

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN MOTIVASI ANGGOTA
TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA DI KOPERASI SIMPAN PINJAM
(KSP) SETIA KAWAN**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



Disusun Oleh:

PUTRI WAHYU ANISA

NIM. 12804244013

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

2016

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN MOTIVASI ANGGOTA
TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA DI KOPERASI SIMPAN PINJAM
(KSP) SETIA KAWAN**



Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diajukan dan dipertahankan di
depan Tim Pengaji Tugas Akhir Skripsi Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas
Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

Yogyakarta, Juni 2016

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Sukidjo".

Prof. Dr. Sukidjo, M. Pd

NIP. 19500906 197412 1 001

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN MOTIVASI ANGGOTA TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA DI KOPERASI SIMPAN PINJAM (KSP) SETIA KAWAN

Oleh:

PUTRI WAHYU ANISA

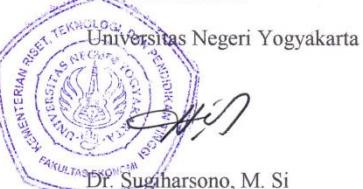
NIM. 12804244013

Telah dipertahankan di depan Dewan Pengaji Skripsi pada tanggal 30 Juni 2016

Dan dinyatakan lulus			
Tim Pengaji			
Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Aula Ahmad H. S. F., M. Si	Ketua Pengaji		19/7/2016
Prof. Dr. Sukidjo, M. Pd	Sekretaris Pengaji		19/7/2016
Dr. Sugiharsono, M. Si	Pengaji Utama		18/7/2016

Yogyakarta, 20 Juli 2016

Fakultas Ekonomi



NIP. 19550328 198303 1 002

HALAMAN PERNYATAAN

Nama : Putri Wahyu Anisa

NIM : 12804244013

Prodi/ Jurusan : Pendidikan Ekonomi

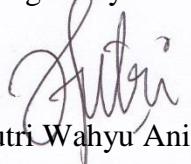
Fakultas : Fakultas Ekonomi

Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Motivasi Anggota terhadap Loyalitas Anggota di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Setia Kawan**

Menyatakan bahwa penelitian ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya, tidak berisi materi yang dipublikasi atau ditulis oleh orang lain atau lebih digunakan sebagai persyaratan penyelesaian studi di perguruan tinggi lain, kecuali pada bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta,

Yang Menyatakan


Putri Wahyu Anisa

NIM. 12804244013

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.

(Q. S. Al Insyirah: 6-8)

Setiap pekerjaan dapat diselesaikan dengan mudah bila dikerjakan tanpa keengganan.

(Benyamin Franklin)

PERSEMBAHAN

Lembar demi lembar karya ini saya persembahkan kepada :

- **Kedua orang tua saya, Ibu Ari Saptaningsih dan Bapak Ngadiman Martono Hadi karena dukungan dan doanya sehingga saya bisa mewujudkan cita-cita menjadi Sarjana**
- **Kedua kakakku Ikhwan Wahyu Pradana, Ch. Aprilia Winda dan Adikku Wahyu Fajar Pamungkas**
- **Sahabat-sahabatku tersayang Septia, Niken, Riska, Asterina, Yuli, Hana, Indah dan Fridita**
 - **Teman-teman Pendidikan Ekonomi B 2012**
 - **Almamaterku**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN MOTIVASI ANGGOTA
TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA DI KOPERASI SIMPAN PINJAM
(KSP) SETIA KAWAN**

Oleh:
PUTRI WAHYU ANISA
128042442013

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota di KSP Setia Kawan, 2) pengaruh motivasi anggota terhadap loyalitas anggota di KSP Setia Kawan, 3) pengaruh kualitas pelayanan dan motivasi anggota secara bersama-sama terhadap loyalitas anggota di KSP Setia Kawan.

Penelitian ini merupakan penelitian *ex post facto* sekaligus merupakan penelitian asosiatif kausal dengan populasi anggota KSP Setia Kawan yang berjumlah 455. Sampel penelitian ini sebanyak 82 orang yang diambil dengan teknik *accidental sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan angket. Teknik analisis data menggunakan regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan: 1) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota di KSP Setia Kawan, 2) terdapat pengaruh positif dan signifikan motivasi anggota terhadap loyalitas anggota di KSP Setia Kawan, 3) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan motivasi anggota secara bersama-sama terhadap loyalitas anggota di KSP Setia Kawan. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,325 dapat diartikan bahwa 32,5% loyalitas anggota KSP Setia Kawan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan motivasi anggota.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Motivasi Anggota, Loyalitas Anggota*

***THE EFFECTS OF SERVICE QUALITY AND MEMBERS' MOTIVATION
ON MEMBERS' LOYALTY AT SETIA KAWAN SAVINGS AND LOAN
COOPERATIVE (SLC)***

By :
PUTRI WAHYU ANISA
12804244013

ABSTRACT

This study aims to investigate: 1) the effect of service quality on members' loyalty at Setia Kawan SLC, 2) the effect of members' motivation on members' loyalty at Setia Kawan SLC, and 3) the effect of service quality and members' motivation as an aggregate on members' loyalty at Setia Kawan SLC.

This was an ex post facto and causal associative study with a population comprising members of Setia Kawan SLC with a total of 455 members. The research sample consisted of 82 members, selected by means of the accidental sampling technique. The data were collected by a questionnaire. They were analyzed by multiple regression.

The results of the study show that: 1) there is a significant positive effect of service quality on members' loyalty at Setia Kawan SLC, 2) there is a significant positive effect of members' motivation on members' loyalty at Setia Kawan SLC, and 3) there is a significant positive effect of service quality and members' motivation as an aggregate on members' loyalty at Setia Kawan SLC. The coefficient of determination (R^2) of 0.325 indicates that 32.5% of members' loyalty at Setia Kawan SLC is affected by service quality and members' motivation.

Keywords: Service Quality, Members' Motivation, Members' Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahkan rahmat dan karunia-Nya, Tugas Akhir Skripsi dalam rangka untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Motivasi Anggota terhadap Loyalitas Anggota di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Setia Kawan” dapat terselesaikan. Terselesaikannya Tugas Akhir Skripsi ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, dengan terselesaikannya Tugas Akhir Skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

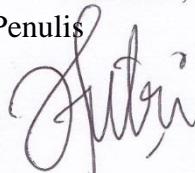
1. Rektor Universitas Negeri Yogyakarta yang telah menyediakan fasilitas sarana dan prasarana untuk memperlancar proses skripsi.
2. Dr. Sugiharsono, M. Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta dan narasumber yang memberikan persetujuan pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi serta memberikan saran dan masukan dalam penulisan Tugas Akhir Skripsi.
3. Tejo Nurseto, M. Pd selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang memberikan persetujuan pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi.
4. Prof. Dr. Sukidjo, M. Pd. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir Skripsi yang telah memberikan persetujuan penelitian dan membimbing.
5. Thomas Edi Susilo, Spd. T. Selaku Ketua Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Setia Kawan yang telah memberikan ijin penelitian.

6. Anggota Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Setia Kawan yang telah bersedia mengisi angket penelitian.
7. Ayah dan Ibunda tercinta terimakasih atas semuanya, berkat do'a dan dukungannya sehingga Tugas Akhir Skripsi tersebut dapat terselesaikan.
8. Kakak dan Adikku, terimakasih atas dukungan dan semangat dalam penyelesaian Tugas Akhir Skripsi.
9. Sahabat-sahabatku (Septia, Niken, Riska, Asterina, Yuli, Hana dan Fridita) yang telah setia menemani dan memberikan motivasi dalam Tugas Akhir Skripsi.
10. Teman-teman Program Studi Pendidikan Ekonomi B tahun 2012 yang telah berjuang bersama-sama.
11. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu demi satu, yang telah membantu dan berpartisipasi sehingga Tugas Akhir Skripsi ini terselesaikan dengan baik dan lancar.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang ada dalam Tugas Akhir Skripsi ini mengingat keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki, sehingga saran dan kritik yang bersifat membangun selalu penulis harapkan.

Yogyakarta,

Penulis



Putri Wahyu Anisa

NIM. 12804244013

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN TEORI	11
A. Kajian Pustaka	11
1. Kualitas Pelayanan	11
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	11
b. Pelayanan Prima	12
c. Dimensi Kualitas Pelayanan	14
d. Manfaat Kualitas Pelayanan yang Unggul.....	17
e. Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan	18
f. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	19
g. Indikator Pengukuran Kualitas Pelayanan.....	21
2. Motivasi Anggota	22
a. Pengertian Motivasi	22
b. Teori Motivasi	23
c. Motivasi Berkoperasi	26
d. Jenis-jenis Motivasi	27
e. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi	28
f. Indikator Pengukuran Motivasi Anggota	29

3. Loyalitas Anggota	30
a. Pengertian Loyalitas Anggota	30
b. Karakteristik Pelanggan yang Loyal	31
c. Jenis-jenis Loyalitas	32
d. Indikator Pengukuran Loyalitas Anggota	33
B. Penelitian yang Relevan	33
C. Kerangka Berfikir	36
D. Paradigma Penelitian	37
E. Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Desain Penelitian	40
B. Tampat dan Waktu	40
C. Variabel Penelitian	41
1. Jenis Variabel	41
2. Definisi Operasional Variabel Penelitian	41
D. Populasi dan Sampel Penelitian	44
E. Teknik Pengumpulan Data	45
F. Instrumen Penelitian	45
G. Uji Coba Instrumen	47
1. Uji Validitas Instrumen	47
2. Uji Reliabilitas Instrumen	50
H. Teknik Pengumpulan Data	52
1. Deskripsi Data	52
2. Pengujian Persyaratan Analisis	54
a. Uji Normalitas	54
b. Uji Liniearitas	55
c. Uji Multikolininearitas	56
d. Uji Homosedastisitas	56
3. Uji Hipotesis	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
A. Hasil Penelitian	61
1. Deskripsi KSP Setia Kawan	61
a. Sejarah KSP Setia Kawan Kawan	61
b. Struktur Organisasi KSP Setia Kawan	62
2. Deskripsi Data	63
3. Hasil Uji Prasyarat	72
a. Uji Normalitas	72
b. Uji Liniearitas	73
c. Uji Multikolininearitas	74
d. Uji Homosedastisitas	75
4. Pengujian Hipotesis	75

B. Pembahasan Hasil Penelitian	78
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota	78
2. Pengaruh Motivasi Anggota terhadap Loyalitas Anggota	79
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Motivasi Anggota secara bersama-sama (Simultan) terhadap Loyalitas Anggota	80
C. Keterbatasan Penelitian	81
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	83
 DAFTAR PUSTAKA	 85

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. Data Anggota KSP Setia Kawan tahun 2013-2014	7
Tabel 2. Skor Alternatif Jawaban	46
Tabel 3. Kisi-kisi Kuesioner	46
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	48
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi Anggota	49
Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Anggota	50
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	52
Tabel 8. Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan	64
Tabel 9. Kategori Kecenderungan	65
Tabel 10. Kategori Kecenderungan Kualitas Pelayanan	66
Tabel 11. Distribusi Frekuensi Motivasi Anggota	67
Tabel 12. Kategori Kecenderungan Motivasi Anggota	68
Tabel 13. Distribusi Frekuensi Loyalitas Anggota	70
Tabel 14. Kategori Kecenderungan Loyalitas Anggota	71
Tabel 15. Hasil Uji Normalitas	73
Tabel 16. Hasil Uji Liniearitas	73
Tabel 17. Hasil Uji Multikolininearitas	74
Tabel 18. Hasil Uji Homosedastisitas	75
Tabel 19. Rangkuman Hasil Regresi Ganda	75
Tabel 20. Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. Hierarki Kebutuhan Maslow	24
Gambar 2. Paradigma Penelitian	38
Gambar 3. Susunan Pengurus KSP Setia Kawan	62
Gambar 4. Histogram Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan	64
Gambar 5. Diagram Kecenderungan Kualitas Pelayanan	66
Gambar 6. Histogram Distribusi Frekuensi Motivasi Anggota	67
Gambar 7. Diagram Kecenderungan Motivasi Anggota	69
Gambar 8. Histogram Distribusi Frekuensi Loyalitas Anggota	70
Gambar 9. Diagram Kecenderungan Loyalitas Anggota	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Angket Uji Coba Instrumen Penelitian	88
2. Data Uji Coba Instrumen Penelitian	93
3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	96
4. Angket Penelitian	99
5. Data Hasil Penelitian	104
6. Hasil Uji Prasyarat Analisis	109
7. Hasil Uji Regresi Ganda	117
8. Hasil Sumbangan Efekrif dan Sumbangan Relatif	119
9. Perhitungan Kelas Interval	120
10. Rumus Kategorisasi	123
11. Hasil Uji Kategorisasi	125

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar bebas adalah salah satu peluang sekaligus ancaman yang sedang dihadapi oleh Indonesia. Dengan adanya pasar bebas, perusahaan barang maupun jasa dituntut untuk dapat bersaing dengan produk-produk dari luar negeri. Usaha yang sudah atau sedang berkembang di Indonesia diharap mampu tetap mempertahankan eksistensinya melawan produk luar negeri. Salah satu badan usaha yang tidak lepas dari dampak pasar bebas adalah koperasi.

Koperasi merupakan salah satu bentuk badan hukum yang sudah lama dikenal di Indonesia dan dipelopori oleh Bung Hatta, beliau juga dikenal sebagai bapak koperasi Indonesia. Menurut Undang-undang Nomor 25 tahun 1992:

“koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas dasar kekeluargaan”.

Kesejahteraan anggota sesuai dengan tujuan koperasi selalu diusahakan dengan berbagai cara agar dapat bersaing dan mempertahankan koperasi di tengah adanya pasar bebas. Oleh karena itu, terciptanya anggota yang loyal sangat diperlukan dan penting bagi pertumbuhan koperasi di Indonesia. Namun saat ini selain adanya pasar bebas, koperasi juga harus bersaing

dengan adanya lembaga keuangan yang banyak berdiri. Untuk menciptakan loyalitas anggota, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu yang tidak dapat dipisahkan dari loyalitas anggota. Setiap usaha jasa memiliki berbagai bentuk pelayanan yang berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Setiap perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik agar bisa bersaing dengan perusahaan yang lain, baik perusahaan yang sudah berdiri lama maupun perusahaan yang baru.

Menurut Fandhy Tjiptono (2001: 51), kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, alam dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan". Kualitas pelayanan memiliki hubungan dengan anggota koperasi, apabila kualitas pelayanan dirasa baik, maka akan berpengaruh positif terhadap penggunaan jasa kembali dan anggota semakin loyal. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan yang mengecewakan dapat berpengaruh negatif terhadap loyalitasnya.

Keberadaan kualitas pelayanan tetap dipandang sebagai salah satu faktor penting dalam menumbuhkan kemauan anggota untuk menggunakan jasa kembali, menggunakan jasa yang lebih lagi dan merekomendasikan pengalamannya kepada orang lain. Kemudian dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan akan berdampak positif terhadap loyalitas anggota (Lyon dan Powers, 2004). Pendapat tersebut diperkuat oleh Elu (2005) yang menyatakan bahwa:

"keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan kualitas pelayanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti

komplain konsumen dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu mengikat loyalitas konsumen.”

Menurut Lewis dan Booming dalam Parasuraman, et. Al. (1985) kualitas pelayanan adalah ukuran dari seberapa baik tingkat pelayanan yang disampaikan sesuai dengan harapan pelanggan. Koperasi Simpan Pinjam Setia Kawan bergerak dalam bidang jasa dengan produk yang ditawarkan adalah produk simpanan dan produk pinjaman. Dalam menawarkan produknya, koperasi berusaha memberikan kualitas pelayanan yang baik dalam memenuhi kebutuhan nasabah.

Nasabah yang kecewa dapat menghentikan pemakaian produk-produk KSP Setia Kawan. Nasabah atau anggota yang kecewa dengan kualitas pelayanan akan mulai membandingkan kualitas pelayanan pada lembaga keuangan lainnya. Hal ini akan berakibat pada beralihnya anggota menggunakan jasa lembaga keuangan yang lain dan menyebarkan informasi yang kurang baik kepada teman, kerabat, dan lingkungan sekitar.

Faktor lain yang berpengaruh terhadap loyalitas adalah motivasi anggota. Martoyo (2001: 68) memberikan rumusan:

“motivasi merupakan keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan tertentu guna mencapai tujuan. Motivasi yang timbul dari dalam diri anggota dapat menimbulkan suatu dorongan untuk mempengaruhi loyalitasnya dalam koperasi”.

Motivasi diartikan sebagai pendorong atau penggerak yang mengkondisikan individu dan selanjutnya diarahkan untuk mencapai suatu tujuan. Seseorang yang memiliki motivasi akan melakukan suatu aktivitas lebih baik, lebih efisien, lebih cepat dan lebih bertanggung jawab. Motivasi

merupakan masalah komplek dalam organisasi, karena pada dasarnya sulit bagi seseorang untuk dapat memotivasi dirinya sendiri tanpa adanya unsur yang mendorong.

Koperasi Simpan Pinjam Setia Kawan adalah salah satu koperasi primer yang berbadan hukum No. 4/ BH/ KWK-12/ IX/ 1994. Kantor pusat Koperasi Simpan Pinjam Setia Kawan berada di komplek pasar tradisional Prambanan, yaitu di Jl. Prambanan Piyungan Km. 1, Yogyakarta. Lokasi koperasi ini dianggap sangat strategis karena berdekatan dengan nasabah yang sebagian besar adalah pedagang pasar Prambanan.

Kemudahan pelayanan yang diberikan oleh KSP Setia Kawan salah satunya dengan menempatkan kantor kas yang berlokasi dekat dengan tempat kerja nasabah dalam mencari nafkah serta melakukan pelayanan jemput bola untuk lokasi nasabah yang jauh. Hal ini bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi baik melakukan penarikan maupun penyetoran. Pelayanan jemput bola dilakukan oleh seorang PDL (Petugas Dinas Lapangan) dan diberikan setiap hari kerja, dimana petugas mendatangi secara langsung ke lokasi nasabah.

Adanya bentuk pengawasan secara langsung maupun melalui cctv diharapkan dapat memaksimalkan kinerja dari karyawan untuk memberikan pelayanan jasa sesuai dengan bidang tugas masing-masing. KSP Setia Kawan menempatkan kotak kritik, saran maupun keluhan sehingga nasabah dapat menyampaikan keluhan, kritik dan saran melalui kotak tersebut. Namun

kantor pelayanan yang sempit sering dikeluhkan oleh anggota karena merasa kurang nyaman dengan keadaan tersebut.

Pelayanan jasa diberikan kepada nasabah untuk dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Karena kesetiaan nasabah tidak dapat diperjualbelikan, kesetiaan nasabah datang dari lubuk hati, dari ketulusan nurani yang terjadi karena adanya nilai kepuasan yang diterima dan dirasakan. Pelayanan yang diterima nasabah sangat baik dan diterima secara terus-menerus tanpa ada batas waktu. KSP Setia Kawan dan petugas pelayanan tetap berusaha menjaga proses pelayanan sehingga akan tertanam di dalam hati nasabah yang pada akhirnya nasabah akan mengikuti dengan kesetiaannya yang selalu akan diberikan. Hal ini ditunjukkan nasabah dengan pemakaian jasa dan melakukan pemakaian jasa ulang.

Terdapat beberapa kelemahan KSP Setia Kawan yaitu belum mempunyai kemampuan dalam memenuhi kebutuhan anggota, masih kurang ketatnya pengawasan di dalam pelaksanaan kerja, masih kurangnya aktivitas marketing, belum maksimal pengembangan dan pemanfaatan teknologi yang dimiliki, belum tersedianya sumber daya manusia yang berkualitas sehingga belum dapat mengarah pada keunggulan di dalam persaingan. Selain itu terdapat permasalahan internal KSP Setia Kawan yang dikhawatirkan dapat menghambat pertumbuhan usaha dan kinerja KSP Setia Kawan (Sumber: Laporan Pertanggung Jawaban Tahun 2014).

Untuk menarik nasabah, KSP Setia Kawan telah melakukan berbagai kegiatan promosi antara lain dengan menyebar brosur, membagikan souvenir

seperti gelas, tas, payung, jam dinding, serta kalender dimana pada semua *merchandise* yang dibagikan pada para nasabah memiliki informasi tentang koperasi Setia Kawan. Selain itu KSP Setia Kawan juga membagikan bingkisan pada hari raya pada seluruh nasabah koperasi Setia Kawan, memberikan potongan bunga pinjaman bagi peminjam yang memiliki catatan angsuran lancar. Selain itu KSP Setia Kawan juga akan menawarkan pinjaman baru atau memperbaharui pinjaman yang telah berjalan bagi nasabah yang memiliki catatan pinjaman yang baik saat nasabah tersebut masih memiliki pinjaman pada koperasi. Adapun pada kegiatan-kegiatan amal dan sosial KSP Setia Kawan memberikan bantuan antara lain untuk pembuatan jalan, pembangunan masjid, bantuan gempa bumi.

Untuk mempromosikan produknya, KSP Setia Kawan tidak menggunakan media cetak atau elektronik. Hal ini membuat KSP Setia Kawan hanya dikenal di kalangan sekitar tempat KSP Setia Kawan membangun kantornya, sementara untuk daerah yang jaraknya lebih jauh tidak mengetahui akan adanya KSP Setia Kawan ini.

