



## **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Dan Dampaknya Pada Loyalitas Anggota Sebagai Pelanggan**

**Muhammad Said Iqbal<sup>1</sup>, Wahyudin<sup>2</sup>**

Universitas Koperasi Indonesia

[wahyudin@ikopin.ac.id](mailto:wahyudin@ikopin.ac.id)

### **ABSTRAK**

Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten mengalami masalah pada turunnya jumlah anggota yang bertransaksi diduga karena kualitas pelayanan yang diberikan belum memuaskan anggota dan berdampak pada loyalitas. Data diperoleh melalui wawancara, kuesioner, observasi, dan studi pustaka diolah menggunakan SPSS. Populasi pada penelitian adalah anggota Koperasi berjumlah 1.012 anggota. Sampel berukuran 100 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis jalur. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa: (1) variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ) dengan koefisien jalur ( $\beta$ ) sebesar 0,307 dan tingkat signifikansi  $< 0,001$  ( $p < 0,05$ ); (2) variabel kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ) berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ) dengan koefisien jalur ( $\beta$ ) sebesar 0,421 dan tingkat signifikansi  $< 0,001$  ( $p < 0,05$ ). Pengaruh tidak langsung sebesar 0,129.

***Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan dan Koperasi.***

### **ABSTRACT**

*PRIMKOPKAR Cooperative of Perum Perhutani Unit III West Java and Banten has experienced a decline in the number of members making transactions. This condition is assumed to be caused by unsatisfactory service quality, leading to loyalty. Data were collected through interviews, questionnaires, observation, and literature studies, and processed using SPSS. The population in this study consisted of 1,012 members, with a sample of 100 respondents. Data analysis techniques included descriptive analysis and path analysis. The results of the path analysis show that: (1) the service quality variable (X) has a significant effect on customer satisfaction ( $Y_1$ ) with a path coefficient ( $\beta$ ) of 0.307 and a significance level of  $< 0.001$  ( $p < 0.05$ ); (2) the customer satisfaction variable ( $Y_1$ ) significantly affects customer loyalty ( $Y_2$ ) with a path coefficient ( $\beta$ ) of 0.421 and a significance level of  $< 0.001$  ( $p < 0.05$ ). Furthermore, the indirect effect of service quality on customer loyalty through customer satisfaction is 0.129.*

***Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty and Cooperative***

## PENDAHULUAN

Koperasi merupakan salah satu badan usaha yang diakui oleh negara selain Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Swasta (BUMS). Koperasi hadir sebagai badan usaha yang mengedepankan kesejahteraan anggotanya dan menjadi peran penting dalam memajukan perekonomian nasional. Dewasa ini, era globalisasi mengakibatkan ketidakpastian dan perubahan yang signifikan akibat dari kemajuan teknologi dan persaingan bisnis yang semakin meningkat. Dalam persaingan bisnis yang ketat dan kondisi ekonomi yang penuh dengan ketidakpastian salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah peningkatan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan anggota dan terbentuk loyalitas anggota sebagai pelanggan sehingga Koperasi dapat bertahan serta terus berkembang dengan baik.

Tujuan utama dalam berbisnis adalah mendapat keuntungan, salah satu faktor pentingnya adalah peningkatan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan yang baik maka akan berimplikasi pada pendapatan Koperasi, karena dengan terpenuhinya ekspektasi pelanggan maka akan meningkatkan jumlah transaksi anggota dan hal tersebut berbanding lurus dengan pendapatan Koperasi yang akan berdampak pada perekonomian nasional dalam jangka panjang. Pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bukan hanya pada anggota sebagai pelanggan namun Koperasi juga merasakan dampak dari kualitas pelayanan yang baik.

Ketika kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat dan akan berpengaruh pada pendapatan Koperasi. Semakin besar pendapatan sebuah Koperasi maka menunjukkan bahwa Koperasi tersebut dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan anggota berpartisipasi aktif dalam bertransaksi sebagai pelanggan.

**Tabel 1. Pendapatan Unit Usaha Niaga (Toko) Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten Tahun 2020-2024**

Tahun	Pendapatan (Rp)	Perkembangan (%)
2020	590.770.500	-
2021	719.514.573	21,79
2022	852,819,166	18,53
2023	796.708.903	(6,58)
2024	593.377.202	(25,52)

*Sumber: Laporan RAT Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten Tahun 2020-2024*

Tabel 1. menunjukkan pendapatan Koperasi mengalami fluktuatif, yang mana setiap tahunnya mengalami perubahan yang cukup signifikan khususnya pada Unit Usaha Niaga (Toko). Pendapatan bersih Koperasi pada tahun 2020-2022 naik secara konsisten, akan tetapi pada tahun 2023-2024 pendapatan mengalami penurunan yang signifikan. Data tersebut membuktikan bahwa menurunnya kualitas pelayanan yang diberikan mengakibatkan berkurangnya kepuasan pelanggan dalam melakukan transaksi di Koperasi, hal tersebut berimplikasi pada pendapatan Koperasi yang fluktuatif. Berdasarkan data target pendapatan dan realisasi.

