018, 79.