Fakta-fakta tersebut merupakan suatu tantangan lebih bagi KSP Setia Kawan dalam peningkatan kualitas pelayanan. Maka, kualitas pelayanan yang ada belum maksimal dan akan berpengaruh dengan kembalinya anggota menggunakan jasa terus menerus.

Setiap anggota KSP Setia Kawan memiliki motivasi yang berbeda-beda. Motivasi bisa dari dalam diri anggota itu sendiri dan bisa dorongan dari luar. Motivasi yang positif, akan menimbulkan dorongan yang positif pula

terhadap anggota untuk meningkatkan loyalitasnya pada koperasi. Begitu pula sebaliknya, motivasi yang negatif akan menurunkan loyalitas anggota pada koperasi.

Dengan adanya motivasi yang tinggi, anggota akan ikut serta dalam memajukan koperasi dengan bersikap loyal terhadap koperasi serta menambah manfaat bagi dirinya sendiri. Pada KSP Setia Kawan motivasi dapat dilihat melalui perkembangan jumlah anggota seperti pada tabel 1.

Tabel 1. Data Anggota KSP Setia Kawan tahun 2013-2014

No.	Keanggotaan	2013	2014
1.	Anggota	462	455

Sumber: Laporan Pertanggung Jawaban tahun 2014

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa motivasi anggota KSP Setia Kawan masih rendah dikarenakan oleh banyaknya anggota yang keluar dari anggota koperasi.

Selain itu, semakin banyaknya anggota yang mendapatkan pembiayaan langsung dari bank dengan tingkat suku bunga rendah, adanya anggota yang kurang disiplin dalam menyelesaikan tanggung jawabnya dibuktikan dengan pertumbuhan pendapatan tahun 2014 yang kurang menggembirakan dengan tahun sebelumnya (Sumber: LPJ Tahun 2014),

Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota, diharapkan dengan jumlah anggota yang besar tetap bisa menjaga kestabilan loyalitas anggota. Loyalitas anggota tersebut bisa diwujudkan dengan meningkatkan kualitas anggota dan motivasi anggota itu sendiri. Oleh karena

itu, untuk mengetahui seberapa besar faktor-faktor tersebut mempengaruhi loyalitas anggota di KSP Setia Kawan, maka perlu dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Motivasi Anggota terhadap Loyalitas Anggota pada Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Setia Kawan”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas dapat diidentifikasi berbagai masalah di KSP Setia Kawan diantaranya:

1. Belum mempunyai kemampuan dalam memenuhi kebutuhan anggota
2. Masih kurang ketatnya pengawasan di dalam pelaksanaan kerja
3. Masih kurangnya aktivitas marketing
4. Belum maksimal pengembangan dan pemanfaatan teknologi yang dimiliki
5. Belum tersedianya sumber daya manusia yang berkualitas sehingga belum dapat mengarah pada keunggulan di dalam persaingan
6. Terdapat permasalahan internal KSP Setia Kawan yang dikhawatirkan dapat menghambat pertumbuhan usaha dan kinerja KSP Setia Kawan

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka perlu diadakan pembatasan masalah. Penelitian ini dibatasi pada Kualitas Pelayanan dan Motivasi Anggota terhadap Loyalitas Anggota pada Koperasi Setia Kawan. Dipilih kualitas pelayanan dan motivasi anggota karena diduga

keduanya mempengaruhi tingkat loyalitas anggota di Koperasi Simpan Pinjam Setia Kawan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota di KSP Setia Kawan?
2. Bagaimana pengaruh motivasi anggota terhadap loyalitas anggota di KSP Setia Kawan?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan motivasi anggota secara bersama-sama terhadap loyalitas anggota di KSP Setia Kawan?

E. Tujuan Penelitian

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

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota di KSP Setia Kawan.
2. Pengaruh motivasi anggota terhadap loyalitas anggota di KSP Setia Kawan.
3. Pengaruh kualitas pelayanan dan motivasi anggota secara bersama-sama terhadap loyalitas anggota di KSP Setia Kawan.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat:

1. Secara Teoritis

- a. Bagi penulis, dapat mengimplementasikan teori-teori yang diperoleh pada saat kuliah pada realita yang ada sehingga memperkaya materi pembelajaran.
- b. Dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan dalam bidang Pendidikan Ekonomi terutama dalam rangka memberikan solusi untuk meningkatkan loyalitas anggota koperasi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi KSP Setia Kawan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai saran yang bermanfaat dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada calon anggota maupun kepada anggota.

b. Bagi anggota KSP Setia Kawan

Sebagai saran dan masukan agar anggota dapat memanfaatkan pelayanan yang ada dan meningkatkan motivasi untuk berperan aktif di dalam maupun di luar koperasi demi kesejahteraan anggota dan masyarakat.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Lovelock (1988: 229), kualitas adalah tingkatan mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Sedangkan pelayanan (*service*) adalah suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Goetsch dan Davis dalam Fandy Tjiptono (2004: 51) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen. Ditegaskan bahwa kualitas bukan hanya menekankan pada aspek hasil akhir yaitu produk atau jasa, tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas proses, dan kualitas lingkungan.

Kualitas pelayanan adalah tingkatan mutu dari suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain menyangkut produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang mampu melebihi dan atau memenuhi harapan anggota. Kualitas

pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan.

Kualitas pelayanan dapat dilihat dari kepuasan pelanggan apakah sesuai dengan yang diharapkan atau tidak. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan keuntungan perusahaan karena pelanggan melalukan pemakaian ulang. Sebaliknya jika kualitas pelayanan rendah, maka perusahaan akan rugi karena pelanggan akan mencari pelayanan yang lebih baik.

b. Pelayanan Prima

Sutopo dan Adi Suryanto (2003: 10) mendefinisikan pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah “*Excellent Service*” yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik dan atau pelayanan yang terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik, karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan. Sejalan dengan pendapat tersebut, menurut Suyetty dan Gita Kurniawan (2005: 49) pelayanan prima adalah pelayanan optimal yang menhasilkan kepuasan pelanggan.

Tujuan pelayanan prima menurut Sutopo dan Adi Suryanto (2003: 14) adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan. Pelayanan prima dilaksanakan dari 2 sektor, yaitu:

1) Sektor publik

Pola sektor publik didasarkan pada pelayanan adalah pemberdayaan.

2) Sektor bisnis

Pada sektor bisnis atau swasta pelayanan bertujuan atau berorientasi pada *profite* atau keuntungan.

Selain itu, menurut Suyetty dan Gita Kurniawan (2005: 50), tujuan dari pelayanan prima adalah untuk menimbulkan kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan, dan untuk menjaga agar pelanggan merasa dipentingkan dan diperhatikan segala kebutuhannya. Menurut Komar (2008: 16) pelayanan prima bermanfaat meningkatkan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat sebagai pelanggan dan sebagai acuan untuk pengembangan penyusunan standar pelayanan.

Prinsip pelayanan prima menurut Komar (2008: 22) berdasarkan A3 adalah sebagai berikut:

1) *Attitude* (Sikap)

Adalah sikap atau kepribadian seseorang yang berkaitan dengan sifat yang dimiliki orang tersebut.

2) *Attention* (Perhatian)

Adalah memberikan perhatian yang tulus kepada pelanggan atau *costumer*.

3) *Action* (Tindakan)

Adalah bertindak dalam memenuhi keinginan pelanggan atau anggota.

Pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang memenuhi standar kualitas pelayanan. menurut Komar (2008: 28) cara melayani pelanggan adalah sebagai berikut:

- 1) Berpenampilan yang rapi dan serasi
- 2) Melayani dengan tepat waktu dan tidak mengabaikan
- 3) Memiliki pengetahuan yang luas
- 4) Bersikap ramah dan sopan
- 5) Kejujuran dan kepercayaan

Pelayanan prima biasanya berhubungan dengan bisnis jasa pelayanan yang dilakukan dalam upaya memberikan rasa puas dan menumbuhkan kepercayaan terhadap pelanggan sehingga pelanggan merasa diperhatikan dengan baik dan benar. Pelayanan prima harus ditunjang oleh kualitas sumber daya manusia yang handal.

Jadi dalam pelayanan prima terdapat dua unsur yang saling berkaitan yaitu pelayanan dan kualitas. Kedua unsur tersebut perlu diperhatikan oleh anggota.

c. Dimensi Kualitas Pelayanan

Hasil penelitian Parasuman dkk. dalam Fandi Tjiptono (2004: 70) terhadap beberapa jenis jasa berhasil mengidentifikasi lima dimensi kualitas pelayanan yang dapat digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi pelayanan. Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut adalah:

- 1) Bukti fisik (*Tangible*)

Menurut Rambat Lupiyoadi (2001: 146) bukti fisik meliputi: “fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang

digunakan (teknologi) serta penampilan pegawai perusahaan”.

Fasilitas fisik yang baik dan lengkap akan menyebabkan pelanggan memiliki persepsi yang baik terhadap kualitas pelayanan. Anggota juga akan mempersepsikan positif apabila koperasi memiliki perlengkapan dan peralatan yang memadai.

2) Keandalan (*Reliability*)

Philip Kotler (2002: 499) menyatakan bahwa: “keandalan merupakan kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat”. Zulian Yamit (2005: 11) selanjutnya menyatakan bahwa *reliability* adalah: “kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan dan sesuai dengan yang dijanjikan”.

Dimensi keandalan tersebut mencakup kesesuaian pelayanan, kepedulian koperasi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh anggota. Dimensi ini juga akan memperlihatkan apakah pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan standar-standar umum. Keandalan penyampaian pelayanan sejak awal, ketetapan waktu pelayanan dan keakuratan dalam menggunakan administrasi catatan atau dokumen.

3) Daya Tanggap (*responsiveness*)

Daya tanggap adalah dimensi kualitas pelayanan yang penting, dimana harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan dapat dipastikan akan berubah dengan kecenderungan

naik dari waktu ke waktu. Philip Kotler (2002: 499) menyatakan: “daya tanggap merupakan kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat”. Dalam dimensi ini, anggota mengharapkan pelayanan yang sangat cepat dalam menanggapi keluhan-keluhan atau masalah-masalah yang dihadapi atau diutarakan.

4) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan adalah sesuatu yang diberikan oleh perusahaan berupa kemampuan sumber daya dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Menurut Philip Kotler (2002: 500), menyatakan bahwa: “kepastian merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan”. Dimensi ini mencakup kesabaran pegawai, kemampuan sumber daya manusia (SDM), rasa aman selama berhubungan dengan pegawai, dan dukungan pemimpin perusahaan kepada pegawai.

5) Empati (*Empathy*)

Philip Kotler (2002: 500) menyatakan bahwa: “empati merupakan kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan”. Dimensi ini dipersepsikan kurang penting dibandingkan dengan dimensi *reliability* dan *responsiveness* oleh pelanggan. Dimensi empati tersebut

mencakup perhatian perusahaan terhadap pelanggan, perhatian pegawai atau karyawan terhadap pelanggan, perhatian perusahaan terhadap kepentingan pelanggan dan kesesuaian jam kerja perusahaan dengan kesibukan pelanggan.

Sunarto (2003: 244) mengidentifikasi tujuh dimensi dasar dari kualitas yaitu:

- 1) Kinerja yaitu tingkat absolut kinerja barang atau jasa pada atribut kunci yang diidentifikasi para pelanggan.
- 2) Interaksi pegawai yaitu seperti keramahan, sikap hormat, dan empati ditunjukkan oleh masyarakat yang memberikan jasa atau barang.
- 3) Keandalan yaitu konsistensi kinerja barang atau jasa.
- 4) Daya tahan yaitu rentan kehidupan produk dan kekuatan umum.
- 5) Ketepatan waktu dan kenyamanan yaitu seberapa cepat produk diserahkan atau diperbaiki, seberapa cepat produk informasi atau jasa diberikan.
- 6) Estetika yaitu lebih pada penampilan fisik barang dan daya tarik penyajian jasa.
- 7) Kesadaran akan merek yaitu dampak positif atau negatif tambahan atas kualitas yang tampak.

d. Manfaat Kualitas Pelayanan Yang Unggul

Kualitas pelayanan yang unggul akan meningkatkan kepuasan yang akan meningkatkan pula loyalitas anggota, kemudian akan

memberikan manfaat ke semua pihak. Kotler (2003) menyebutkan bahwa untuk memenangkan persaingan global, maka penyedia jasa harus mengerjakan tiga tugas utama yaitu:

- 1) Meningkatkan diferensiasi persaingan
- 2) Meningkatkan kualitas pelayanan
- 3) Meningkatkan produktivitas

Ketiga tugas tersebut difokuskan pada kualitas layanan.

Beberapa manfaat dari kualitas layanan antara lain:

- 1) Kualitas layanan memberikan keuntungan potensi terutama dalam meraih penjualan profit yang besar (Kotler, 2003) caranya yaitu dengan memberikan kualitas layanan yang unggul, maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang.
- 2) Kualitas layanan membantu penyedia jasa dalam membuat pelanggan tetap bertahan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, maka akan tercipta kesetiaan pelanggan terhadap produk yang sudah ada, bahkan untuk produk-produk baru yang diluncurkan penyedia jasa tersebut.

Pendapat tersebut menjelaskan bahwa semakin baik kualitas pelayanan suatu perusahaan atau koperasi akan berpengaruh besar kepada kepuasan pelanggan yang akan meningkatkan pula loyalitas pelanggan atau anggota.

e. **Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan**

Kualitas layanan merupakan unsur kepuasan yang penting bagi perusahaan, maka diperlukan strategi yang tepat untuk meningkatkan

kualitas pelayanan. Menurut Fandi Tjiptono (2004: 88), beberapa faktor yang perlu mendapatkan perhatian:

- 1) Mengolah harapan pelanggan, promosi yang berlebihan terhadap pelanggan dapat menjadi ancaman perusahaan itu sendiri bila tidak dapat memenuhi janji sesuai dengan apa yang sedang dipromosikan.
- 2) Mengolah bukti kualitas jasa bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama atau sesudah diberikan.

f. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Fandi Tjiptono (2004: 85) ada berbagai faktor yang menyebabkan kualitas pelayanan menjadi buruk, yaitu:

- 1) Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan.
- 2) Intensitas tenaga kerja yang tinggi.
- 3) Dukungan terhadap pelanggan internal (pelanggan perantara) kurang memadai.
- 4) Kesenjangan-kesenjangan komunikasi.
- 5) Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama.
- 6) Visi bisnis jangka pendek.

Menurut Kasmir (2006: 3) yaitu:

“Faktor utama yang mempengaruhi pelayanan adalah sumber daya manusia. Artinya peranan manusia yang melayani masyarakat merupakan faktor utama karena hanya dengan manusialah pelanggan dapat berkomunikasi secara langsung dan terbuka”.

Pendapat Moenir (2014: 88) faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan pelayanan yaitu:

- 1) Faktor kesadaran, menunjukkan keadaan jiwa seseorang yaitu merupakan titik temu dari berbagai pertimbangan sehingga diperoleh keyakinan, ketenangan, ketetapan hati dari keseimbangan jiwa yang bersangkutan.
- 2) Faktor aturan, merupakan peraturan yang penting dalam segala tindakan dan perbuatan orang.
- 3) Faktor organisasi, dimaksudkan lebih banyak pada pengaturan dan mekanisme yang harus mampu menghasilkan pelayanan yang memadai.
- 4) Faktor pendapatan, penerimaan seseorang sebagai imbalan atas tenaga dan pikiran yang telah dicurahkan untuk organisasi, baik dalam bentuk uang maupun fisik dalam jangka waktu tertentu.
- 5) Faktor keterampilan dan kemampuan. Kemampuan berarti dapat melaksanakan pekerjaan sehingga menghasilkan barang atau jasa, sedangkan keterampilan adalah kemampuan melaksanakan pekerjaan dengan menggunakan anggota badan dan peralatan yang tersedia.
- 6) Faktor sarana pelayanan, segala jenis perlengkapan dan fasilitas lain yang berfungsi sebagai alat utama dalam pelaksanaan pekerjaan.

Kualitas pelayanan terbagi menjadi dua bagian yaitu kualitas pelayanan internal dan eksternal. Menurut Atep Adya Barata (2003: 37) masing-masing bagian tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yang cukup penting, yaitu:

- 1) Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan internal, yaitu pola manajemen umum organisasi, penyedia fasilitas pendukung, pengembangan sumberdaya manusia.
- 2) Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan eksternal, yaitu pola layanan dan tata cara penyediaan layanan, pola layanan distribusi jasa, pola layanan penjualan jasa, dan pola layanan dalam penyampaian jasa.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan kualitas pelayanan banyak faktor yang mempengaruhi antara lain sumber daya, organisasi, kemampuan dan keterampilan, sarana pelayanan. Selain itu faktor internal dan eksternal juga menjadi penting dan berpengaruh dalam mewujudkan pelayanan yang berkualitas.

g. Indikator Pengukuran Kualitas Pelayanan

Indikator yang sesuai untuk menentukan kualitas pelayanan adalah indikator berdasarkan dimensi kualitas pelayanan yang dapat digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi pelayanan.

Dimensi kualitas pelayanan seperti yang dijelaskan sebelumnya, sehingga dapat disimpulkan indikator yang dianggap sesuai dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bukti fisik (*Tangible*)
- 2) Keandalan (*Reliability*)
- 3) Daya Tanggap (*Responsiveness*)
- 4) Jaminan (*Assurance*)
- 5) Empati (*Empathy*)

2. Motivasi Anggota

a. Pengertian Motivasi

Pada dasarnya semua kegiatan manusia dapat terlaksana karena adanya dorongan atau latar belakang dalam melakukan kegiatan tersebut. Menurut Hamzah B. Uno (2012: 13) motivasi adalah dorongan internal dan eksternal dalam diri seseorang untuk mengadakan perubahan tingkah laku yang mempunyai indikator sebagai berikut:

- 1) Adanya hasrat dan keinginan melakukan kegiatan.
- 2) Adanya dorongan dan kebutuhan melakukan kegiatan.
- 3) Adanya harapan dan cita-cita.
- 4) Penghargaan dan penghormatan atas diri.
- 5) Adanya lingkungan yang baik.
- 6) Adanya kegiatan yang menarik.

Motivasi menurut Djaali (2008: 101) adalah kondisi fisiologis dan psikologis yang terdapat dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk melakukan aktivitas tertentu guna mencapai suatu tujuan (kebutuhan). Selain itu pendapat Bimo Walgito (2001:

141) bahwa motivasi merupakan suatu kekuatan yang terdapat dalam diri seorang individu yang menyebabkan individu tersebut bertindak.

Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1991: 666) motivasi diartikan sebagai berikut:

- 1) Dorongan yang timbul pada diri seseorang, sadar atau tidak sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu.
- 2) Usaha-usaha yang didapat menyebabkan seseorang atau kelompok orang tertentu tergerak untuk melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang dikehendakinya atau mendapatkan keputusan dengan perbuatannya.

Menurut Prabu Anwar (2012: 61) motivasi adalah kondisi atau energi yang menggerakan diri karyawan yang terarah atau tertuju untuk mencapai tujuan organisasi. Berdasarkan pendapat-pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan dorongan yang mengarahkan tingkah laku manusia atau individu untuk melakukan suatu kegiatan. Motivasi merupakan suatu proses di dalam individu. Proses ini membantu untuk mengarahkan tingkah laku individu tersebut.

b. Teori Motivasi

Terdapat beberapa teori motivasi, antara lain:

- 1) Teori motivasi kebutuhan Abraham Maslow

Teori ini mempunyai makna serta peranan kognisi berkaitan dengan perilaku seseorang.

Teori ini digambarkan dalam hierarki kebutuhan Maslow, sebagai berikut :



Gambar 1. Hierarki Kebutuhan Maslow (Hamzah B. Uno, 2011: 40)

Hierarki ini didasarkan pada anggapan bahwa pada waktu orang telah memuaskan satu tingkat kebutuhan tertentu, mereka ingin beralih ke tingkat yang lebih tinggi (Hamzah B. Uno, 2011: 40). Kebutuhan fisiologis merupakan perwujudan kebutuhan paling nyata karena menyangkut kebutuhan-kebutuhan pokok manusia seperti sandang, pangan, dan papan.

2) Teori ERG Aldefer

Teori ini hampir sama dengan teori Abraham Maslow. Perbedaannya hanya terletak pada pengelompokan menjadi tiga kelompok yaitu kebutuhan eksistensi atau keberadaan, kebutuhan berhubungan dengan orang lain, dan kebutuhan untuk

berkembang (*existence, relatednes, and growth – erg*), yaitu : 1. Kebutuhan akan keberadaan adalah semua kebutuhan yang berkaitan dengan keberadaan manusia yang dipertahankan dan berhubungan dengan kebutuhan fisiologis dan rasa aman pada hierarki Maslow; 2. Kebutuhan keterkaitan dengan hubungan kemitraan; 3. Kebutuhan untuk berkembang adalah yang berhubungan dengan perkembangan potensi perorangan dan dengan kebutuhan penghargaan dan aktualisasi diri yang dikemukakan Maslow (Hamzah B. Uno, 2011: 43).