**Tabel 1 Target Pendapatan dan Realisasi Pendapatan Koperasi PRIMKOPKAR Unit III Jawa Barat dan Banten Tahun 2020-2024**

Tahun	Target Pendapatan	Realisasi Pendapatan	Perkembangan (%)
2020	510.000.000	590.770.500	15,84
2021	510.000.000	719.514.573	41,08
2022	755.496.000	852.819.166	12,88
2023	938.000.000	796.708.903	(15,06)
2024	876.000.000	593.377.202	(32,26)

*Sumber: Laporan RAT Koperasi PRIMKOPKAR Unit III Jawa Barat dan Banten Tahun 2020-2024*

Berdasarkan data RAPBK (Rencana Anggaran dan Pendapatan Belanja Koperasi) dalam dokumen laporan RAT (Rapat Anggota Tahunan) terdapat fluktuatif pada angka perkembangan realisasi terhadap target pendapatan. Pada tahun 2020-2022 angka realisasi melebihi target pendapatan, namun pada tahun 2023 dan 2024 mengalami penurunan yang signifikan yang mana diduga disebabkan oleh berbagai faktor, salah satunya seperti rendahnya kualitas pelayanan yang mana mengakibatkan kepuasan pelanggan menurun hal ini sejalan dengan penurunan realisasi pendapatan yang terdampak oleh rendahnya kualitas pelayanan. Berdasarkan jumlah anggotanya:

**Tabel 2 Perkembangan Jumlah Anggota Koperasi PRIMKOPKAR Unit III Jawa Barat dan Banten Tahun 2020-2024**

Tahun	Anggota Masuk (Orang)	Anggota Keluar (Orang)	Jumlah Anggota (Orang)
2020	55	24	489
2021	125	17	633
2022	114	14	733
2023	120	25	822
2024	127	27	1.012

*Sumber: Laporan RAT Koperasi PRIMKOPKAR Unit III Jawa Barat dan Banten Tahun 2020-2024*

Tabel 3 menunjukkan konsistensi pada peningkatan jumlah anggota Koperasi PRIMKOPKAR Unit III Jawa Barat dan Banten dari tahun 2020-2024 namun pola tersebut tidak berlaku pada jumlah anggota masuk yang mengalami fluktuatif dan terjadi peningkatan secara konsisten pada jumlah anggota yang keluar dari tahun 2021-2024. Berdasarkan data tersebut, jumlah anggota yang masuk mengalami fluktuatif dan terdapat peningkatan jumlah anggota keluar yang mana terdapat beberapa faktor yang diduga sebagai penyebab anggota memutuskan keluar, salah satunya kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi kepada anggotanya. Berdasarkan pada perkembangan jumlah transaksi:

**Tabel 4 Perkembangan Jumlah Transaksi Pelanggan PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten 2020-2024**

Tahun	Anggota	Non-Anggota	Jumlah Pelanggan	Presentasi Jumlah Transaksi
2020	321	12	333	96
2021	509	25	534	95
2022	467	56	523	89
2023	413	40	453	91
2024	407	44	451	90

*Sumber: Dokumen Koperasi PRIMKOPKAR Unit III Jawa Barat dan Banten*

Tabel 4 memperlihatkan bahwa jumlah partisipasi anggota mengalami fluktuatif. Pada tahun 2020-2021 mengalami peningkatan, namun tahun 2022-2024 mengalami penurunan yang konsisten sehingga partisipasi anggota menjadi poin penting yang mana kontribusinya terus menurun dari tahun ke tahun. Kinerja Koperasi bergantung pada tingkat partisipasi anggotanya, jika anggota berpartisipasi dengan aktif maka Koperasi akan berkembang dengan baik.