3) Teori dua faktor Frederick Herzberg

Dalam teori ini, Herzberg mengembangkan teori motivasi dua faktor yang digambarkan sebagai faktor kesehatan dan motivator. Faktor kesehatan dianggap tidak dapat memuaskan dalam berbagai hal, misalnya gaji tidak cukup atau tidak terlalu tinggi, faktor-faktor itu menjadi sumber ketidakpuasan yang kuat. Sedangkan motivator, adalah faktor-faktor yang agaknya mendorong semangat guna mencapai kinerja yang lebih tinggi dan pekerjaan dengan mutu lebih baik. (Hamzah B. Uno, 2011: 44)

4) Teori kebutuhan belajar David C. McClelland

Dalam teori ini disebutkan bahwa “*a motive is the redintegration by a cue of a change in an affective situation*” yang artinya motif itu adalah implikasi dari hasil pertimbangan

yang telah dipelajari (*redintegration*) dengan ditandai suatu perubahan pada situasi afektif (Hamzah B. Uno, 2012: 12).

- 5) Teori Vroom yang dikembangkan oleh Porter dan Lawler Mengungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi sebagai berikut:
 - a) Anggapan orang yang bersangkutan anak nilai imbalan;
 - b) Sejauh mana orang mengharapkan hasil tertentu dan arah tindakan tertentu;
 - c) Jumlah upaya yang dikerahkan oleh orang yang bersangkutan;
 - d) Kemampuan, perangai, dan keahlian tertentu yang mempengaruhi cara seseorang melakukan pekerjaan dengan baik;
 - e) Bagaimana orang memandang perannya di dalam organisasi, dan apa yang mereka anggap sebagai perilaku yang layak;
 - f) Perasaan tentang imbalan adil untuk upaya yang dilakukan;
 - g) Kepuasan orang itu mengenai pekerjaan dan organisasi (Hamzah B. Uno, 2011: 48).

c. Motivasi Berkoperasi

Seseorang mau menjadi anggota koperasi karena mereka mengharapkan manfaat atau faedah yang di dapat dari suatu koperasi (Hendar Kusnadi, 2005: 36). Manfaat tersebut dapat diartikan sebagai nilai subjektif dari suatu alternatif yang terbuka bagi seseorang.

Menurut Sopiah (2008: 169) motivasi diawali dengan tinjauan terhadap beberapa karakteristik pokok motivasi. Karakteristik pokok tersebut adalah:

- 1) Usaha: merajuk kepada sikap dan usaha positif seseorang yang ditunjukkan dalam pekerjaannya.

- 2) Kemauan yang kuat: menjelaskan kepada usaha seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas pekerjaannya didasari pada kesadaran serta manfaat yang diperoleh dalam melaksanakan tugasnya.
- 3) Arah dan tujuan: mengacu pada kemauan/ dorongan yang kuat untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka motivasi anggota adalah dorongan yang mengarahkan tingkah laku manusia atau individu untuk melakukan kegiatan koperasi sebagai seorang anggota koperasi.

d. Jenis-jenis Motivasi

Dari sudut yang menimbulkannya, motivasi dibedakan menjadi dua macam, yaitu motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Motivasi intrinsik timbulnya tidak memerlukan rangsangan dari luar karena memang telah ada dalam diri individu itu sendiri, yaitu sesuai atau sejalan dengan kebutuhannya. Sedangkan motivasi ekstrinsik timbul karena adanya rangsangan dari luar individu, misalnya dalam bidang pendidikan terdapat minat yang positif terhadap kegiatan pendidikan karena melihat manfaatnya (Hamzah B. Uno, 2011: 4).

e. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi

Menurut Hendar (2010: 153) motivasi anggota merupakan faktor yang sangat penting diperhatikan oleh manajemen koperasi, karena keberhasilan motivasi dapat:

- 1) Meningkatkan moral dan kepuasan kerja anggota.
- 2) Meningkatkan produktivitas kerja anggota.
- 3) Mempertahankan kestabilan jumlah anggota.
- 4) Meningkatkan kedisiplinan anggota.
- 5) Menciptakan suasana hubungan yang baik antar anggota dan pihak manajemen koperasi.
- 6) Meningkatkan loyalitas, kreativitas, dan partisipasi anggota.
- 7) Meningkatkan kesejahteraan anggota.
- 8) Meningkatkan tanggung jawab anggota atas kewajibannya.

Semakin tinggi kebutuhan maka semakin tinggi motivasi untuk berkoperasi dan semakin tinggi pula partisipasi aktif anggota (Hendar dan Kusnadi, 2010: 33). Menurut Hudiyanto (2002: 54-56) terdapat tiga faktor yang mempengaruhi motivasi dalam berkoperasi, yaitu:

- 1) Koperasi sebagai dorongan moral

Dalam hal ini, dorongan berkoperasi berasal dari hati (moral) untuk bekerja sama antar sesama.

- 2) Koperasi sebagai politik ekonomi

Dilihat dari aspek ekonomi dengan berkoperasi maka diharapkan memberikan keuntungan ekonomis sebagai berikut:

- a) Agar bisa menikmati *economies of scale*
- b) Bisa menangkat keuntungan dari level lain
- c) Bisa memperbaiki pelayanan yang hilang
- d) Keuntungan yang didapat dari adanya koordinasi
- e) Bisa menekan resiko yang mungkin timbul dari operasional usaha (Hudiyanto, 2002: 55)

3) Koperasi sebagai kebijakan pemerintah

Dalam perkembangan usaha saat ini, perilaku ekonomi hanya dilandaskan pada sifat manusia yang *homo economicus*, yang serakah. Dalam hal ini usaha yang besar semakin melaju sedangkan usaha yang kecil akan semakin mengecil. Untuk itu, biasanya muncul inisiatif pemerintah untuk memaksa terjadinya kerjasama antara pelaku ekonomi. Pemerintah memaksa usaha besar untuk menjalin kerjasama dengan usaha kecil meskipun secara ekonomi merugikan. Di pihak lain pemerintah juga meyakinkan bahwa kerjasama oleh usaha kecil merupakan upaya yang sangat mungkin untuk meningkatkan posisi tawar (Hudiyanto, 2002: 55).

f. Indikator Pengukuran Motivasi Anggota

Dalam kasus motivasi anggota untuk loyalitas anggota di koperasi, indikator yang telah disebutkan sebelumnya memiliki peranan masing-masing. Sehingga indikator di atas dapat disesuaikan menjadi:

- 1) Kesadaran dalam berkoperasi
- 2) Manfaat berkoperasi
- 3) Sikap dan usaha positif terhadap koperasi
- 4) Keinginan/ dorongan untuk tujuan yang diharapkan dalam berkoperasi

3. Loyalitas Anggota

a. Pengertian Loyalitas Anggota

Menurut Oliver yang dikutip dalam (Gaffar, 2007: 70) loyalitas pelanggan adalah komitmen untuk bertahan secara mendalam untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyababkan perubahan perilaku.

Lebih lanjut Griffin (2005) ingin memperjelas konsep loyalitas sebagai berikut: "*loyality is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit*". Berdasarkan definisi tersebut dapat diketahui bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dan unit-unit pengambilan secara terus-menerus terhadap barang dan jasa suatu perusahaan yang dipilih.

Sedangkan menurut Rambat Lupiyoadi (2001: 15) loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai pelanggan atau seseorang yang secara terus-menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk/jasa tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, loyalitas anggota adalah suatu komitmen dari anggota koperasi untuk bertahan, melakukan kegiatan dalam koperasi secara berulang-ulang atau konsisten.

b. Karakteristik Pelanggan yang Loyal

Adapun karakteristik pelanggan yang loyal menurut Griffin (1995: 31) adalah: “1) Melakukan pembelian secara teratur; 2) Membeli di luar lini produk atau pelayanan; 3) Merekomendasikan pada orang lain, dan 4) Menunjukkan ketahanan dari daya tarik pesaing (tidak terpengaruh oleh daya tarik produk sejenis pesaing)”.

Bahkan menurut Hermawan Kartajaya (1997: 47) mengatakan bahwa: “orang (pelanggan) yang sudah setia (loyal) akan tetap membeli kendati lebih mahal, bisa mengajak orang lain untuk membeli *brand* tersebut, tidak bisa melihat *brand* lain, bahkan mau dimanfaatkan jika suatu saat terjadi *brand erosion*”.

Ciri-ciri loyalitas pelanggan menurut Hill dan Sugiyono (2010) yaitu:

- 1) Memiliki komitmen pada merek tersebut
- 2) Berani membayar lebih pada merek tersebut bila dibandingkan dengan merek lain
- 3) Merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain
- 4) Dalam melakukan pembelian kembali produk tersebut, tidak melakukan pertimbangan
- 5) Selain mengikuti informasi yang berkaitan dengan merek tersebut, juga selalu mengikuti perkembangannya
- 6) Dapat menjadi semacam juru bicara dari merek tersebut dan selalu mengembangkan hubungan dengan merek tersebut

Semua akan terwujud apabila pelanggan yang menggunakan produk atau jasa tertentu merasakan kepuasan oleh pelayanan tersebut. Pelanggan puas terhadap kualitas pelayanan yang baik akan senang melakukan pembelian atau menggunakan pelayanan secara berulang-ulang, lebih lanjut mereka akan merekomendasikan kepada orang lain mengenai keunggulan suatu produk atau layanan.

c. Jenis-jenis Loyalitas

Menurut Griffin (2002: 22-23) membagi loyalitas dalam empat jenis:

- 1) Tanpa loyalitas
Yaitu beberapa konsumen tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu karena beranggapan tidak ada perbedaan tempat penyedia barang atau jasa tertentu.
- 2) Loyalitas lemah
Yaitu keterikatan yang rendah digabung dengan pembelian berulang yang tinggi menghasilkan loyalitas yang lemah. Konsumen ini membeli karena kebiasaan.
- 3) Loyalitas tersembunyi
Yaitu tingkat *preferensi* yang relatif tinggi digabung dengan tingkat pembelian berulang yang rendah, menunjukkan loyalitas tersembunyi.
- 4) Loyalitas premium
Yaitu terjadi bila ada tingkat keterikatan yang tinggi dan tingkat pembelian berulang yang juga tinggi.

Sedangkan menurut Dick & Basu dalam Fandhy Tjiptono (2014: 399) dengan mengkombinasikan komponen sikap dan perilaku pembelian ulang, maka didapatkan 4 situasi kemungkinan loyalitas, yaitu:

- 1) No Loyalty

Bila sikap dan perilaku pembelian ulang pelanggan sama-sama lemah, maka loyalitas tidak terbentuk. Ada dua kemungkinan penyebabnya, yang pertama apabila suatu produk atau jasa tidak mampu mengkomunikasikan keunggulan

produknya. Dan yang kedua berkaitan dengan dinamika pasar, di mana merek-merek yang berkompetisi dipersepsi serupa atau sama.

2) Spurious Loyalty

Situasi ini bisa dikatakan dengan inertia, di mana konsumen sulit membedakan berbagai merek dalam kategori produk dengan tingkat keterlibatan rendah, sehingga pembelian ulang dilakukan atas dasar pertimbangan situasional. Misalnya karena *familiarity* atau tempat produk yang berdekatan dengan tempat tinggal.

3) Latent Loyalty

Situasi ini tercermin bila sikap yang kuat dibarengi dengan pola pembelian ulang yang lemah.

4) Loyalty

Situasi ini merupakan situasi ideal yang paling diharapkan para pemasar, di mana konsumen bersikap positif terhadap jasa atau penyedia jasa bersangkutan dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten.

d. Indikator Pengukuran Loyalitas Anggota

Dari uraian yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan menjadi indikator dalam loyalitas anggota sebagai berikut:

- 1) Mereferensikan kepada orang lain
- 2) Melakukan transaksi berulang-ulang
- 3) Menggunakan jasa yang ditawarkan
- 4) Kesetiaan menjadi anggota

B. Penelitian yang Relevan

1. Penelitian yang dilakukan oleh Widiyawati (2013) dalam skripsinya yang meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas

Pelanggan di Supermarket Papaya Darmo Surabaya". Hasil penelitian menunjukkan bahwa: faktor kualitas pelayanan yang meliputi faktor *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Supermarket Papaya Darmo Surabaya terbukti benar atau hipotesis tersebut diterima.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Triolita (2010) dalam skripsinya yang melakukan penelitian tentang " Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket Indomaret dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Retali di Indonesia". Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pengujian variabel kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel untuk taraf signifikan 5%. Berdasarkan pengujian tersebut maka hipotesis nol (H_0) ditolak sedangkan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dari hasil pengujian pengaruh variabel kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan menggunakan koefisien regresi didapatkan nilai r hitung $> r$ tabel untuk taraf signifikan 5%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan sangat kuat atau dapat dikatakan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Ascasaputra (2011) dalam skripsinya yang melakukan penelitian tentang "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen di Rumah Lesehan Tempe Penyet Bojonegoro (Jl. Candi Gebang Karangasem,

Condongcatur, Sleman). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen rumah Lesehan Tempe Penyet Bojonegoro. Hal ini dapat diketahui dari hasil analisis yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi hasil perhitungan sebesar 0,000 lebih kecil dari ketetapan nilai koefisien 0,06. Besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan dapat diketahui dengan melihat besarnya nilai (R^2) sebesar 41,5%. Hasil regresi X_3 (Kualitas Pelayanan) terhadap Y (Loyalitas Konsumen) diperoleh $Y = -1,415 + 0,643 X_3$. Hal ini berarti tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula loyalitas konsumen Rumah Lesehan Tempe Penyet Bojonegoro. Jika loyalitas meningkat maka konsumen akan melakukan pembelian berulang secara teratur sehingga akan mereferensikan kepada orang lain dan tidak akan membeli di rumah makan lain.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rifa'i (2014) dalam skripsinya dengan judul "Pengaruh Religiusitas dan Motivasi Kerja Terhadap Loyalitas Kerja Karyawan BMT Harapan Umat Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung". Hasil penelitian telah membuktikan terdapat pengaruh antara motivasi kerja terhadap loyalitas kerja karyawan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 5,115 dengan taraf dignifikan 0,000. Taraf signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak Ho dan menerima Ha. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa motivasi kerja berpengaruh positif terhadap

loyalitas kerja karyawan. Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel motivasi kerja terhadap loyalitas kerja karyawan di BMT Harapan Umat Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir penelitian ini menjelaskan secara teoritis pengaruh antar variabel kualitas pelayanan dan motivasi anggota terhadap loyalitas anggota secara bersama-sama maupun sendiri-sendiri dan kemudian akan merumuskan hipotesis penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan motivasi anggota terhadap loyalitas anggota pada KSP Setia Kawan.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota

Peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan kepada anggota akan meningkatkan pula kesetiaan anggota yang diwujudkan dalam loyalitasnya kepada koperasi. Anggota yang mendapatkan kualitas pelayanan seperti pelayanan dalam bentuk fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang baik akan merekomendasikan kepada orang lain. Oleh karena itu kualitas pelayanan mempunyai hubungan positif dengan loyalitas anggota. Jika kualitas pelayanan baik, maka loyalitas anggota akan tercapai. Dari pernyataan tersebut berarti bahwa loyalitas anggota sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan.

2. Pengaruh Motivasi Anggota terhadap Loyalitas Anggota

Motivasi memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas anggotan dan sebaliknya. Motivasi merupakan dorongan yang akan memberikan alasan

kenapa anggota memutuskan aktif atau tidak dalam koperasi. Dorongan atau motivasi bisa berasal dari dalam diri maupun dari luar. Motivasi dari dalam diri misalnya, anggota ingin benar-benar berperan aktif dalam kegiatan koperasi sebagai pilihannya. Anggota yang memiliki motivasi untuk berperan aktif dalam koperasi, akan meningkatkan partisipasinya yang akan meningkatkan pula loyalitas dirinya di dalam koperasi.

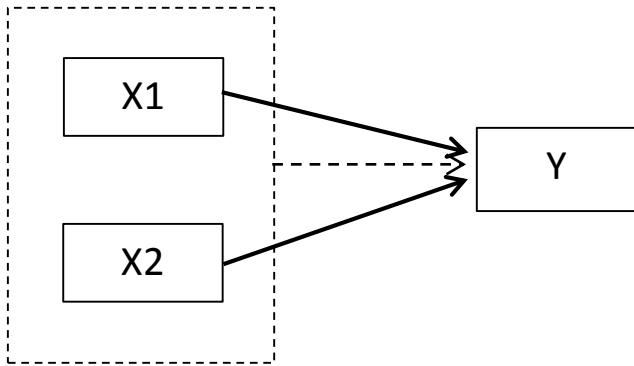
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Motivasi Anggota secara bersama-sama terhadap Loyalitas Anggota

Dari uraian di atas, menjelaskan bahwa kualitas layanan memiliki hubungan positif terhadap loyalitas anggota. Selain itu, motivasi anggota juga memiliki hubungan positif terhadap loyalitas anggota. Kedua faktor tersebut memiliki hubungan yang positif terhadap loyalitas anggota. Maka kualitas pelayanan dan motivasi anggota secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas anggota.

D. Paradigma Penelitian

Pada penelitian ini terdapat dua variabel independen (bebas) dan satu variabel dependen (terikat). Kualitas pelayanan sebagai variabel independen pertama (X1), motivasi anggota sebagai variabel independen kedua (X2), dan loyalitas anggota sebagai variabel dependen (Y).

Hubungan variabel independen dan variabel dependen tersebut dapat dilihat melalui paradigma berikut:



Gambar 2. Paradigma Penelitian

Keterangan:

X1 : variabel kualitas pelayanan

X2 : variabel motivasi anggota

Y : variabel loyalitas anggota

→ : pengaruh secara parsial

- - - → : pengaruh secara simultan atau bersama-sama

E. Hipotesis

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

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota KSP Setia Kawan.

2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan motivasi anggota terhadap loyalitas anggota KSP Setia Kawan.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dari kualitas pelayanan dan motivasi anggota terhadap loyalitas anggota KSP Setia Kawan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini bersifat *ex-post facto*, Sugiyono (2007: 7) menyatakan: “Penelitian *ex-post facto* adalah penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi dan kemudian meruntut ke belakang melalui data tersebut untuk menemukan faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut”. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif kausal. Menurut Sugiyono (2007: 9) penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang mencari hubungan (pengaruh) sebab akibat, yaitu pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2010: 14). Penelitian ini pada dasarnya ingin melihat pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap Y.

B. Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan di Koperasi Simpan Pinjam Setia Kawan yang beralamatkan di Jl. Prambanan Piyungan Km. 1, Sleman, Yogyakarta. Waktu penelitian dilaksanakan bulan Januari 2016 hingga penelitian selesai.

C. Variabel Penelitian

1. Jenis Variabel

Penelitian ini memiliki 2 jenis variabel yaitu, variabel independen (bebas) yang meliputi kualitas pelayanan (X1) dan motivasi anggota (X2), dan variabel dependen (terikat) yaitu loyalitas anggota (Y). Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan pada variabel dependen. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya variabel dependen (Sugiyono,2013: 61).

2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkatan mutu dari suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain menyangkut produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang mampu melebihi dan atau memenuhi harapan anggota. Dalam penelitian ini, pihak yang dimaksud adalah koperasi dengan anggotanya.

Indikator kualitas pelayanan dalam penelitian ini:

1) Bukti fisik (*tangible*)

Bukti fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan peralatan (teknologi) yang digunakan serta penampilan pegawai perusahaan.

2) Keandalan (*reliability*)

Keandalan meliputi kesesuaian pelayanan, kepedulian koperasi terhadap permasalahan yang dihadapi anggota, kesesuaian dengan standar-standar umum, ketetapan waktu pelayanan, dan keakuratan dalam menggunakan administrasi catatan atau dokumentasi.

3) Daya tanggap (*responsiveness*)

Dimensi ini diharapkan oleh anggota dalam pelayanan yang cepat apabila terdapat keluhan-keluhan atau masalah-masalah yang dihadapi atau diutarakan oleh anggota.

4) Jaminan (*assurance*)

Jaminan adalah sesuatu yang diberikan oleh perusahaan berupa kemampuan sumber daya dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan meliputi antara lain kesabaran pegawai, kemampuan sumber daya manusia, rasa aman selama berhubungan dengan pegawai, dan dukungan pemimpin kepada anggota.

5) Empati (*empathy*)

Empati meliputi perhatian perusahaan terhadap pelanggan, perhatian pegawai atau karyawan terhadap pelanggan, perhatian perusahaan terhadap kepentingan pelanggan dan kesesuaian jam kerja perusahaan dengan kesibukan pelanggan.

b. Motivasi Anggota

Motivasi anggota adalah daya penggerak, pendorong, kekuatan atau potensi yang ada dalam diri anggota yang menyebabkan ia mempunyai kecenderungan untuk bekerjasama dalam koperasi yang didasarkan pada kebutuhan serta untuk mencapai tujuan tertentu.

Indikator motivasi anggota antara lain:

- 1) Kesadaran dalam berkoperasi
- 2) Manfaat berkoperasi
- 3) Sikap dan usaha positif terhadap koperasi
- 4) Keinginan/ dorongan untuk tujuan yang diharapkan dalam berkoperasi

c. Loyalitas Anggota

Loyalitas anggota yaitu suatu perilaku anggota dengan komitmen yang penuh dimana anggota menggunakan jasa koperasi secara berulang-ulang sampai merasa puas terhadap koperasi tersebut, sehingga anggota akan mengajak orang lain untuk mengikutinya.

Berikut indikator loyalitas anggota:

- 5) Mereferensikan kepada orang lain
- 6) Melakukan transaksi berulang-ulang
- 7) Menggunakan jasa yang ditawarkan
- 8) Kesetiaan menjadi anggota

D. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota penuh Koperasi Simpan Pinjam Setia Kawan dengan jumlah 455 anggota. Dikarenakan banyaknya jumlah populasi, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi yang ada. Dalam penentuan sampel, bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semuanya yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2013: 118).