Menurut Lupiyoadi (2001:158) terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, Dari lima faktor tersebut, terdapat kualitas pelayanan. Pengukuran kualitas pertama kali dikembangkan oleh Parasuraman, pada perkembangannya konsep tersebut dikembangkan kedalam lima dimensi, yaitu *Tangibles* (Bukti Fisik), *Reliability* (Realibilitas), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), dan *Empathy* (Empati). Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut harus dijalankan dan dibuktikan oleh Koperasi khususnya pada unit niaga (toko) untuk memberikan kesan yang baik karena dengan hal itu maka kepercayaan pelanggan akan terbentuk dan pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2019:16) Metode Kuantitatif merupakan metode ilmiah atau *scientific* karena terlalu memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian penjelasan (*eksplanatory research*). Penelitian penjelasan (*eksplanatory research*) menurut Singarimbun (2006:5) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian melalui uji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, sehingga dapat mengetahui berapa besar kontribusi variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya serta besarnya arah hubungan yang terjadi. Penelitian ini membahas tentang pengaruh dimensi Kualitas Pelayanan yang terdiri dari Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*) terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada pelanggan Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat ukur pengumpulan data yang pokok, dan menjelaskan hubungan antar variabelnya.

Dalam penelitian ini, diperlukan beberapa jenis data yang relevan untuk mengatasi tantangan

yang dihadapi, yang didasarkan pada indikator yang sesuai dengan judul penelitian. Untuk memberikan gambaran serta alternatif pemecahan terhadap masalah yang diidentifikasi, masalah-masalah tersebut dikelompokkan sebagai berikut:

### **1. Variabel Bebas (*Exogeneous Variable*)**

Variabel eksogen merupakan variabel independen yang mana dalam penelitian ini yaitu variabel Kualitas Pelayanan (X), yaitu tingkat keunggulan pelayanan yang dapat memenuhi harapan pelanggan. Terdapat beberapa indikator di dalam sub variabel Kualitas Pelayanan, yaitu:

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

### **2. Variabel Antara (*Intervening Variable*)**

Variabel antara dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ). Tingkat kepuasan pelanggan adalah kondisi dimana ketika seorang pelanggan membandingkan kualitas pelayanan yang diberikan dengan harapannya. Pengalaman yang baik akan meningkatkan kepuasan seorang pelanggan.

### **3. Variabel Terikat (*Endogenous Variable*)**

Variabel endogeneous dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan ( $Y_2$ ). Sesuatu yang dirasakan oleh pelanggan karena sudah merasa bahwa mereka akan loyal dan terus berlangganan dalam jangka panjang.

Untuk menentukan cara dalam penentuan sumber data dalam penelitian ini, penulis memilih *Non-probability sampling*. Pada *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *Non-probability sampling* meliputi *sampling* sistematis, kuota, aksidental, *purposive*, jenuh, dan *snowball* (Sugiyono, 2019:131). Sampel yang diambil menggunakan teknik *purposive*. Menurut Sugiyono (2019:133) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang dimaksud adalah ketika sampel yang ingin kita ajukan sebagai responden sudah mengetahui, memiliki hubungan dengan objek penelitian dan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Sampel yang diambil menggunakan teknik *purposive* sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Sedangkan dalam menentukan ukuran sampel pada penelitian ini, sesuai dengan pendapat Sarwono (2007:23) untuk memastikan bahwa penelitian menjadi fit, sangat penting untuk mengambil sampel yang cukup untuk mewakili populasi yang akan diteliti, oleh sebab itu peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden dengan ketentuan jumlah sampel tidak kurang dari jumlah sampel minimal yang telah ditentukan. Jumlah sampel yang memadai akan lebih dapat diandalkan dan dapat digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih akurat terhadap populasi yang diteliti. Pengumpulan data dapat dilakukan melalui beberapa teknik, seperti observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi, dan triangulasi/gabungan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dalam pengambilan keputusan Uji t Parsial dalam perhitungan Analisis Regresi terdapat dua cara yang mana dapat digunakan dalam menetapkan hasil perhitungan sebagai sebuah kesimpulan, pertama dengan membandingkan antara nilai t hitung dengan t tabel, dan kedua dengan membandingkan nilai signifikansi Uji t terhadap standar nilai signifikansi.

**Tabel 5 Output Uji Hipotesis Variabel X Terhadap Variabel Y<sub>1</sub>**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	37.583	4.114		9.135	<.001		
	Total Kualitas Pelayanan	.272	.085	.307	3.199	.002	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Total Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan Tabel 5 variabel X memiliki nilai t-statistik 3.199 lebih besar dari nilai t-tabel 1.984 dan nilai Sig. sebesar 0,02 lebih kecil dari 0,05 maka bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y<sub>1</sub>).

Berdasarkan tabel 5 maka persamaan regresi-nya adalah sebagai berikut  $Y = 37,583 + 0,272X$ , nilai konstanta yang diperoleh sebesar 37,583 maka bisa diartikan bahwa jika variabel independen sebesar 0, maka variabel dependen sebesar 37,583 atau tetap. Pada variabel kualitas pelayanan (X) yaitu sebesar 0,272 artinya, tiap peningkatan kualitas pelayanan (X) sebesar satu poin maka akan meningkatkan kualitas pelayanan sebesar 0,272.

**Tabel 6 Output Uji Koefisien Determinan Variabel X Terhadap Variabel Y<sub>1</sub>**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.307 <sup>a</sup>	.095	.085	9.199946	2.521

a. Predictors: (Constant), Total Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Total Kepuasan Pelanggan

Pada nilai analisis hasil uji koefisien determinan yang terdapat pada Tabel 6 diketahui sebesar 0,095 maka dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y<sub>1</sub>) sebesar 9,50% sedangkan sisanya 90,50% dipengaruhi oleh variabel lain seperti *product, price, promotion, place, service, atmosfer*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota sebagai pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, hal ini berbanding lurus dengan hasil analisis yang didapatkan peneliti, bahwa Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten harus meningkatkan kualitas pelayanan, berupa fasilitas toko, kehandalan karyawan, daya tanggap karyawan, jaminan keamanan atau rasa nyaman saat bertransaksi dan empati pada kebutuhan pelanggan..

### Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Pada hasil analisis uji t melalui uji regresi dapat dilihat bagaimana hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan berdasarkan nilai t hitung terhadap t tabel dan nilai signifikansi. Berikut hasil analisis pada uji regresi antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y<sub>2</sub>).

**Tabel 7 Output Uji Hipotesis Variabel X Terhadap Variabel Y<sub>2</sub>**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.033	1.064		4.731	<,001		
	Total Kepuasan Pelanggan	.095	.021	.421	4.600	<,001	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Total Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan Tabel 7 maka dapat terlihat bahwa variabel kepuasan pelanggan (Y<sub>1</sub>) memiliki nilai statistik sebesar 4.600 lebih besar dari nilai t-tabel 1.984 dan nilai Sig. sebesar < 0,001 lebih kecil dari 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y<sub>2</sub>).

Berdasarkan Tabel 7 maka persamaan regresi-nya adalah sebagai berikut  $Y = 5.033 + 0,950X$ , nilai konstanta yang diperoleh sebesar 5.033 maka bisa diartikan bahwa jika variabel independen sebesar 0, maka variabel dependen sebesar 5.033 atau tetap. Pada variabel kualitas pelayanan (X) yaitu sebesar 0,950 artinya, tiap peningkatan kualitas pelayanan (X) sebesar satu poin maka akan meningkatkan kualitas pelayanan sebesar 0,950.

**Tabel 8 Output Uji Koefisien Determinan Variabel X Terhadap Variabel Y<sub>2</sub>**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.421 <sup>a</sup>	.178	.169	1.984465	1.939

a. Predictors: (Constant), Total Kepuasan Pelanggan

b. Dependent Variable: Total Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan Tabel 8 untuk nilai analisis hasil uji koefisien determinasi, maka diketahui sebesar 0,178 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y<sub>2</sub>) sebesar 17,8% sedangkan sisanya 82,2% dipengaruhi oleh variabel lain. Hasil analisis menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam strategi bisnis maka kualitas pelayanan menjadi hal utama untuk menciptakan dan meningkatkan loyalitas anggota sebagai pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi keberlangsungan bisnis Koperasi agar dapat meningkatkan kesejahteraan sekaligus anggota akan merasa puas dan semakin loyal terhadap Koperasi dan dapat memberikan manfaat ekonomi dengan lebih baik.

Koperasi PRIMPKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten perlu mengevaluasi kualitas pelayanannya agar dapat menjaga performa Koperasi dalam memberikan pelayanan yang akan berdampak pada loyalitas anggota sebagai pelanggan

dalam jangka panjang, dan akan meningkatkan pendapatan Koperasi.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan**

Path analysis atau analisis jalur digunakan untuk menguji hubungan antar variabel secara langsung maupun tidak langsung berdasarkan pada model penelitian. Tujuan dari analisis jalur adalah menentukan besaran pengaruh langsung dari berdasarkan koefisien regresi beta (*path coefficient*). Hasil analisis jalur dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 9 Output Analisis Jalur (Path Analysis) Variabel X, Variabel Y<sub>1</sub> dan Variabel Y<sub>2</sub>**