Penentuan ukuran sampel menggunakan pendapat dari Taro Yamane atau Slovin, yaitu dengan rumus:

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

Keterangan:

n : Jumlah sampel
 N : Jumlah populasi = 455 anggota
 d : Presisi (ditetapkan 10%)
 (Riduwan, 2007: 210)

Berdasarkan rumus di atas, perhitungan besarnya sampel dari populasi sebesar 455 anggota adalah:

$$n = \frac{455}{455 \times 0,10^2 + 1}$$

$$n = \frac{455}{5,55}$$

$$n = 81,981982$$

dihasilkan sampel sebanyak 81,981982 kemudian dibulatkan menjadi 82.

Selanjutnya teknik sampling yang akan digunakan adalah *accidental*

sampling/ sampel kebetulan. Menurut Sugiyono (2013: 120), *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, apabila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner atau Angket

Menurut Sugiyono (2013: 199), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner pada penelitian ini terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengumpulkan data tentang kualitas pelayanan, motivasi anggota dan loyalitas anggota KSP Setia Kawan. Dalam penelitian ini, kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner yang berisi butir-butir pernyataan dan pertanyaan yang akan diberikan tanggapan atau jawaban oleh objek peneliti. Menurut Sugiyono (2013: 148), “instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”.

Penetapan skor instrumen angket atau kuesioner adalah menggunakan skala likert dengan skor jawaban sebagai berikut:

Tabel 2. Skor Alternatif Jawaban

Alternatif Jawaban	Skor Untuk Pernyataan	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

Untuk kisi-kisi angket mengenai masing-masing variabel bebas yang digunakan, akan dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Kisi-kisi Kuesioner

No.	Variabel	Indikator	No. Butir	Jumlah
1.	Kualitas Pelayanan	a. Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	1, 2*, 3, 4	16
		b. Keandalan (<i>Reliability</i>)	5, 6*, 7	
		c. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	8, 9, 10*	
		d. Jaminan (<i>Assurance</i>)	11*, 12, 13	
		e. Empati (<i>Empathy</i>)	14, 15, 16*	
2.	Motivasi Anggota	a. Kesadaran dalam berkoperasi	1, 2, 3*	14
		b. Manfaat berkoperasi	4*, 5, 6, 7	
		c. Sikap dan usaha positif terhadap koperasi	8*, 9*, 10	
		d. Keinginan/dorongan untuk tujuan yang diharapkan dalam berkoperasi	11*, 12, 13*, 14	

3.	Loyalitas Anggota	1. Mereferensikan kepada orang lain	1*, 2, 3	14
		2. Melakukan transaksi berulang-ulang	4, 5*, 6	
		3. Menggunakan jasa yang ditawarkan	7*, 8, 9, 10*	
		4. Kesetiaan menjadi anggota	11, 12, 13*, 14	

*): Butir pernyataan negatif

G. Uji Coba Instrumen

Uji coba instrumen ini dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen. Uji coba dilakukan pada anggota KSP Setia Kawan dengan jumlah sebanyak 30 anggota diambil dari anggota yang bukan merupakan anggota sampel. Uji coba instrumen menggunakan:

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas ini digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrumen melakukan fungsinya. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Karl Pearson dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} : koefisien korelasi X dan Y

N : banyaknya subjek

$\sum XY$: skor hasil perkalian X dan Y

$\sum X$: jumlah X

$\sum X^2$: jumlah kuadrat X

$\sum Y$: jumlah Y

$\sum Y^2$: jumlah kuadrat Y (Sugiyono, 2007: 255)

Sugiyono (2010: 152) menyatakan bahwa, “syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah jika $r \geq 0,3$. Jadi, jika korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid”.

Untuk menghindari *over estimate* atau kelebihan bobot karena masuknya skor item ke dalam skor total maka perlu dikoreksi dengan menggunakan teknik korelasi *Part Whole* (Sutrisno Hadi, 2001):

$$r_{bt} = \frac{(r_{xy})(SB_y) - (SB_x)}{\sqrt{\{(SB_x^2) + (SB_y^2) - 2(r_{xy})(SB_y)(SB_x)\}}}$$

Keterangan:

- r_{bt} : Koefisien korelasi bagian total
- r_{xy} : Koefisien korelasi momen tangkar yang baru dikerjakan
- SB_x : Simpangan baku skor butir
- SB_y : Simpangan baku skor faktor

Hasil uji validasi instrumen yang dilakukan kepada 30 responden, setelah dilakukan perhitungan menggunakan SPSS 20, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

a. Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Butir Pernyataan	Pearson Correlation	Keterangan
1	0,564	Valid
2	0,562	Valid
3	0,424	Valid
4	0,726	Valid
5	0,614	Valid
6	0,447	Valid
7	0,253	Tidak Valid
8	0,462	Valid
9	0,577	Valid

10	0,647	Valid
11	0,632	Valid
12	-0,169	Tidak Valid
13	0,451	Valid
14	0,421	Valid
15	0,575	Valid
16	0,155	Tidak Valid

Sumber: Data Primer yang diolah

Pada tabel 4 di atas diketahui bahwa terdapat tiga butir pernyataan yang tidak valid yaitu butir nomor 7, 12, dan 16. Selain ketiga butir tersebut dinyatakan valid karena $r \geq 0,3$.

b. Variabel Motivasi Anggota

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi Anggota

Butir Pernyataan	Pearson Correlation	Keterangan
1	0,686	Valid
2	0,699	Valid
3	0,797	Valid
4	0,571	Valid
5	0,662	Valid
6	0,827	Valid
7	0,737	Valid
8	0,495	Valid
9	0,362	Valid
10	0,569	Valid
11	0,781	Valid
12	0,735	Valid
13	0,325	Valid
14	0,164	Tidak Valid

Sumber: Data Primer yang diolah

Pada tabel 5 di atas diketahui bahwa terdapat satu butir pernyataan yang tidak valid yaitu butir nomor 14 dimana nilai *pearson correlation* lebih kecil dari 0,3. Butir pernyataan lain dikatakan valid karena $r \geq 0,3$, sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

c. Variabel Loyalitas Anggota

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Anggota

Butir Pernyataan	Pearson Correlation	Keterangan
1	0,807	Valid
2	0,718	Valid
3	0,669	Valid
4	0,553	Valid
5	0,874	Valid
6	0,807	Valid
7	0,869	Valid
8	0,771	Valid
9	0,515	Valid
10	0,779	Valid
11	0,574	Valid
12	0,549	Valid
13	0,571	Valid
14	0,542	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah

Pada tabel 6 di atas diketahui bahwa semua pernyataan valid dengan nilai *pearson correlation* atau nilai $r \geq 0,3$. Semua pernyataan yang valid dapat digunakan dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Suatu data dikatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti yang sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda (Sugiyono, 2013: 364). Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien *Alpha Cronbach* dengan taraf signifikansi 5% dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Keterangan:

- r_{11} : reliabilitas instrumen
- k : jumlah butir pertanyaan
- σ_b^2 : jumlah varian butir
- σ_1^2 : jumlah varian total (Suharsimi, 2010: 239).

Rumus ini digunakan karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Selain itu, rumus ini merupakan teknik pengujian keandalan yang sering digunakan. Jika koefisien alpha lebih besar dari r tabel dengan taraf signifikansi 5%, maka kuesioner tersebut dinyatakan reliabel. Dan sebaliknya, jika koefisien alpha lebih kecil dari r tabel dengan taraf signifikansi 5% maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Untuk mengetahui tingkat tinggi rendahnya r_{11} maka digunakan pedoman menurut Suharsimi Arikunto (2010: 75):

- 6) Antara 0,800 sampai 1,000 = Sangat Tinggi
- 7) Antara 0,600 sampai 0,799 = Tinggi
- 8) Antara 0,400 sampai 0,599 = Cukup
- 9) Antara 0,200 sampai 0,399 = Rendah
- 10) Antara 0,000 sampai 0,199 = Sangat Rendah

Instrumen dikatakan reliabel jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dan sebaliknya jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ instrumen dikatakan tidak reliabel atau nilai r_{hitung} dikonsultasikan dengan tabel interpretasi r dengan ketentuan dikatakan reliabel jika $r_{hitung} \geq 0,6000$ (Suharsimi Arikunto, 2010: 75).

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Item Valid	Nilai Alpha Cronbach's	Keterangan
Kualitas Pelayanan	13	0,840	Sangat Tinggi
Motivasi Anggota	13	0,894	Sangat Tinggi
Loyalitas Anggota	14	0,934	Sangat Tinggi

Sumber: Data Primer yang diolah

H. Teknik Pengumpulan Data

1. Deskripsi Data

Analisis deskripsi dalam penelitian ini meliputi perhitungan *mean* atau rerata (M), *median* (Me), dan *modus* (Mo). Menurut Sugiyono (2010: 49) *Mean* merupakan teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai rata-rata kelompok tersebut. *Median* adalah salah satu teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai tengah dari kelompok data yang telah disusun urutannya dari yang terkecil sampai yang terbesar, atau sebaliknya (Sugiyono, 2010: 47). *Modus* merupakan teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai yang sedang popular (yang sedang mode) atau sering muncul (Sugiyono, 2010: 47). Selain itu juga digambarkan dengan tabel distribusi frekuensi dan histogram.

Tabel distribusi frekuensi diperoleh dengan langkah sebagai berikut:

- Menentukan kelas interval dengan rumus:

$$K = 1 + 3,3 \log n$$

Keterangan:

- K : jumlah kelas interval
- n : jumlah data
- Log : logaritma

- b. Menghitung rentang data dengan rumus:

Rentang = Skor tinggi – Skor rendah

- c. Menentukan panjang kelas dengan rumus:

$$\text{Panjang kelas} = \frac{\text{Rentang}}{\text{jumlah kelas}}$$

Histogram dibuat berdasarkan data frekuensi yang telah ditampilkan dalam distribusi frekuensi.

- d. Tabel Kecenderungan Variabel

Tabel kecenderungan variabel ini dilakukan untuk mengkategorikan skor yang telah diperoleh dari masing-masing variabel dengan menggunakan mean dan standar deviasi. Penentuan kebutuhan variabel berdasarkan pengelompokan atas ranking, dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Kelompok Sangat Baik/ Sangat Tinggi

Semua responden yang mempunyai skor sebanyak skor rata-rata plus atau setengah standar deviasi ke atas ($> Mi + 1,5 SDi$).

- 2) Kelompok Baik/ Tinggi

Semua responden yang mempunyai skor antara skor rata-rata plus setengah standar deviasi dan skor rata-rata plus satu setengah standar deviasi (antara $Mi + 0,5 SDi$ sampai $Mi + 1,5 SDi$).

3) Kelompok Cukup/ Sedang

Semua responden yang mempunyai skor antara skor rata-rata minus setengah standar deviasi dan skor rata-rata plus setengah standar deviasi (antara $M_i - 0,5SD_i$ sampai $M_i + 0,5SD_i$).

4) Kelompok Kurang/ Rendah

Semua responden yang mempunyai skor antara skor rata-rata minus satu setengah standar deviasi dan skor rata-rata minus setengah standar deviasi (antara $M_i - 1,5SD_i$ sampai $M_i - 0,5SD_i$).

5) Kelompok Sangat Kurang/ Sangat Rendah

Semua responden yang mempunyai skor rata-rata minus satu setengah standar deviasi ke bawah ($M_i - 1,5SD_i$) (Saifuddin Azwar, 2013).

e. *Pie Chart* Kecenderungan Variabel

Pie Chart ini dibuat berdasarkan data kecenderungan masing-masing variabel yang telah disajikan dalam tabel kecenderungan masing-masing variabel penelitian (Sugiyono, 2015: 43).

2. Pengujian Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui data yang diperoleh dari setiap variabel berdistribusi normal atau tidak. Jika data tidak berdistribusi normal, maka analisis yang digunakan bukan statistik parametrik (Ali Muhson, 2005: 57). Statistik parametrik adalah

statistik yang mempertimbangkan jenis sebaran atau distribusi data, yaitu apakah data menyebar secara normal atau tidak (Sugiyono, 2010).

Uji normalitas yang akan digunakan adalah dengan uji *Kolmogrov Smirnov*. Untuk mengetahui normalitas variabel dengan melihat Asymp Sig., jika nilai Asymp Sig $\geq 0,05$ maka berdistribusi normal, jika nilai Asymp Sig $< 0,05$ maka berdistribusi tidak normal (Ali Muhsin, 2005: 58).

b. Uji Linieritas

Uji linieritas merupakan analisis statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linier atau tidak (Ali Muhsin, 2005: 59).

Rumus:

$$F_{reg} = \frac{RK_{reg}}{RK_{res}}$$

Keterangan:

F_{reg} : harga bilangan F untuk garis regresi
 RK_{reg} : rerata kuadrat garis regresi
 RK_{res} : rerata kuadrat residu
 (Sutrisno Hadi, 2004: 13)

Selanjutnya Fhitung dikonsultasikan dengan Ftabel pada taraf signifikan 5%. Apabila Fhitung lebih besar atau sama dengan Ftabel maka terdapat hubungan linier antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika Fhitung lebih kecil Ftabel maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat tidak linier.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikoliniearitas bertujuan untuk melihat ada tidaknya hubungan yang sangat kuat atau sempurna antar variabel bebas. Pengujian multikoliniearitas akan diuji dengan menggunakan uji VIF (*Variance Inflationn Factor*) dengan bantuan program SPSS. Kriterianya adalah jika nilai VIF kurang dari 4 maka tidak terjadi multikoliniearitas, sedangkan jika nilai VIF lebih dari 4 maka akan terjadi multikoliniearitas (Ali Muhsin, 2015: 39).

d. Uji Homosedastisitas

Uji Homosedastisitas digunakan untuk mengetahui homogenitas varians eror untuk setiap kali nilai variabel bebasnya. Pengujian homosedastisitas akan diuji dengan menggunakan uji glesjer. Dikatakan memenuhi syarat ini ketika nilai signifikansi yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} \geq 0,05$) (Ali Muhsin, 2005: 61-64).

3. Uji Hipotesis

Analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah regresi ganda. Analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis ke-1, ke-2, dan ke-3, yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan motivasi anggota secara parsial dan secara simultan atau bersama-sama terhadap loyalitas anggota KSP Setia Kawan.

Berikut langkah-langkah analisis regresi ganda:

- Persamaan garis regresi ganda 2 prediktor

Rumus:

$$Y = a_1X_1 + a_2X_2 + k$$

Keterangan:

Y : kriterium

X_1, X_2 : prediktor 1, prediktor 2

a_1, a_2 : bilangan koefisien 1, bilangan koefisien 2

k : bilangan konstan

(Sutrisno Hadi, 2004: 18)

Perhitungan nilai-nilai baik nilai konstanta dan nilai koefisien

regresi berganda dalam penelitian ini menggunakan komputer

program *SPSS for windows*.

- Mencari koefisien determinan antara kriterium Y dengan prediktor

X_1 dan X_2

Rumus:

$$r^2_{y(1,2)} = \frac{a_1 \sum x_1 y + a_2 \sum x_2 y}{\sum y^2}$$

Keterangan:

$r^2_{y(1,2)}$: koefisien determinasi antara Y dengan X_1 dan X_2

a_1 : koefisien prediktor X_1

a_2 : koefisien prediktor X_2

$\sum x_1 y$: jumlah produk antara X_1 dan Y

$\sum x_2 y$: jumlah produk antara X_2 dan Y

$\sum y^2$: jumlah kuadrat kriterium Y

(Sutrisno Hadi, 2004: 22)

c. Menguji signifikansi regresi ganda dengan uji F

Rumus:

$$F_{reg} = \frac{R^2(N - m - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Keterangan:

F_{reg} : harga F garis regresi

N : cacah kasus

m : cacah prediktor

R : koefisien korelasi antara kriteria dengan prediktor
(Sutrisno Hadi, 2004: 23)

Selanjutnya F_{hitung} dikonsultasikan dengan F_{tabel} dengan derajat

kebebasan (dk) m lawan $N-m-1$ pada taraf signifikansi 5%. Apabila

F_{hitung} lebih besar atau sama dengan dari F_{tabel} , maka terdapat pengaruh yang positif antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat adalah negatif.

d. Menguji signifikansi dengan uji t

Uji t dilakukan untuk menguji signifikan konstanta dari setiap variabel independen akan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Rumus:

$$t = \frac{r(\sqrt{n-2})}{(\sqrt{1-r^2})}$$

Keterangan:

t : t hitung

r : koefisien korelasi

n : jumlah responden (Sugiyono, 2007: 230)

Pengambilan kesimpulan adalah dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5%, maka variabel tersebut berpengaruh positif. Sebaliknya, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel tersebut tidak berpengaruh atau negatif.

e. Sumbangan Relatif

1) Sumbangan Relatif (SR)

Sumbangan relatif adalah persentase perbandingan yang diberikan oleh suatu variabel bebas kepada variabel terikat dengan variabel-variabel bebas yang lain. Sumbangan relatif menunjukkan seberapa besar sumbangan secara relatif setiap prediktor terhadap kriteria untuk keperluan prediksi.

Rumus:

$$SR\% = \frac{a \sum xy}{JK_{reg}} \times 100\%$$

Keterangan:

$SR\%$: sumbangan relatif dari suatu prediktor

a : koefisien prediktor

$\sum xy$: jumlah produk antara X dan Y

JK_{reg} : jumlah kuadrat regresi

(Sutrisno Hadi, 2004: 42)

Sumbangan Relatif sebesar 100% yang menunjukkan perbandingan yang diberikan oleh suatu variabel bebas kepada variabel terikat untuk keperluan prediksi.

2) Sumbangan Efektif (SE)

Sumbangan efektif adalah sumbangan prediktor yang dihitung dari keseluruhan efektivitas regresi yang disebut sumbangan efektif regresi. Sumbangan efektif digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan secara efektif setiap prediktor terhadap kriteria dengan tetap memperhitungkan variabel bebas lain yang tidak diteliti.

Rumus:

$$SE\% = SR\% \times R^2$$

Keterangan:

SE% : sumbangan efektif dari suatu prediktor

SR% : sumbangan relatif dari suatu prediktor

R^2 : koefisien determinasi (Sutrisno Hadi, 2004: 39)

Sumbangan Efektif menunjukkan besarnya sumbangan setiap prediktor terhadap kriteria dengan jumlah sebesar koefisien determinasi dengan tetap memperhitungkan variabel bebas lain yang tidak diteliti.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

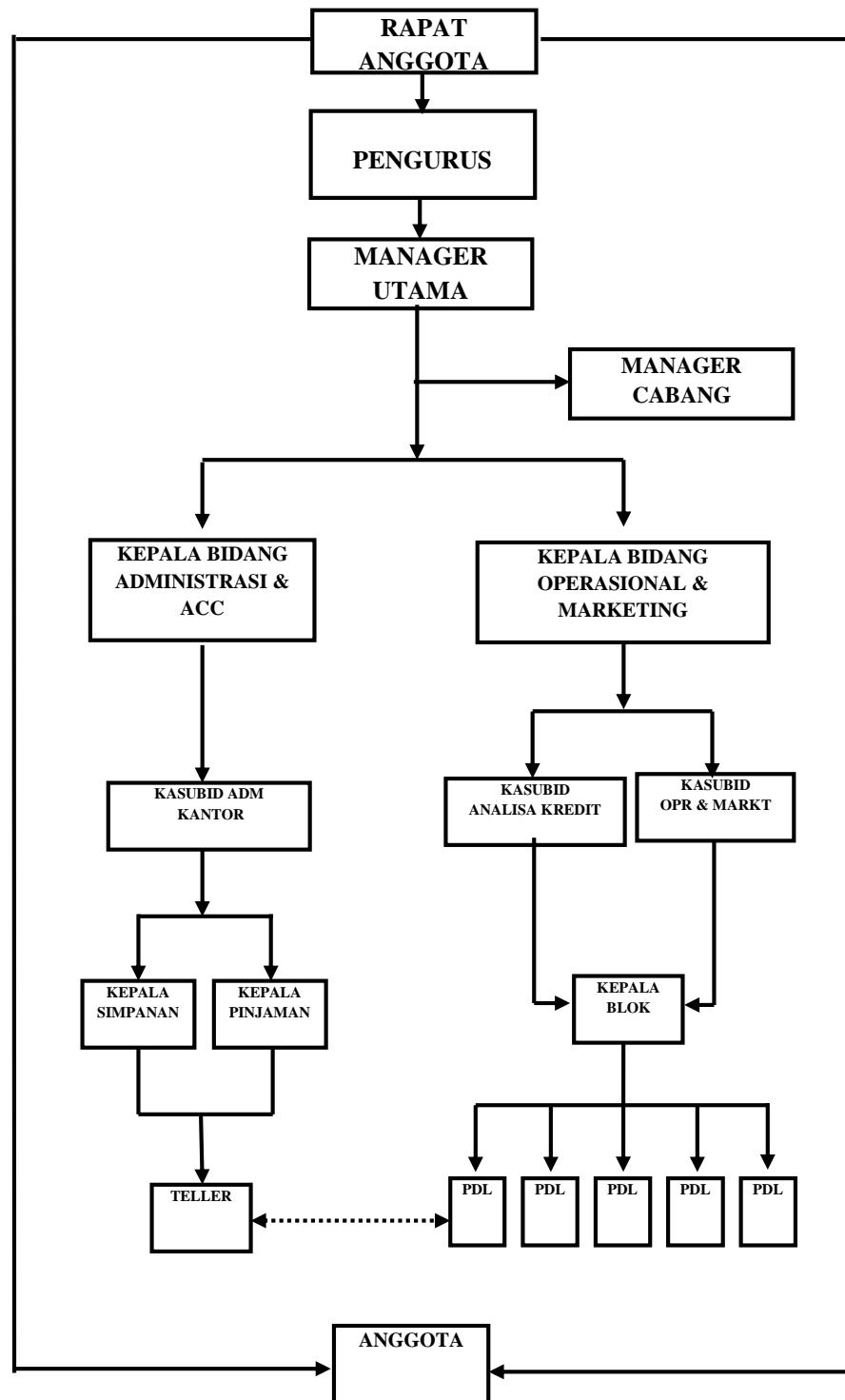
1. Deskripsi KSP Setia Kawan

a. Sejarah KSP Setia Kawan

Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Setia Kawan secara resmi didirikan pada tanggal 5 November 1994 dan berkedudukan di Ledoksari Bokoharjo Prambanan Sleman, Yogyakarta. KSP Setia Kawan saat ini berkantor pusat di Jl. Prambanan-Piyungan Km. 1 Yogyakarta, dengan nomor badan hukum No. 255/ BH/ PAD/ KWK-12/ VI/ 1997 tanggal 10 Juni 1997.

Produk yang ditawarkan ada 2 macam yaitu Produk Simpanan dan Produk Pinjaman. Dengan motto mengutamakan pelayanan yang terbaik, diharapkan mampu memberikan pelayanan yang terbaik dan memuaskan bagi anggotanya, selain itu koperasi mampu menjadi wadah untuk melakukan kegiatan usaha ekonomi.

b. Struktur Organisasi KSP Setia Kawan



Gambar 3. Susunan Organisasi KSP Setia Kawan

Sumber : Data Sekunder KSP Setia Kawan

Keterangan:

PDL : Pekerja Dinas Lapangan

2. Deskripsi Data

Penelitian ini mengambil 2 (dua) variabel bebas yang diduga mempunyai pengaruh terhadap loyalitas anggota KSP Setia Kawan. Variabel bebas tersebut adalah kualitas pelayanan (X1) dan motivasi anggota (X2). Penelitian ini mendeskripsikan dan menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka pada bagian ini akan disajikan deskripsi data masing-masing variabel berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan. Deskripsi data yang disajikan adalah *mean* (M), *median* (Me), *modus* (Mo), tabel frekuensi dan histogram.

Deskripsi data dari masing-masing variabel secara rinci dapat dilihat dalam uraian berikut:

a. Kualitas Pelayanan

Data tentang kualitas pelayanan berdasarkan tanggapan responden yang diperoleh dari angket sebanyak 13 butir pernyataan dengan jumlah responden 82 anggota KSP Setia Kawan. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai minimum= 30; nilai maksimum= 52; rata-rata(*mean*)= 40,83; median= 41; modus= 39.

Selanjutnya disusun distribusi frekuensi seperti tabel berikut:

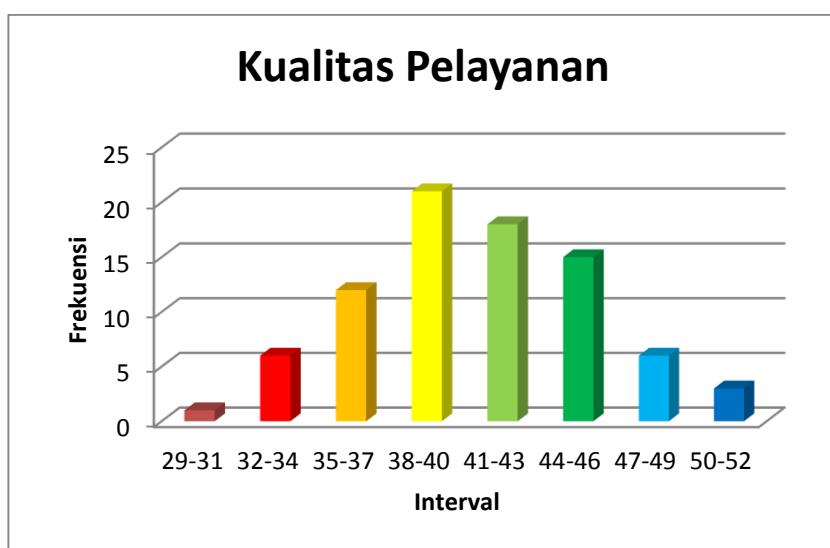
Tabel 8. Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan

No.	Interval	Frekuensi	Persentase(%)
1	50 - 52	3	3,66
2	47 - 49	6	7,32
3	44 - 46	15	18,29
4	41 - 43	18	21,95
5	38 - 40	21	25,61
6	35 - 37	12	14,63
7	32 - 34	6	7,32
8	29 - 31	1	1,22
Jumlah		82	100

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa frekuensi terbesar untuk skor kualitas pelayanan paling banyak berada pada interval 38-40 sebanyak 21 responden (25,61%). Kemudian disusul skor pada interval 41-43 dengan jumlah responden 18 anggota (21,95%).

Berikut gambar histogram untuk memperjelas distribusi frekuensi di atas.



Gambar 4. Histogram Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan

Agar data dapat dimaknai, selanjutnya data dikategorikan menjadi lima kategori yaitu sangat baik, baik, cukup, kurang, dan sangat kurang. Skor untuk menentukan kategori diperoleh dari nilai *mean* ideal dan standar deviasi ideal. Dari skor *mean* dan standar deviasi ideal tersebut dapat dilakukan klasifikasi mengenai kecenderungan kualitas pelayanan berdasarkan tanggapan responden.

Penentuan kecenderungan variabel, setelah nilai minimum (X_{min}) dan nilai maksimum (X_{max}) diketahui yaitu 13 dan 52, maka selanjutnya mencari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = \frac{1}{2}(X_{max} + X_{min})$, mencari standar deviasi ideal (S_{di}) dengan rumus $S_{di} = \frac{1}{6}(X_{max} - X_{min})$. Berdasarkan acuan di atas, mean ideal variabel kualitas pelayanan adalah 32,5. Dan S_{di} adalah 3,67. Dari perhitungan tersebut maka dapat dikategorikan dalam 5 kelas sebagai berikut:

Tabel 9. Kategori Kecenderungan

Sangat Baik/ Sangat Tinggi	$X > M_i + 1,5 S_{di}$
Baik/ Tinggi	$M_i + 0,5 S_{di} < X \leq M_i + 1,5 S_{di}$
Cukup/ Sedang	$M_i - 0,5 S_{di} < X \leq M_i + 0,5 S_{di}$
Kurang/ Rendah	$M_i - 1,5 S_{di} < X \leq M_i - 0,5 S_{di}$
Sangat Kurang/ Sangat Rendah	$X \leq M_i - 1,5 S_{di}$

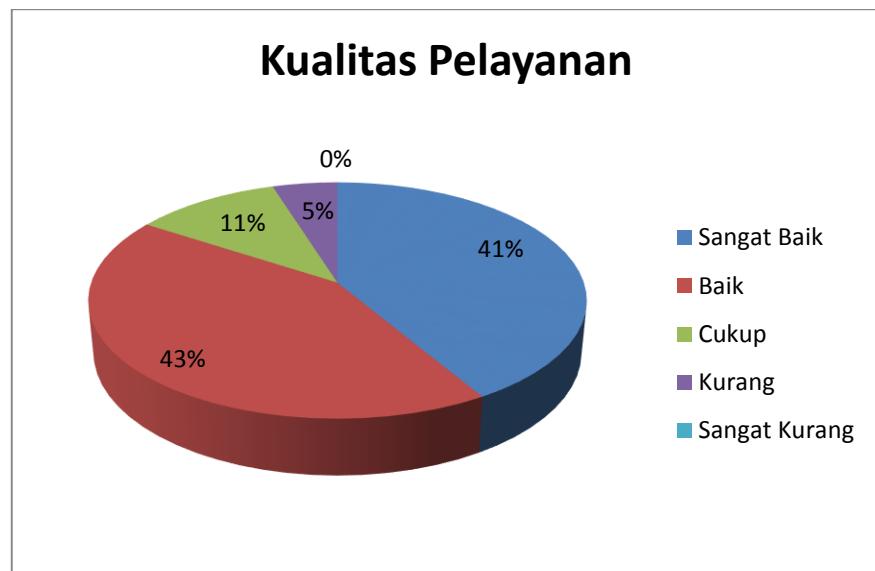
Tabel 10. Kategori Kecenderungan Kualitas Pelayanan

No.	Kelas	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1	$X > 42,25$	34	41,46	Sangat Baik
2	$35,75 < X \leq 42,25$	35	42,68	Baik
3	$29,25 < X \leq 35,75$	9	10,98	Cukup
4	$22,75 < X \leq 29,25$	4	4,88	Kurang
5	$X \leq 22,75$	0	0	Sangat Kurang
Jumlah		82	100	

Sumber: Data primer yang diolah

Kecenderungan kualitas pelayanan menurut anggota KSP Setia

Kawan dapat dilihat juga dalam diagram lingkaran berikut.



Gambar 5. Diagram Kecenderungan Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan KSP Setia Kawan menurut tanggapan anggota KSP Setia Kawan termasuk dalam kategori baik dengan frekuensi sebanyak 35 responden atau 42,68%.

b. Motivasi Anggota

Data tentang motivasi anggota berdasarkan tanggapan responden yang diperoleh dari angket sebanyak 13 butir pernyataan

dengan jumlah responden 82 anggota KSP Setia Kawan.

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai minimum= 36; nilai maksimum= 48; rata-rata (*mean*)= 42,26; median= 43; modus= 44.

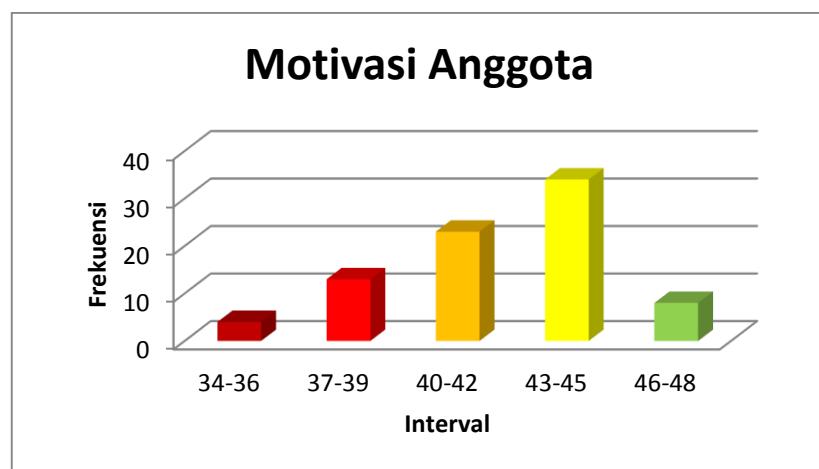
Selanjutnya disusun distribusi frekuensi seperti pada tabel berikut:

Tabel 11. Distribusi Frekuensi Motivasi Anggota

No.	Interval	Frekuensi	Persentase(%)
1	46 - 48	8	9,76
2	43 - 45	34	41,46
3	40 - 42	23	28,05
4	37 - 39	13	15,85
5	34 - 36	4	4,88
Jumlah		82	100

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa frekuensi terbesar untuk skor motivasi anggota paling banyak berada pada interval 43 - 45 sebanyak 34 responden (41,46%). Kemudian disusul skor pada interval 40 – 42 dengan jumlah responden 23 anggota (28,05%). Berikut gambar histogram untuk memperjelas distribusi frekuensi di atas.



Gambar 6. Histogram Distribusi Frekuensi Motivasi Anggota

Agar data dapat dimaknai, selanjutnya data dikategorikan menjadi lima kategori yaitu sangat baik, baik, cukup, kurang, dan sangat kurang. Skor untuk menentukan kategori diperoleh dari nilai *mean* ideal dan standar deviasi ideal. Dari skor *mean* dan standar deviasi ideal tersebut dapat dilakukan klasifikasi mengenai kecenderungan motivasi anggota berdasarkan tanggapan responden.

Penentuan kecenderungan variabel, setelah nilai minimum (X_{\min}) dan nilai maksimum (X_{\max}) diketahui yaitu 52 dan 13, maka selanjutnya mencari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = \frac{1}{2}(X_{\max} + X_{\min})$, mencari standar deviasi ideal (S_{di}) dengan rumus $S_{di} = \frac{1}{6}(X_{\max} - X_{\min})$. Berdasarkan acuan di atas, mean ideal variabel kualitas pelayanan adalah 32,50. Dan SDi adalah 6,5. Dari perhitungan tersebut maka dapat dikategorikan dalam 5 kelas sebagai berikut:

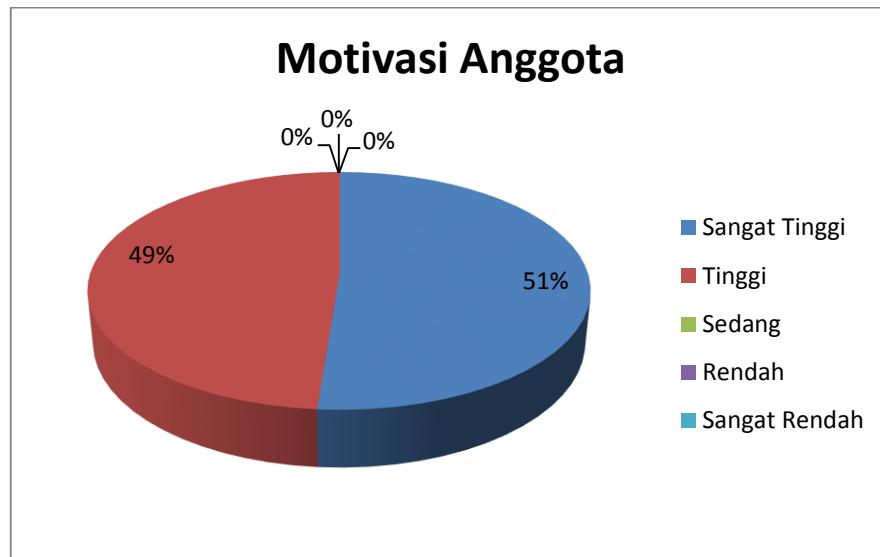
Tabel 12. Kategori Kecenderungan Motivasi Anggota

No.	Kelas	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1	$X > 42,25$	42	51,22	Sangat Tinggi
2	$35,75 < X \leq 42,25$	40	48,78	Tinggi
3	$29,25 < X \leq 35,75$	0	0,00	Sedang
4	$22,75 < X \leq 29,25$	0	0,00	Rendah
5	$X \leq 22,75$	0	0,00	Sangat Rendah
Jumlah		82	100	

Sumber: Data primer yang diolah

Kecenderungan motivasi anggota menurut anggota KSP Setia

Kawan dapat dilihat juga dalam diagram lingkaran berikut.



Gambar 7. Diagram Kecenderungan Motivasi Anggota

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa motivasi anggota KSP Setia Kawan menurut tanggapan anggota KSP Setia Kawan termasuk dalam kategori sangat baik dengan frekuensi sebanyak 42 responden atau 51,22%.

c. Loyalitas Anggota

Data tentang loyalitas anggota berdasarkan tanggapan responden yang diperoleh dari angket sebanyak 14 butir pernyataan dengan jumlah responden 82 anggota KSP Setia Kawan. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh skor minimum= 33; skor maksimum= 54; rata-rata (*mean*)= 43,88; median= 44; modus= 47.

Selanjutnya disusun distribusi frekuensi seperti pada tabel berikut:

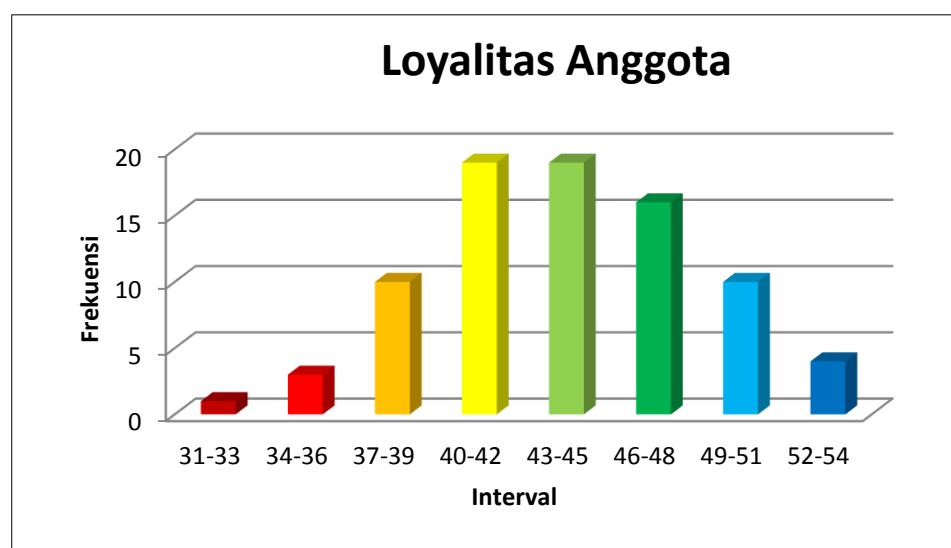
Tabel 13. Distribusi Frekuensi Loyalitas Anggota

No.	Interval	Frekuensi	Persentase(%)
1	52-54	4	4,88
2	49-51	10	12,20
3	46-48	16	19,51
4	43-45	19	23,17
5	40-42	19	23,17
6	37-39	10	12,20
7	34-36	3	3,66
8	31-33	1	1,22
Jumlah		82	100

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa frekuensi terbesar untuk skor loyalitas anggota paling banyak berada pada interval 43-45 dan 40-42 sebanyak 19 responden (23,17%). Kemudian disusul skor pada interval 46 - 48 dengan jumlah responden 16 anggota (19,51%).

Berikut gambar histogram untuk memperjelas distribusi frekuensi di atas.



Gambar 8. Histogram Distribusi Frekuensi Loyalitas Anggota

Agar data dapat dimaknai, selanjutnya data dikategorikan menjadi lima kategori yaitu sangat baik, baik, cukup, kurang, dan sangat kurang. Skor untuk menentukan kategori diperoleh dari nilai *mean* ideal dan standar deviasi ideal. Dari skor *mean* dan standar deviasi ideal tersebut dapat dilakukan klasifikasi mengenai kecenderungan motivasi anggota berdasarkan tanggapan responden.

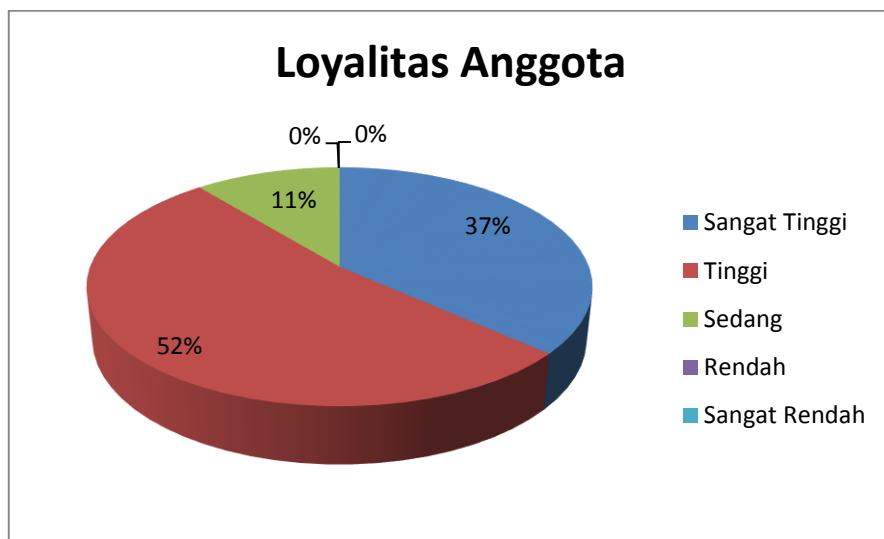
Penentuan kecenderungan variabel, setelah nilai minimum (X_{\min}) dan nilai maksimum (X_{\max}) diketahui yaitu 56 dan 14, maka selanjutnya mencari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = \frac{1}{2}(X_{\max} + X_{\min})$, mencari standar deviasi ideal (S_{di}) dengan rumus $S_{di} = \frac{1}{6}(X_{\max} - X_{\min})$. Berdasarkan acuan di atas, mean ideal variabel kualitas pelayanan adalah 35. Dan SDi adalah 7. Dari perhitungan tersebut maka dapat dikategorikan dalam 5 kelas sebagai berikut:

Tabel 14. Kategori Kecenderungan Loyalitas Anggota

No.	Kelas	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1	$X > 45,50$	30	36,59	Sangat Tinggi
2	$38,50 < X \leq 45,50$	43	52,44	Tinggi
3	$31,50 < X \leq 38,50$	9	10,98	Sedang
4	$24,50 < X \leq 31,50$	0	0,00	Rendah
5	$X \leq 24,50$	0	0,00	Sangat Rendah
Jumlah		82	100%	

Sumber: Data primer yang diolah

Kecenderungan motivasi anggota menurut anggota KSP Setia Kawan dapat dilihat juga dalam diagram lingkaran berikut.



Gambar 9. Diagram Kecenderungan Loyalitas Anggota

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa loyalitas anggota KSP Setia Kawan menurut tanggapan anggota KSP Setia Kawan termasuk dalam kategori baik dengan frekuensi sebanyak 43 responden atau 52,44%.

3. Hasil Uji Prasyarat

a. Uji Normalitas

Hasil dari uji normalitas data yang telah didapatkan menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai Asymp Sig yang lebih dari 0,05.

Hasil uji normalitas adalah sebagai berikut:

Tabel 15. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Asymp Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,509	Berdistribusi Normal
Motivasi Anggota	0,249	Berdistribusi Normal
Loyalitas Anggota	0,714	Berdistribusi Normal

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel tersebut menunjukkan nilai Asymp Sig dari setiap variabel yang telah diuji. Hasil tersebut menyimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki distribusi normal sehingga prasyarat uji normalitas telah terpenuhi. Dengan terpenuhinya prasyarat normalitas, maka analisis bisa dilakukan dengan statistik parametrik.

b. Uji Liniearitas

Uji liniearitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat linier atau tidak. Hubungan antar variabel dikatakan liniear apabila nilai *sig* lebih dari atau sama dengan 5%. Perhitungan uji liniearitas pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan program *SPSS Versi 16 for windows*. Hasil rangkuman uji liniearitas disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 16. Hasil Uji Liniearitas

Variabel	F tabel	P (Sig)	Keterangan
X1 – Y	0,968	0,508	Liniear
X2 – Y	1,099	0,375	Liniear

Sumber: Data primer yang diolah

1) Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota

Hasil uji liniearitas untuk kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota pada tabel di atas dapat diketahui harga *sig* lebih dari 5% yaitu sebesar 0,508. Hasil tersebut menunjukkan bahwa

hubungan antara kualitas pelayanan (X1) terhadap loyalitas anggota (Y) bersifat liniear.

2) Motivasi Anggota terhadap Loyalitas Anggota

Hasil uji liniearitas untuk motivasi anggota terhadap loyalitas anggota pada tabel di atas dapat diketahui harga *sig* lebih dari 5% yaitu sebesar 0,375. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara motivasi anggota (X2) terhadap loyalitas anggota (Y) bersifat liniear.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas memiliki hubungan yang sama tinggi atau tidak. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikoliniearitas adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Hasil uji multikoliniearitas dengan program *SPSS Versi 16 for windows* ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 17. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel		Tolerance	VIF	Kesimpulan
Bebas	Terikat			
X1	Y	0,989	1,001	Bebas Multikoliniearitas
X2	Y	0,989	1,001	Bebas Multikoliniearitas

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai VIF kurang dari 4. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikoliniearitas pada hubungan variabel dalam penelitian ini.

d. Uji Homosedastisitas

Uji homosedastisitas digunakan untuk mengetahui homogenitas varians error untuk setiap kali nilai variabel bebasnya. Pengujian homosedastisitas ini diuji menggunakan uji glesjer. Hasil dari uji homosedastisitas adalah sebagai berikut:

Tabel 18. Hasil Uji Homosedastisitas

Model	F	Sig.
Regression	1,494	0,231

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas ditemukan nilai F sebesar 1,494 dengan signifikansi 0,231. Hal tersebut membuktikan nilai signifikansi lebih dari 0,05. Maka dapat disimpulkan analisis regresi tersebut memenuhi syarat homosedastisitas.

4. Pengujian Hipotesis

Analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah menggunakan regresi ganda. Berikut adalah rangkuman hasil pengujian hipotesis.

Tabel 19. Rangkuman Hasil Regresi Berganda

Model	Koef. Prediktor	t hitung	Sig.	R	R ²	F
Konstanta (k)	6,567	0,950	0,345			
Kualitas Pelayanan (X1)	0,464	5,070	0,000			
Motivasi Anggota (X2)	0,435	2,956	0,004			
Summary				0,570	0,325	
Regression (ANOVA)			0,000			19,029

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa angka koefisien R adalah 0,570 sedangkan R^2 sebesar 0,325. Nilai R menunjukkan nilai positif, hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan dan motivasi anggota secara bersama-sama memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas anggota. Nilai R^2 sebesar 0,325 menunjukkan bahwa variansi dalam loyalitas anggota dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan motivasi anggota sebesar 32,5% melalui model, sedangkan 67,5% berasal dari variabel lain yang tidak diperhitungkan dalam model ini.

Pengujian kontribusi tersebut ditentukan nilai F pada tabel di atas sebesar 19,029 dengan signifikansi 0,000. Nilai signifikansi yang dihasilkan kurang dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan motivasi anggota memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas anggota. Maka dengan demikian dapat diartikan pula bahwa kualitas pelayanan dan motivasi anggota memiliki pengaruh positif secara simultan terhadap loyalitas anggota, sehingga hipotesis ke-3 diterima.

Terbuktinya pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikat tersebut, maka perlu dilakukan uji secara parsial apakah masing-masing variabel bebas tersebut memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial perlu diuji koefisien garis regresi yang dimiliki oleh masing-masing variabel dengan uji t.

Berdasarkan tabel 19 dapat ditarik persamaan garis regresinya sebagai berikut:

$$Y = 6,567 + 0,464 X_1 + 0,435 X_2$$

Untuk menguji koefisien garis regresi di atas dapat dilakukan sebagai berikut:

- a. Koefisien α_1 sebesar 0,464 dengan nilai $t = 5,070$ dan signifikansinya 0,000. Dengan nilai signifikansi t kurang dari 0,05 membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas anggota jika variabel motivasi anggota dikendalikan atau dikontrol. Hal ini juga dapat dikatakan bahwa terhadap hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas anggota sehingga hipotesis ke-1 diterima.
- b. Koefisien α_2 sebesar 0,435 dengan nilai $t = 2,956$ dan signifikansinya 0,004. Dengan nilai signifikansi t kurang dari 0,05 membuktikan bahwa variabel motivasi anggota secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas anggota jika variabel kualitas pelayanan dikendalikan atau dikontrol. Hal ini juga dapat dikatakan bahwa terhadap hubungan positif antara motivasi anggota dengan loyalitas anggota sehingga hipotesis ke-2 diterima.

Berdasarkan analisis regresi ganda dapat diketahui besarnya Sumbangan Relatif (SR) dan Sumbangan Efektif (SE) masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Besarnya SR dan SE dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 20. Sumbangan Efektif dan Sumbangan Relatif

Variabel Bebas	Kesimpulan	
	SE (%)	SR (%)
Kualitas Pelayanan	23,59%	72,54%
Motivasi Anggota	8,93%	27,46%
Jumlah	32,52%	100,00%

Sumber: Data primer yang diolah

Hasil di atas menunjukkan besarnya sumbangan efektif variabel kualitas pelayanan sebesar 23,59% dan sumbangan efektif motivasi anggota sebesar 8,93% terhadap loyalitas anggota. Diketahui pula sumbangan relatif variabel kualitas pelayanan sebesar 72,54% dan sumbangan relatif variabel motivasi anggota sebesar 27,46% terhadap loyalitas anggota.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota

Berdasarkan hasil penelitian ini diungkapkan bahwa sebagian besar anggota KSP Setia Kawan berpendapat bahwa kualitas pelayanan pada KSP Setia Kawan dikategorikan pada kondisi baik dengan persentase 42,68%. Disusul dengan kategori sangat baik yaitu sebesar 41,46%. Jadi bisa dikatakan bahwa kualitas pelayanan pada KSP Setia Kawan sudah baik.

Penelitian ini juga membuktikan bahwa hipotesis pertama diterima, yaitu kualitas pelayanan KSP Setia Kawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien garis yang positif dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Yang

artinya, semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula loyalitas anggota di KSP Setia Kawan. Oleh karena itu apabila KSP Setia Kawan ingin meningkatkan loyalitas anggotanya, maka kualitas pelayanan harus terus ditingkatkan.

Hasil pada penelitian ini juga mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Widiyawati, Triolita, dan Ascasputra. Penelitian yang mereka lakukan menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. Sehingga hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya.

2. Pengaruh Motivasi Anggota terhadap Loyalitas Anggota

Berdasarkan hasil penelitian ini diungkapkan bahwa sebagian besar anggota KSP Setia Kawan berpendapat bahwa motivasi anggota pada KSP Setia Kawan dikategorikan pada kondisi sangat tinggi dengan persentase 51,22%. Disusul dengan kategori tinggi yaitu sebesar 48,78%. Jadi bisa dikatakan bahwa motivasi anggota pada KSP Setia Kawan baik.

Penelitian ini juga membuktikan bahwa hipotesis kedua diterima, yaitu motivasi anggota KSP Setia Kawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien garis yang positif dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Yang artinya, semakin tinggi motivasi anggotanya maka semakin tinggi pula loyalitas anggota di KSP Setia Kawan. Oleh karena itu apabila KSP Setia Kawan ingin meningkatkan loyalitas anggotanya, maka motivasi anggota harus terus ditingkatkan.

Hasil pada penelitian ini juga mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Muhammad Rifa'i. Penelitian yang dilakukan menyimpulkan bahwa motivasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Sehingga hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Motivasi Anggota secara bersama-sama (simultan) terhadap Loyalitas Anggota

Berdasarkan hasil penelitian ini diungkapkan bahwa sebagian besar loyalitas anggota dalam keadaan tinggi dengan persentase 52,44%. Disusul pada kategori sangat tinggi dengan persentase 36,59%, kemudian pada kategori sedang 10,98%. Jadi bisa dikatakan bahwa loyalitas anggota KSP Setia Kawan ada pada kategori baik.

Penelitian ini juga membuktikan bahwa hipotesis ketiga diterima, yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan motivasi anggota secara bersama-sama terhadap loyalitas anggota KSP Setia Kawan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai R yang positif dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Artinya semakin baik kualitas pelayanan dan semakin tinggi motivasi anggota maka semakin tinggi pula loyalitas anggota di KSP Setia Kawan.

Secara simultan kedua variabel bebas memiliki pengaruh positif dan signifikan dan pengaruhnya sebesar 32,50%, namun masih ada variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas anggota. Total nilai variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu sebesar 67,50%.

Berdasarkan analisis data juga diketahui sumbangan efektif dan sumbangan relatif masing-masing variabel bebas. Sumbangan efektif variabel kualitas pelayanan sebesar 23,59% dan sumbangan efektif variabel motivasi anggota sebesar 8,93% terhadap loyalitas anggota KSP Setia Kawan. Diketahui juga sumbangan relatif varibel kualitas pelayanan sebesar 72,54% dan sumbangan relatif variabel motivasi anggota sebesar 27,46% terhadap loyalitas anggota. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh koperasi memiliki pengaruh lebih besar terhadap loyalitas anggota KSP Setia Kawan dibandingkan variabel motivasi anggota.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai prosedur ilmiah, namun demikian masih terdapat keterbatasan antara lain:

1. Penelitian ini hanya meneliti kualitas pelayanan dan motivasi anggota. Masih terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi loyalitas anggota KSP Setia Kawan.
2. Teori pendukung penentuan variabel dalam penelitian ini kurang kuat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian ini dan hasil analisis yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat dikemukakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota KSP Setia Kawan. Hal ini dibuktikan dengan hasil koefisien garis yang positif dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,464 dengan t sebesar 5,070 dan signifikansi sebesar 0,000. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula loyalitas anggota di KSP Setia Kawan. Selain itu terdapat sumbangan efektif kualitas pelayanan sebesar 23,59% terhadap variabel loyalitas anggota.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel motivasi anggota terhadap loyalitas anggota KSP Setia Kawan. Hal ini dibuktikan dengan hasil koefisien garis yang positif dari variabel motivasi anggota sebesar 0,435 dengan t sebesar 2,956 dan signifikansi sebesar 0,004. Artinya, semakin tinggi motivasi anggota maka semakin tinggi pula loyalitas anggota di KSP Setia Kawan. Selain itu terdapat sumbangan efektif motivasi anggota sebesar 8,93% terhadap variabel loyalitas anggota.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dari variabel kualitas pelayanan dan motivasi anggota terhadap loyalitas anggota KSP Setia Kawan. Hal ini dibuktikan dengan hasil koefisien R

adalah 0,570 sedangkan R^2 sebesar 0,325. Nilai R menunjukkan nilai positif, artinya semakin baik kualitas pelayanan dan semakin tinggi motivasi anggota maka semakin tinggi pula loyalitas anggota di KSP Setia Kawan. Nilai R^2 sebesar 0,325 menunjukkan bahwa variansi dalam loyalitas anggota KSP Setia Kawan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan motivasi anggota sebesar 32,5%. Selain itu diperoleh F sebesar 19,029 dan signifikansi 0,000. Oleh karena nilai signifikansi kurang dari 0,05, berarti bahwa kualitas pelayanan dan motivasi anggota secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas anggota KSP Setia Kawan.

B. Saran

Hasil dalam penelitian ini telah menunjukkan pengaruh variabel kualitas pelayanan dan motivasi anggota terhadap variabel loyalitas anggota Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Setia Kawan. Berdasarkan penelitian ini penulis memiliki beberapa saran untuk meningkatkan loyalitas anggota KSP Setia Kawan, diantaranya:

1. Mengingat sumbangan efektif terbesar yang mempengaruhi variabel loyalitas anggota Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Setia Kawan adalah variabel kualitas pelayanan, maka hendaknya pengurus Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Setia Kawan lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada anggotanya dengan cara meningkatkan kualitas secara fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati kepada anggota.

2. Sebaliknya diberikan dorongan untuk meningkatkan motivasi anggota Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Setia Kawan seperti pemberian motivasi kepada anggota agar lebih termotivasi untuk menjadi anggota yang loyal di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Setia Kawan.
3. Mengingat R^2 dalam penelitian ini sebesar 32,5% sedangkan 67,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, maka untuk peneliti selanjutnya perlu diteliti lebih lanjut variabel-variabel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Muhson. (2005). *Aplikasi Komputer*. Diktat. Universitas Negeri Yogyakarta.
- _____. (2015). *Aplikasi Komputer*. Diktat. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Atep. (2003). *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Bimo Walgito. (2001). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: ANDI.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi kedua*. (1996). Jakarta: Balai Pustaka.
- Djaali. (2008). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Elu, Balthasar. (2005). *Manajemen Penanganan Komplain Konsumen di Industri Jasa*. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Bisnis & Birokrasi, Vol. 13, No. 3 (September).
- Fandy Tjiptono. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- _____. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- _____. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI
- Gaffar, Vanessa. (2007). *CRM dan MPR Hotel*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Griffin, Jill. (2002). *Costumer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- _____. (1995). Costumer Loyalty. How to Earn It, How to Keep it. Singapore: Lexington Books.
- _____. (2005). *Costumer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hendar dan Kusnadi. (2005). *Ekonomi Koperasi (Untuk Perguruan Tinggi)*. Jakarta: FEUL.
- Hendar. (2010). *Manajemen Perusahaan Koperasi*. Jakarta: Erlangga.

- Hermawan Kartajaya. (1997). *Siasat Memenangkan Persaingan: Marketing Plus 2000*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hudiyanto. (2002). *Sistem Koperasi, Ideologi, dan Pengelolaan*. Yogyakarta: UII.
- Kasmir. (2006). *Etika Costumer Service*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Komar. (2008). *Pelayanan Prima*. Jakarta: Pustaka Ilmu.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. (2003). *Manajemen Pemasaran edisi kesebelas*. Jilid 2, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Indeks.
- Lovelock, Chritoper H. (1988). *Servis Marketing*. Amerika: Prentice Hall. Inc. Vol 49 Pp 41-50.
- Lyon, Down Bendall., and Thomas L. Powers. (2004). *The Impact of Structural and Process Attributes on Satisfaction and Behaviour Intentions*. *Journal of Services Marketing*.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mangkunegara, Prabu Anwar. (2012). *Evaluasi Kinerja SDM*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Martoyo. (2001). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: BPFE.
- Moenir. (2014). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Parasuramen., Valerie A. Zeithaml., and Leonard L. Berry. (1985). “*A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*”. *Journal of Marketing*, Vol. 49 (Fall) pp 41-50.
- Riduwan. (2007). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.
- Saifuddin Azwar. (2013). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sopiah. (2008). *Perilaku Organisasional*. Yogyakarta: Andi.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- _____. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2010). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sunarto. (2003). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: AMUS Yogyakarta dan CV Ngeksigondo Utama Yogyakarta.
- Sutopo & Adi Suryanti. (2003). *Pelayanan Prima*. Bandung: Nuansa.
- Sutrisno Hadi. (2001). *Metodologi Research Jilid II*. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. (2004). *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suyetty & Gita Kurniawan. (2005). *Bekerjasama dengan Kolega dan Pelanggan*. Bogor: Yudhistira.
- Undang-Undang RI Nomor 25 Tahun 1992 Tentang Koperasi
- Uno, Hamzah B. (2011). *Teori Motivasi dan Pengukurannya Analisis di bidang Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- _____. (2012). *Teori Motivasi dan Pengukurannya Analisis di bidang Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Yamit, Zulian. (2005). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Ekonesia, Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta.

LAMPIRAN



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI

PERMOHONAN UNTUK MENJADI RESPONDEN

Kepada

Yth. Anggota KSP Setia Kawan

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir sebagai salah satu syarat memperoleh derajat Strata-1 Pendidikan di Universitas Negeri Yogyakarta maka yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Wahyu Anisa

NIM : 12804244013

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Motivasi Anggota terhadap Loyalitas Anggota pada Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Setia Kawan

Memohon dengan hormat kepada Bapak/ Ibu/ Saudara untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan. Bapak/ Ibu/ Saudara tidak perlu khawatir dalam memberikan jawaban yang sejurnya. Artinya semua jawaban yang diberikan oleh Bapak/ Ibu/ Saudara sesuai kondisi yang ada. Setiap jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang tidak ternilai harganya bagi penelitian ini. Atas perhatian dan bantuannya diucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 20 Maret 2016

Peneliti

Putri Wahyu Anisa

ANGKET

Petunjuk Pengisian:

Bapak/ Ibu/ Saudara diminta untuk menjawab semua pertanyaan yang diberikan. Setelah membaca setiap kalimat, berilah tanda cek (✓) pada pilihan jawaban yang dianggap sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
Kualitas Pelayanan					
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)					
1.	Adanya ruang pelayanan yang bersih dan nyaman				
2.	Tidak adanya pendingin ruangan yang membuat nasabah menjadi tidak nyaman				
3.	Koperasi memiliki alat hitung uang dan pendekripsi keaslian uang sehingga mempercepat transaksi				
4.	Koperasi memiliki papan penunjuk ruangan-ruangan yang ada				
Keandalan (<i>Reliability</i>)					
5.	Karyawan mencatat transaksi dan mengentry data transaksi dengan benar				
6.	Karyawan tidak mampu melayani nasabah dengan tepat waktu				
7.	Koperasi memiliki karyawan yang memadai sehingga nasabah tidak perlu mengantre terlalu lama				
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)					
8.	Karyawan KSP Setia Kawan cepat tanggap dalam memberikan pelayanan nasabah/calon nasabah.				

9.	Karyawan KSP Setia Kawan cepat memberikan solusi atas keluhan dari nasabah.			
10.	Karyawan KSP Setia Kawan kurang mampu memahami kondisi usaha dan keuangan dari nasabah.			

Jaminan (Assurance)

11.	Karyawan KSP Setia Kawan tidak mampu menanamkan rasa kepercayaan nasabah dengan prinsip kejujuran.			
12.	KSP Setia Kawan memberikan jaminan keamanan nasabah dalam bertransaksi.			
13.	KSP Setia Kawan memberikan jaminan kerahasiaan data nasabah.			

Empati (Empathy)

14.	KSP Setia Kawan memberikan pelayanan kepada nasabah secara baik dan ramah.			
15.	KSP Setia Kawan peka terhadap kebutuhan pelayanan nasabah.			
16.	Karyawan KSP Setia Kawan sulit berkomunikasi dengan nasabah			

Motivasi Anggota

Kesadaran dalam Berkoperasi

1.	Saya ingin menjadi anggota aktif KSP Setia Kawan			
2.	Saya ingin belajar mendalam mengenai koperasi			
3.	Saya tidak ingin tau bagaimana praktik pengelolaan koperasi di KSP Setia Kawan			

Manfaat Berkoperasi

4.	Saya tidak memanfaatkan layanan KSP Setia Kawan			
----	-------------------------------------------------	--	--	--

5.	Saya ingin bisa bekerja di koperasi			
6.	Saya mendapatkan pengalaman berkoperasi			
7.	Saya melatih jiwa berorganisasi saya melalui koperasi			

Sikap dan Usaha Positif terhadap Koperasi

8.	Saya menggunakan jasa koperasi karena tidak ada pilihan lain			
9.	Saya tidak ingin ikut serta dalam memajukan koperasi			
10.	Saya mengikuti segala kegiatan yang ada di koperasi			

Keinginan/ Dorongan Untuk Tujuan yang Diharapkan dalam Koperasi

11.	Saya menjadi anggota karena hanya ikut-ikutan dengan teman saya			
12.	Menabung di koperasi menjadi pilihan investasi di masa depan			
13.	Orang tua saya adalah salah satu aktivis (bekerja) di koperasi.			
14.	Saya ingin mendapatkan SHU yang tinggi di Koperasi			

Loyalitas Anggota

Merefensikan kepada Orang Lain

1.	Saya tidak mengajak orang lain untuk menggunakan jasa KSP Setia Kawan			
2.	Saya bersedia menginformasikan kepada orang lain apabila ada penawaran inovasi baru dari KSP Setia Kawan			
3.	Saya akan menyampaikan sesuatu yang baik mengenai KSP Setia Kawan pada orang lain			

Melakukan Transaksi Berulang-ulang

4.	Saya menggunakan jasa pelayanan KSP Setia Kawan secara rutin				
5.	Saya menggunakan jasa KSP Setia Kawan setiap hari tertentu disetiap minggunya				
6.	Saya percaya bahwa KSP Setia Kawan selalu siap membantu saya				
Menggunakan Jasa yang Ditawarkan					
7.	Saya tidak tertarik dengan penawaran jasa keuangan lainnya				
8.	Saya akan menggunakan produk yang ditawarkan oleh KSP Setia Kawan				
9.	Saya senang dengan jasa yang ada di KSP Setia Kawan				
10.	Saya tidak yakin dengan produk yang ditawarkan oleh KSP Setia Kawan				
Kesetiaan Menjadi Anggota					
11.	Saya tetap memilih KSP Setia Kawan untuk menabung dan meminjam uang walaupun ada jasa lembaga keuangan lainnya				
12.	Saya tetap akan menjadi nasabah KSP Setia Kawan				
13.	Saya tidak percaya kepada KSP Setia Kawan				
14.	Saya tidak akan berpindah ke koperasi lain				

Data Uji Coba Instrumen

No.	X1																X2															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2		
2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3		
3	4	4	2	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3		
4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3		
5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4		
6	4	4	2	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	6	3	3	4	3	4	4	4	2	3	3	3	3	4		
7	2	3	2	3	3	2	3	2	4	3	3	3	2	3	2	4	7	3	3	4	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3		
8	4	3	2	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	8	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3		
9	3	3	2	3	3	2	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3	9	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	4	3		
10	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
11	4	4	3	4	4	2	2	3	3	2	3	3	4	4	3	3	11	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3		
12	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	12	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3		
13	4	4	2	4	4	1	3	3	4	4	3	3	1	3	3	3	13	3	3	4	3	4	4	4	2	3	3	3	3	2		
14	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	14	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2		
15	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	15	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2		
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	16	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2	2		
17	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	17	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3		
18	4	4	3	4	4	3	2	3	4	3	3	3	4	4	4	3	18	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3		
19	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	19	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4		
20	4	4	2	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	20	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3		

No.	Y														No.	Y													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	3	4	1	2	16	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	4	17	1	1	2	1	1	1	1	4	1	4	4	1	4	
3	3	1	3	1	1	1	2	1	4	1	3	4	1	4	18	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	3	3	4	
4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	2	4	19	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4		
5	4	2	4	2	3	2	3	3	4	3	3	4	1	4	20	2	2	1	3	2	1	1	1	1	2	2	1	3	
6	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	3	21	3	2	3	2	3	3	3	2	4	2	2	4	1	4	
7	3	3	4	2	4	2	2	3	4	2	2	4	2	4	22	4	1	4	1	4	1	4	4	1	1	4	4	4	
8	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	1	2	23	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	
9	4	2	3	2	3	3	3	2	4	3	3	4	1	3	24	4	1	4	1	3	3	3	1	4	1	3	4	1	
10	1	1	4	1	1	1	1	1	1	3	3	1	3	25	4	2	4	2	4	3	3	4	4	2	4	4	1		
11	4	1	1	2	2	3	2	1	3	3	1	3	3	3	26	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4		
12	4	3	4	2	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	27	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	1	
13	2	2	3	1	2	2	2	2	3	1	3	3	1	3	28	4	3	4	3	3	3	2	2	4	3	4	4	3	
14	4	4	4	2	3	2	2	3	3	3	3	3	1	4	29	3	2	4	2	2	2	2	3	1	3	3	1		
15	3	3	4	2	3	3	3	2	4	2	2	4	1	4	30	4	4	4	4	2	3	3	1	3	1	4	4		

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Hasil uji instrumen variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.840	16

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
B1	46.2000	23.407	.564	.824
B2	46.2333	23.771	.562	.825
B3	47.0667	23.789	.424	.833
B4	46.1000	23.541	.726	.819
B5	46.3667	22.861	.614	.821
B6	46.9667	23.551	.447	.832
B7	46.8000	25.407	.253	.841
B8	46.8000	24.579	.462	.831
B9	46.3333	24.161	.577	.826
B10	46.8667	21.637	.647	.818
B11	46.8000	24.234	.632	.824
B12	46.7000	27.803	-.169	.855
B13	46.6333	22.654	.451	.834
B14	46.6000	25.214	.421	.833
B15	46.8333	24.282	.575	.826
B16	46.7000	26.217	.155	.844

2. Hasil uji instrumen variabel Motivasi Anggota (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.894	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
B1	40.7333	18.271	.686	.884
B2	40.7000	18.079	.699	.883
B3	40.6000	16.938	.797	.877
B4	40.8667	18.878	.571	.888
B5	40.5667	17.840	.662	.884
B6	40.5667	17.220	.827	.876
B7	40.6000	17.628	.737	.881
B8	41.4000	17.283	.495	.896
B9	40.9000	19.334	.362	.895
B10	40.8000	18.510	.569	.888
B11	40.8333	17.454	.781	.879
B12	40.8667	17.361	.735	.880
B13	40.8333	18.971	.325	.899
B14	40.8667	19.637	.164	.907

3. Hasil uji instrumen variabel Loyalitas Anggota (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.934	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
B1	34.4667	96.602	.807	.926
B2	35.3000	98.148	.718	.928
B3	34.3667	99.344	.669	.930
B4	35.6333	103.964	.553	.933
B5	34.8667	94.120	.874	.923
B6	35.3333	98.161	.807	.926
B7	35.1667	96.006	.869	.924
B8	35.2333	95.013	.771	.927
B9	34.3333	102.368	.515	.935
B10	35.5000	96.328	.779	.926
B11	34.6333	102.654	.574	.932
B12	34.0667	105.444	.549	.933
B13	35.8000	99.131	.571	.934
B14	34.1000	105.541	.542	.933



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI

PERMOHONAN UNTUK MENJADI RESPONDEN

Kepada

Yth. Anggota KSP Setia Kawan

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir sebagai salah satu syarat memperoleh derajat Strata-1 Pendidikan di Universitas Negeri Yogyakarta maka yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Wahyu Anisa

NIM : 12804244013

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Motivasi Anggota terhadap Loyalitas Anggota pada Koperasi Simpan Pinjam
(KSP) Setia Kawan

Memohon dengan hormat kepada Bapak/ Ibu/ Saudara untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan. Bapak/ Ibu/ Saudara tidak perlu khawatir dalam memberikan jawaban yang sejurnya. Artinya semua jawaban yang diberikan oleh Bapak/ Ibu/ Saudara sesuai kondisi yang ada. Setiap jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang tidak ternilai harganya bagi penelitian ini. Atas perhatian dan bantuannya diucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 20 Maret 2016

Peneliti

Putri Wahyu Anisa

ANGKET PENELITIAN

Nama Responden :

Petunjuk Pengisian:

Bapak/ Ibu/ Saudara diminta untuk menjawab semua pertanyaan yang diberikan. Setelah membaca setiap kalimat, berilah tanda cek (✓) pada pilihan jawaban yang dianggap sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
Kualitas Pelayanan					
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)					
1.	Adanya ruang pelayanan yang bersih dan nyaman				
2.	Tidak adanya pendingin ruangan yang membuat nasabah menjadi tidak nyaman				
3.	Koperasi memiliki alat hitung uang dan pendekripsi keaslian uang sehingga mempercepat transaksi				
4.	Koperasi memiliki papan penunjuk ruangan-ruangan yang ada				
Keandalan (<i>Reliability</i>)					
5.	Karyawan mencatat transaksi dan mengentry data transaksi dengan benar				
6.	Karyawan tidak mampu melayani nasabah dengan tepat waktu				
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)					
7.	Karyawan KSP Setia Kawan cepat tanggap dalam memberikan pelayanan nasabah/calon nasabah.				

8.	Karyawan KSP Setia Kawan cepat memberikan solusi atas keluhan dari nasabah.				
9.	Karyawan KSP Setia Kawan kurang mampu memahami kondisi usaha dan keuangan dari nasabah.				
Jaminan (Assurance)					
10.	Karyawan KSP Setia Kawan tidak mampu menanamkan rasa kepercayaan nasabah dengan prinsip kejujuran.				
11.	KSP Setia Kawan memberikan jaminan kerahasiaan data nasabah.				
Empati (Empathy)					
12.	KSP Setia Kawan memberikan pelayanan kepada nasabah secara baik dan ramah.				
13.	KSP Setia Kawan peka terhadap kebutuhan pelayanan nasabah.				
Motivasi Anggota					
Kesadaran dalam Berkoperasi					
1.	Saya ingin menjadi anggota aktif KSP Setia Kawan				
2.	Saya ingin belajar mendalam mengenai koperasi				
3.	Saya tidak ingin tau bagaimana praktik pengelolaan koperasi di KSP Setia Kawan				
Manfaat Berkoperasi					
4.	Saya tidak memanfaatkan layanan KSP Setia Kawan				
5.	Saya ingin bisa bekerja di koperasi				
6.	Saya mendapatkan pengalaman berkoperasi				
7.	Saya melatih jiwa berorganisasi saya melalui koperasi				

Sikap dan Usaha Positif terhadap Koperasi					
8.	Saya menggunakan jasa koperasi karena tidak ada pilihan lain				
9.	Saya tidak ingin ikut serta dalam memajukan koperasi				
10.	Saya mengikuti segala kegiatan yang ada di koperasi				
Keinginan/ Dorongan Untuk Tujuan yang Diharapkan dalam Koperasi					
11.	Saya menjadi anggota karena hanya ikut-ikutan dengan teman saya				
12.	Menabung di koperasi menjadi pilihan investasi di masa depan				
13.	Orang tua saya adalah salah satu aktivis (bekerja) di koperasi.				
Loyalitas Anggota					
Merefensikan kepada Orang Lain					
1.	Saya tidak mengajak orang lain untuk menggunakan jasa KSP Setia Kawan				
2.	Saya bersedia menginformasikan kepada orang lain apabila ada penawaran inovasi baru dari KSP Setia Kawan				
3.	Saya akan menyampaikan sesuatu yang baik mengenai KSP Setia Kawan pada orang lain				

Melakukan Transaksi Berulang-ulang					
4.	Saya menggunakan jasa pelayanan KSP Setia Kawan secara rutin				
5.	Saya menggunakan jasa KSP Setia Kawan setiap hari tertentu disetiap minggunya				
6.	Saya percaya bahwa KSP Setia Kawan selalu siap membantu saya				
Menggunakan Jasa yang Ditawarkan					
7.	Saya tidak tertarik dengan penawaran jasa keuangan lainnya				
8.	Saya akan menggunakan produk yang ditawarkan oleh KSP Setia Kawan				
9.	Saya senang dengan jasa yang ada di KSP Setia Kawan				
10.	Saya tidak yakin dengan produk yang ditawarkan oleh KSP Setia Kawan				
Kesetiaan Menjadi Anggota					
11.	Saya tetap memilih KSP Setia Kawan untuk menabung dan meminjam uang walaupun ada jasa lembaga keuangan lainnya				
12.	Saya tetap akan menjadi nasabah KSP Setia Kawan				
13.	Saya tidak percaya kepada KSP Setia Kawan				
14.	Saya tidak akan berpindah ke koperasi lain				

Data Hasil Penelitian																													
Kualitas Pelayanan (X1)															Motivasi Anggota (X2)														
No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	TOTAL	No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	TOTAL
1	4	4	4	2	3	1	3	2	3	3	2	2	2	35	1	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	42	
2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	44	2	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	45	
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	45	
4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	47	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	45	
5	4	4	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	36	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42	
6	3	3	4	4	3	2	3	4	4	4	3	3	3	43	6	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	38	
7	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	2	2	3	39	7	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	41
8	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	40	8	4	3	3	3	4	4	3	2	4	3	3	3	42	
9	4	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	38	9	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	44
10	4	3	4	3	3	3	4	2	2	4	3	3	3	41	10	3	3	4	4	4	3	4	1	4	3	3	4	3	43
11	2	4	2	2	4	2	3	2	2	4	4	2	2	35	11	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	43
12	3	4	4	3	2	2	4	3	3	4	2	2	3	39	12	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	41
13	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	2	2	43	13	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	45	
14	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	42	14	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	42	
15	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	39	15	3	3	4	3	3	2	3	2	4	3	3	3	39	
16	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	44	16	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	45	
17	3	4	4	3	2	2	4	3	3	4	2	2	3	39	17	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	41	
18	3	3	4	4	3	2	2	2	2	4	2	2	2	35	18	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	43	
19	3	3	3	2	3	2	3	3	1	2	2	2	3	32	19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39	
20	4	3	4	4	2	2	2	3	2	3	3	2	4	38	20	4	3	4	3	3	3	2	3	4	3	4	3	42	
21	3	4	4	3	2	2	4	3	3	4	2	2	3	39	21	3	2	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	44	
22	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	40	22	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	46	
23	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	46	23	4	3	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	44	
24	3	4	4	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	35	24	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	41	

25	4	3	3	2	3	4	4	2	4	4	4	3	3	43	25	3	2	4	3	3	4	4	3	3	43			
26	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	3	4	46	26	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	40		
27	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	2	45	27	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	37	
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	39	28	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	40	
29	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	4	3	2	33	29	4	4	4	3	3	3	2	3	2	3	3	39	
30	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	3	4	39	30	4	3	4	4	3	4	3	2	3	4	3	44		
31	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	32	31	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	36	
32	4	4	4	4	3	3	2	2	2	2	4	4	3	42	32	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	47	
33	4	3	3	4	4	2	4	4	3	3	3	4	44	33	4	2	4	3	3	3	4	2	3	4	3	3	41	
34	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	44	34	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	42	
35	2	3	3	2	2	2	3	3	1	3	2	2	2	30	35	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	44	
36	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	2	3	2	38	36	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	45	
37	2	3	3	3	2	4	3	4	4	3	3	3	2	39	37	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	40	
38	3	4	4	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	35	38	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	45	
39	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	36	39	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	45	
40	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41	40	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	44	
41	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	2	3	3	43	41	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	43	
42	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	41	42	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	42	
43	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	40	43	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	38	
44	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	35	44	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	42	
45	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	36	45	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	42	
46	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	44	46	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	44
47	3	4	4	4	3	2	4	4	3	2	4	2	2	41	47	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47	
48	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	46	48	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	48	
49	3	4	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	34	49	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	44	
50	3	3	4	3	2	3	2	4	2	2	2	2	2	34	50	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	36	
51	4	4	4	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	38	51	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	37	

52	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	43	52	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	43
53	3	4	3	2	3	4	3	2	3	2	3	2	3	37	53	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	42
54	4	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	43	54	3	2	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	45
55	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	47	55	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	41
56	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	43	56	3	2	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	45
57	4	4	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	32	57	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	44
58	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	2	3	46	58	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	46
59	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	43	59	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	4	43
60	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	40	60	4	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	43
61	4	4	4	4	2	1	4	4	4	2	2	2	2	39	61	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	47
62	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	49	62	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	45
63	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	45	63	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	47
64	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41	64	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	40
65	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	45	65	4	2	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	45
66	4	3	4	4	3	3	2	4	4	2	3	3	4	43	66	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	2	3	4	43
67	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	48	67	3	2	4	3	3	3	2	2	4	3	2	2	3	36
68	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	47	68	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	44
69	4	3	1	3	2	4	3	4	3	4	2	3	3	39	69	3	4	3	2	4	3	4	3	4	3	4	3	44	
70	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	37	70	3	1	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	37
71	3	4	3	3	4	2	3	2	2	4	3	2	3	38	71	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
72	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	42	72	3	2	4	2	4	3	3	3	4	4	3	4	4	43
73	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	45	73	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
74	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	43	74	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	44
75	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	48	75	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	36	
76	4	4	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	3	39	76	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	41
77	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	2	2	4	44	77	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	42
78	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	39	78	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	39	

79	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	45	79	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	39
80	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	51	80	3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	2	3	3	39
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	51	81	4	2	3	3	4	3	4	2	3	3	3	4	3	41
82	3	3	3	2	3	4	4	2	3	2	2	2	4	37	82	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	47

Data Hasil Penelitian																															
Loyalitas Anggota (Y)																															
No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	TOTAL	No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	TOTAL
1	2	4	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4	3	44	42	3	3	2	2	3	2	2	3	4	3	3	3	39		
2	4	4	3	3	4	4	2	4	4	3	3	2	3	4	47	43	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	45		
3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	49	44	4	4	3	4	3	3	1	3	4	2	3	3	43		
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	54	45	4	4	3	3	2	3	2	3	4	4	3	2	41		
5	2	2	2	2	3	4	4	4	4	3	3	2	2	2	39	46	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	45		
6	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	48	47	3	4	2	3	4	4	2	4	4	2	3	2	43		
7	4	4	3	3	4	3	2	3	4	4	4	2	3	3	46	48	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	4	51		
8	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	45	49	4	4	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	37		
9	4	4	3	3	3	3	2	3	4	4	2	4	4	4	47	50	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	44		
10	4	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	43	51	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	42		
11	4	4	2	3	4	2	2	3	4	4	2	2	2	2	40	52	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	41		
12	3	4	2	3	3	2	2	3	4	2	4	3	2	3	40	53	4	4	3	2	3	3	3	4	1	2	2	3	40		
13	4	4	2	3	3	3	2	3	4	3	2	2	2	3	40	54	4	4	3	3	3	4	2	4	4	4	4	3	49		
14	4	4	2	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	42	55	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	50		
15	4	4	2	3	3	3	2	3	4	3	2	2	2	3	40	56	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	49		
16	4	4	3	3	2	2	3	4	4	4	2	2	2	4	44	57	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	42		
17	3	4	2	3	3	2	2	3	4	2	4	3	2	3	40	58	4	4	2	2	4	3	4	4	4	3	3	4	48		

18	4	4	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	39	59	4	4	3	4	3	2	3	4	4	4	4	3	2	3	3	46
19	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	39	60	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	47
20	4	2	2	2	2	3	2	3	1	3	3	2	2	3	34	61	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	48
21	3	4	2	2	4	4	2	4	4	2	2	3	2	4	42	62	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	51
22	4	4	3	4	3	2	3	3	3	4	3	4	4	3	47	63	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	53
23	4	3	2	2	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	47	64	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	42
24	4	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	39	65	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	44
25	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	47	66	4	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	3	4	4	47
26	4	4	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	51	67	3	3	3	2	3	3	2	4	4	3	3	2	3	3	41
27	4	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	38	68	4	4	2	2	3	4	2	3	4	3	2	2	3	3	41
28	4	4	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	45	69	4	4	4	4	3	4	3	2	4	4	3	4	3	4	50
29	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	41	70	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	47
30	4	3	2	2	3	2	2	3	4	2	2	2	2	3	36	71	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	45
31	2	2	2	2	4	2	3	3	4	2	2	2	2	3	35	72	4	4	2	3	4	2	1	3	4	4	2	1	2	4	40
32	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	2	4	4	50	73	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	47
33	4	4	2	3	2	3	2	4	4	3	3	2	3	4	43	74	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	52	
34	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	40	75	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	37
35	4	3	2	1	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	37	76	4	4	3	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	3	49
36	3	4	1	2	4	3	1	3	4	4	1	1	2	4	37	77	4	4	3	2	4	4	2	2	4	3	3	3	3	4	45
37	3	3	2	2	3	3	1	2	2	3	3	2	2	2	33	78	2	4	4	4	3	3	2	2	2	3	3	4	4	3	43
38	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	2	3	3	3	42	79	4	4	2	2	4	3	2	3	4	3	3	4	3	4	45
39	4	4	2	3	3	2	3	3	4	4	3	2	3	3	43	80	4	4	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	44
40	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	45	81	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	53
41	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	48	82	4	4	2	4	3	3	2	3	4	4	4	3	3	4	46

UJI DESKRIPTIF

Frequencies

Statistics

		Kualitas Pelayanan	Motivasi Anggota	Loyalitas Anggota
N	Valid	82	82	82
	Missing	0	0	0
Mean		40.8293	42.2561	43.8780
Std. Error of Mean		.52456	.32640	.51634
Median		41.0000	43.0000	44.0000
Mode		39.00	44.00 ^a	47.00
Std. Deviation		4.75006	2.95568	4.67563
Variance		22.563	8.736	21.861
Range		22.00	12.00	21.00
Minimum		30.00	36.00	33.00
Maximum		52.00	48.00	54.00
Sum		3348.00	3465.00	3598.00

UJI NORMALITAS

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas Pelayanan	Motivasi Anggota	Loyalitas Anggota
N		82	82	82
Normal Parameters ^a	Mean	40.8293	42.2561	43.8780
	Std. Deviation	4.75006	2.95568	4.67563
Most Extreme Differences	Absolute	.091	.113	.077
	Positive	.089	.079	.065
	Negative	-.091	-.113	-.077
Kolmogorov-Smirnov Z		.822	1.020	.698
Asymp. Sig. (2-tailed)		.509	.249	.714

a. Test distribution is Normal.

UJI LINIEARITAS

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Loyalitas Anggota *	82	100.0%	0	.0%	82	100.0%
Kualitas Pelayanan						
Loyalitas Anggota *	82	100.0%	0	.0%	82	100.0%
Motivasi Anggota						

Means (X1 – Y)**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Anggota *	Between Groups	423.009	12	35.251	1.805	.064
Motivasi Anggota	Linearity	186.790	1	186.790	9.563	.003
	Deviation from Linearity	236.220	11	21.475	1.099	.375
	Within Groups	1347.771	69	19.533		
	Total	1770.780	81			

Means (X2 – Y)**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Anggota *	Between Groups	751.030	20	37.552	2.246	.008
Kualitas Pelayanan	Linearity	443.490	1	443.490	26.529	.000
	Deviation from Linearity	307.540	19	16.186	.968	.508
	Within Groups	1019.750	61	16.717		
	Total	1770.780	81			

UJI MULTIKOLINIEARITAS

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Motivasi Anggota, Kualitas Pelayanan ^a		.Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: Loyalitas Anggota

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.570 ^a	.325	.308	3.88940

- a. Predictors: (Constant), Motivasi Anggota, Kualitas Pelayanan
 b. Dependent Variable: Loyalitas Anggota

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	575.715	2	287.857	19.029	.000 ^a
	Residual	1195.065	79	15.127		
	Total	1770.780	81			

- a. Predictors: (Constant), Motivasi Anggota, Kualitas Pelayanan
 b. Dependent Variable: Loyalitas Anggota

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.567	6.915		.950	.345		
Kualitas Pelayanan	.464	.091	.471	5.070	.000	.989	1.011
Motivasi Anggota	.435	.147	.275	2.956	.004	.989	1.011

a. Dependent Variable: Loyalitas Anggota

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Kualitas Pelayanan	Motivasi Anggota
1	1	2.989	1.000	.00	.00	.00
	2	.009	18.053	.04	.93	.13
	3	.002	36.129	.96	.07	.87

a. Dependent Variable: Loyalitas Anggota

UJI HOMOKSEDASTISITAS

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Motivasi Anggota, Kualitas Pelayanan ^a		.Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: sqr_res

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.191 ^a	.036	.012	17.72741

a. Predictors: (Constant), Motivasi Anggota, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: sqr_res

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	938.801	2	469.401	1.494	.231 ^a
	Residual	24826.622	79	314.261		
	Total	25765.424	81			

a. Predictors: (Constant), Motivasi Anggota, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: sqr_res

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	42.944	31.520		1.362	.177		
Kualitas Pelayanan	.383	.417	.102	.918	.361	.989	1.011
Motivasi Anggota	-1.041	.670	-.173	-1.554	.124	.989	1.011

a. Dependent Variable: sqr_res

UJI REGRESI BERGANDA

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Motivasi Anggota, Kualitas Pelayanan ^a		.Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Loyalitas Anggota

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.570 ^a	.325	.308	3.88940

a. Predictors: (Constant), Motivasi Anggota, Kualitas Pelayanan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	575.715	2	287.857	19.029	.000 ^a
	Residual	1195.065	79	15.127		
	Total	1770.780	81			

a. Predictors: (Constant), Motivasi Anggota, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Anggota

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.567	6.915		.950	.345
Kualitas Pelayanan	.464	.091	.471	5.070	.000
Motivasi Anggota	.435	.147	.275	2.956	.004

a. Dependent Variable: Loyalitas Anggota

SUMBANGAN EFEKTIF DAN SUMBANGAN RELATIF

Variabel	a	$\sum XY^*$	JK reg	R square	SR	SE
X1	0,464	900,293	575,715	0,325	72,54%	23,59%
X2	0,435	363,561			27,46%	8,93%
Total					100,00%	32,52%

*) diambil dari tabel *Corelation* pada kolom *Sum of Squares and Cross-product*

Correlations

		Kualitas Pelayanan	Motivasi Anggota	Loyalitas Anggota
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.106	.500**
	Sig. (2-tailed)		.343	.000
	Sum of Squares and Cross-products	1827.610	120.585	900.293
	Covariance	22.563	1.489	11.115
	N	82	82	82
Motivasi Anggota	Pearson Correlation	.106	1	.325**
	Sig. (2-tailed)	.343		.003
	Sum of Squares and Cross-products	120.585	707.622	363.561
	Covariance	1.489	8.736	4.488
	N	82	82	82
Loyalitas Anggota	Pearson Correlation	.500**	.325**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	
	Sum of Squares and Cross-products	900.293	363.561	1770.780
	Covariance	11.115	4.488	21.861
	N	82	82	82

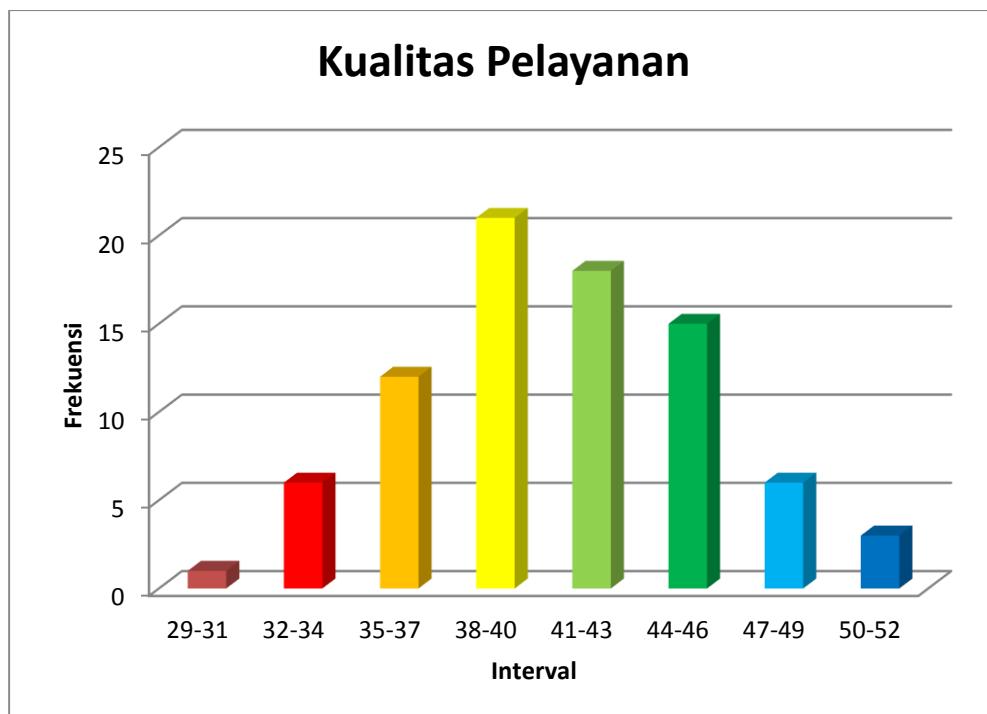
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

PERHITUNGAN KELAS INTERVAL

1. Kualitas Pelayanan (X1)

Minimum	30
Maximum	52
Range	22,00
N	82
K	$1 + 3,3 \log N$
	7,3156
\approx	7
P	22/7
	3,14
\approx	3

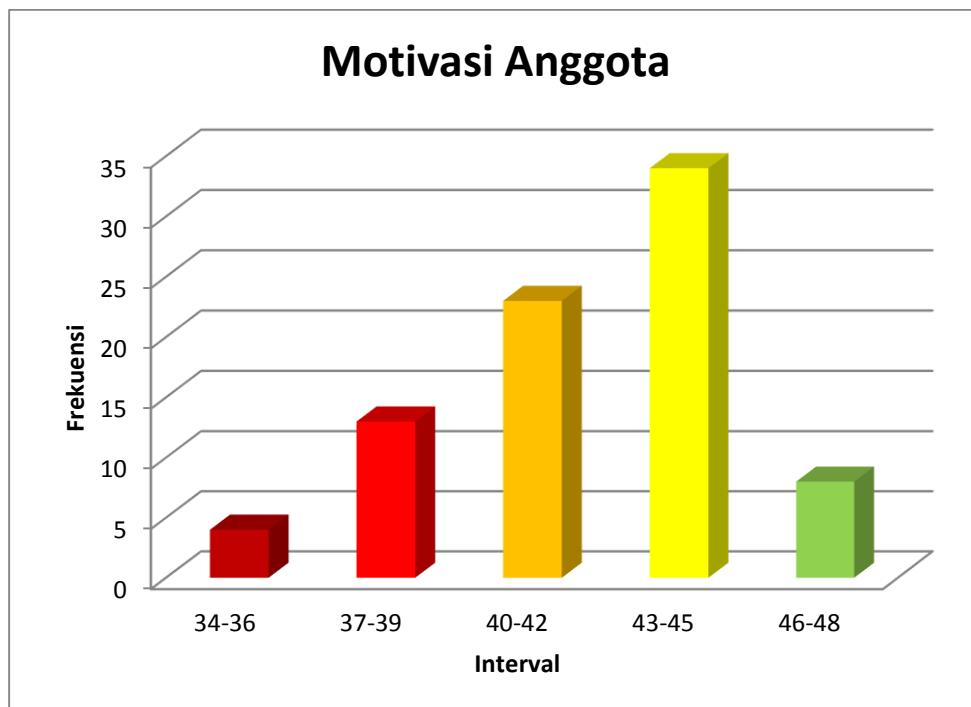
No.	Interval	Frekuensi	Persentase
1	50 - 52	3	3,66%
2	47 - 49	6	7,32%
3	44 - 46	15	18,29%
4	41 - 43	18	21,95%
5	38 - 40	21	25,61%
6	35 - 37	12	14,63%
7	32 - 34	6	7,32%
8	29 - 31	1	1,22%
Jumlah		82	100,00%



2. Motivasi Anggota

Minimum	36
Maximum	48
Range	12
N	82
K	$1 + 3,3 \log N$ 7,3156
\approx	7
P	$22/7$ 3,14
\approx	3

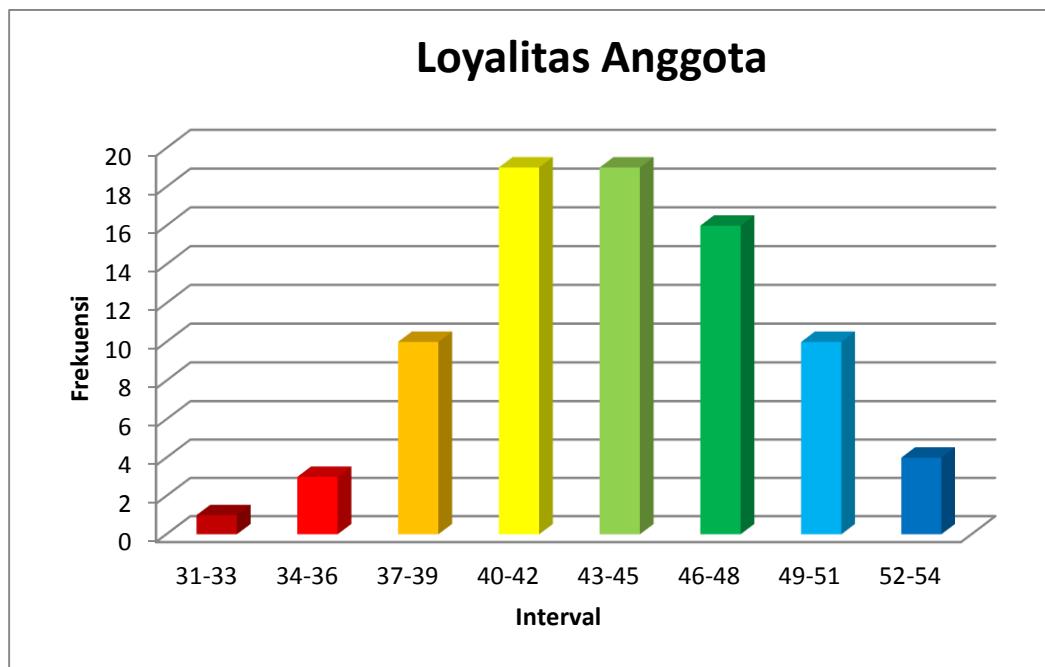
No.	Interval	Frekuensi	Percentase
1	46 - 48	8	9,76%
2	43 - 45	34	41,46%
3	40 - 42	23	28,05%
4	37 - 39	13	15,85%
5	34 - 36	4	4,88%
Jumlah		82	100%



3. Loyalitas Anggota

Minimum	33
Maximum	54
Range	21
N	82
K	$1+3,3 \log N$
	7,3156
\approx	7
P	21/7
	3

No.	Interval	Frekuensi	Persentase
1	52-54	4	4,88%
2	49-51	10	12,20%
3	46-48	16	19,51%
4	43-45	19	23,17%
5	40-42	19	23,17%
6	37-39	10	12,20%
7	34-36	3	3,66%
8	31-33	1	1,22%
Jumlah		82	100,00%



RUMUS KATEGORISASI

1. Kualitas Pelayanan

Skor Max	4	\times	13	52
Skor Min	1	\times	13	13
M teoritik	65	/	2	32,5
SD teoritik	39	/	6	6,5
Sangat Baik	X	>	$M + 1,5 SD$	
Baik	$M + 0,5 SD$	$< X \leq$	$M + 1,5 SD$	
Cukup	$M - 0,5 SD$	$< X \leq$	$M + 0,5 SD$	
Kurang	$M - 1,5 SD$	$< X \leq$	$M - 0,5 SD$	
Sangat Kurang	X	\leq	$M - 1,5 SD$	
Kategori			Skor	
Sangat Baik	X	>	42,25	
Baik	35,75	<	X	$\leq 42,25$
Cukup	29,25	<	X	$\leq 35,75$
Kurang	22,75	<	X	$\leq 29,25$
Sangat Kurang	X	\leq	22,75	

2. Motivasi Anggota

Skor Max	4	\times	13	52
Skor Min	1	\times	13	13
M teoritik	65	/	2	32,5
SD teoritik	39	/	6	6,5
Sangat Baik	X	>	$M + 1,5 SD$	
Baik	$M + 0,5 SD$	$< X \leq$	$M + 1,5 SD$	
Cukup	$M - 0,5 SD$	$< X \leq$	$M + 0,5 SD$	
Kurang	$M - 1,5 SD$	$< X \leq$	$M - 0,5 SD$	
Sangat Kurang	X	\leq	$M - 1,5 SD$	
Kategori			Skor	
Sangat Baik	X	>	42,25	
Baik	35,75	<	X	$\leq 42,25$
Cukup	29,25	<	X	$\leq 35,75$
Kurang	22,75	<	X	$\leq 29,25$
Sangat Kurang	X	\leq	22,75	

3. Loyalitas Anggota

Skor Max	4	\times	14	56
Skor Min	1	\times	14	14
M teoritik	65	/	2	35
SD teoritik	39	/	6	7
Sangat Baik	X	>	$M + 1,5 SD$	
Baik	$M + 0,5 SD$	$< X \leq$	$M + 1,5 SD$	
Cukup	$M - 0,5 SD$	$< X \leq$	$M + 0,5 SD$	
Kurang	$M - 1,5 SD$	$< X \leq$	$M - 0,5 SD$	
Sangat Kurang	X	\leq	$M - 1,5 SD$	
Kategori			Skor	
Sangat Baik	X	>	45,5	
Baik	38,5	<	X	$\leq 45,5$
Cukup	31,5	<	X	$\leq 38,5$
Kurang	24,5	<	X	$\leq 31,5$
Sangat Kurang	X	\leq	24,5	

HASIL UJI KATEGORISASI

RES	Kualitas Pelayanan		Motivasi Anggota		Loyalitas Anggota	
	Skor	Kategori	Skor	Kategori	Skor	Kategori
1	35	Cukup	42	Baik	44	Sangat Baik
2	44	Sangat Baik	45	Sangat Baik	47	Sangat Baik
3	52	Sangat Baik	45	Sangat Baik	49	Sangat Baik
4	47	Sangat Baik	45	Sangat Baik	54	Sangat Baik
5	36	Baik	42	Baik	39	Baik
6	43	Sangat Baik	38	Baik	48	Sangat Baik
7	39	Baik	41	Baik	46	Sangat Baik
8	40	Baik	42	Baik	45	Sangat Baik
9	38	Baik	44	Sangat Baik	47	Sangat Baik
10	41	Baik	43	Sangat Baik	43	Sangat Baik
11	35	Cukup	43	Sangat Baik	40	Baik
12	39	Baik	41	Baik	40	Baik
13	43	Sangat Baik	45	Sangat Baik	40	Baik
14	42	Baik	42	Baik	42	Baik
15	39	Baik	39	Baik	40	Baik
16	44	Sangat Baik	45	Sangat Baik	44	Sangat Baik
17	39	Baik	41	Baik	40	Baik
18	35	Cukup	43	Sangat Baik	39	Baik
19	32	Cukup	39	Baik	39	Baik
20	38	Baik	42	Baik	34	Cukup
21	39	Baik	44	Sangat Baik	42	Baik
22	40	Baik	46	Sangat Baik	47	Sangat Baik
23	46	Sangat Baik	44	Sangat Baik	47	Sangat Baik
24	35	Cukup	41	Baik	39	Baik
25	43	Sangat Baik	43	Sangat Baik	47	Sangat Baik
26	46	Sangat Baik	40	Baik	51	Sangat Baik
27	45	Sangat Baik	37	Baik	38	Baik
28	39	Baik	40	Baik	45	Sangat Baik
29	33	Cukup	39	Baik	41	Baik
30	39	Baik	44	Sangat Baik	36	Baik
31	32	Cukup	36	Baik	35	Cukup
32	42	Baik	47	Sangat Baik	50	Sangat Baik
33	44	Sangat Baik	41	Baik	43	Sangat Baik

RES	Kualitas Pelayanan		Motivasi Anggota		Loyalitas Anggota	
	Skor	Kategori	Skor	Kategori	Skor	Kategori
35	30	Cukup	44	Sangat Baik	37	Baik
36	38	Baik	45	Sangat Baik	37	Baik
37	39	Baik	40	Baik	33	Cukup
39	36	Baik	45	Sangat Baik	43	Sangat Baik
40	41	Baik	44	Sangat Baik	45	Sangat Baik
41	43	Sangat Baik	43	Sangat Baik	48	Sangat Baik
42	41	Baik	42	Baik	39	Baik
43	40	Baik	38	Baik	45	Sangat Baik
44	35	Cukup	42	Baik	43	Sangat Baik
45	36	Baik	42	Baik	41	Baik
46	44	Sangat Baik	44	Sangat Baik	45	Sangat Baik
47	41	Baik	47	Sangat Baik	43	Sangat Baik
48	46	Sangat Baik	48	Sangat Baik	51	Sangat Baik
49	34	Cukup	44	Sangat Baik	37	Baik
50	34	Cukup	36	Baik	44	Sangat Baik
51	38	Baik	37	Baik	42	Baik
52	43	Sangat Baik	43	Sangat Baik	41	Baik
53	37	Baik	42	Baik	40	Baik
54	43	Sangat Baik	45	Sangat Baik	49	Sangat Baik
55	47	Sangat Baik	41	Baik	50	Sangat Baik
56	43	Sangat Baik	45	Sangat Baik	49	Sangat Baik
57	32	Cukup	44	Sangat Baik	42	Baik
58	46	Sangat Baik	46	Sangat Baik	48	Sangat Baik
59	43	Sangat Baik	43	Sangat Baik	46	Sangat Baik
60	40	Baik	43	Sangat Baik	47	Sangat Baik
61	39	Baik	47	Sangat Baik	48	Sangat Baik
62	49	Sangat Baik	45	Sangat Baik	51	Sangat Baik
63	45	Sangat Baik	47	Sangat Baik	53	Sangat Baik
64	41	Baik	40	Baik	42	Baik
65	45	Sangat Baik	45	Sangat Baik	44	Sangat Baik
66	43	Sangat Baik	43	Sangat Baik	47	Sangat Baik
67	48	Sangat Baik	36	Baik	41	Baik
68	47	Sangat Baik	44	Sangat Baik	41	Baik
69	39	Baik	44	Sangat Baik	50	Sangat Baik
70	37	Baik	37	Baik	47	Sangat Baik
71	38	Baik	38	Baik	45	Sangat Baik
72	42	Baik	43	Sangat Baik	40	Baik

RES	Kualitas Pelayanan		Motivasi Anggota		Loyalitas Anggota	
	Skor	Kategori	Skor	Kategori	Skor	Kategori
73	45	Sangat Baik	39	Baik	47	Sangat Baik
74	43	Sangat Baik	44	Sangat Baik	52	Sangat Baik
76	39	Baik	41	Baik	49	Sangat Baik
77	44	Sangat Baik	42	Baik	45	Sangat Baik
79	45	Sangat Baik	39	Baik	45	Sangat Baik
80	51	Sangat Baik	39	Baik	44	Sangat Baik
81	51	Sangat Baik	41	Baik	53	Sangat Baik
82	37	Baik	47	Sangat Baik	46	Sangat Baik

HASIL UJI KATEGORISASI

Frequency Table

Kualitas Pelayanan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Baik	35	42.7	42.7	42.7
Cukup	13	15.9	15.9	58.5
Sangat Baik	34	41.5	41.5	100.0
Total	82	100.0	100.0	

Motivasi Anggota

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Baik	40	48.8	48.8	48.8
Sangat Baik	42	51.2	51.2	100.0
Total	82	100.0	100.0	

Loyalitas Anggota

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Baik	30	36.6	36.6	36.6
Cukup	3	3.7	3.7	40.2
Sangat Baik	49	59.8	59.8	100.0
Total	82	100.0	100.0	

PIE DALAM KATEGORISASI