Variabel		Beta	R <sup>2</sup>	t <sub>hitung</sub>	P-value	Pengaruh
Eksogen	Endogen					
Kualitas Pelayanan (X)	Kepuasan Pelanggan (Y <sub>1</sub> )	0,307	0,095	3.199	0,002	Positif dan Signifikan
Kepuasan Pelanggan (Y <sub>1</sub> )	Loyalitas Pelanggan (Y <sub>2</sub> )	0,421	0,178	4.600	< 0,001	Positif dan Signifikan

Pada uji model 1 analisis jalur, yaitu variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menghasilkan pengaruh positif dan signifikan dan nilai Beta sebesar 0,307 yang akan digunakan sebagai nilai koefisien jalur dan uji model 2 analisis jalur menunjukkan hasil pengaruh yang positif dan signifikan dan nilai beta sebesar 0,421 yang akan digunakan sebagai nilai koefisien jalur.

#### **1. Koefisien Jalur Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Pengujian variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y<sub>1</sub>) dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9 menjelaskan hasil uji analisis jalur, yang mana diperuntukan ketika ingin mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien beta sebesar 0,307, *t<sub>hitung</sub>* sebesar 3.199 dengan signifikansi atau *p-value* sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05. Hasil uji memperlihatkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y<sub>1</sub>).

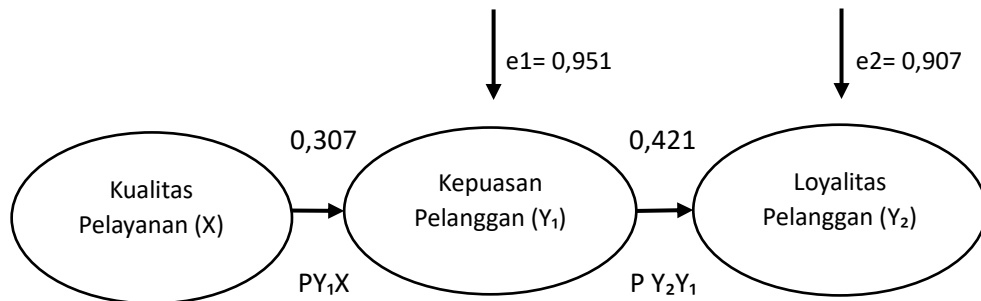
#### **2. Koefisien Jalur Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Pengujian variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y<sub>2</sub>) dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9 menjelaskan hasil uji analisis jalur, yang mana diperuntukan ketika ingin mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien beta sebesar 0,421, *t<sub>hitung</sub>* sebesar 4.600 dengan signifikansi atau *p-value* sebesar < 0,001 lebih kecil dari 0,05. Hasil uji memperlihatkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y<sub>2</sub>).

### 3. Diagram Hasil Analisis Jalur

Hasil analisis jalur pada penelitian ini menunjukkan bagaimana pengaruh dari masing-masing jalur yang dilewati ketiga variabel dalam penelitian ini, untuk menghitung pengaruh tidak langsung atau *indirect effect*.



**Gambar 1 Diagram Output Analisis Jalur (Path Analysis) Variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan**

Berdasarkan Gambar 1 variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ) memiliki nilai Beta sebesar 0,307 dengan nilai residual sebesar 0,951 dan variabel kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ) terhadap variabel loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ) memiliki nilai Beta sebesar 0,421 dengan nilai residual sebesar 0,907. Setelah mengetahui besaran Beta maka dapat dihitung efek tidak langsung atau *indirect effect*.

### 4. Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Pengaruh tidak langsung adalah efek dari variabel eksogen terhadap variable endogen, akan tetapi melalui sebuah variabel intervening. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh tidak langsung dari variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel loyalitas pelanggan ( $Y_2$ )

$$IE = P_{Y_1X} \cdot P_{Y_2Y_1} \rightarrow (1)$$

$$IE = 0,307 \cdot 0,421$$

$$IE = 0,129247$$

Pengaruh tidak langsung dari variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ) melalui variabel kepuasan pelanggan memperoleh hasil sebesar 0,129247.

Dapat kita simpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan memberikan pengaruh positif, yang mana dalam hal ini memperkuat variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ) sehingga variabel kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ) sebagai variabel intervening memberikan dampak yang baik dengan memperkuat pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel loyalitas pelanggan ( $Y_2$ )

### 5. Ketepatan Model

Ketepatan model hipotesis dan data penelitian dapat diukur melalui hubungan koefisiensi determinasi ( $R^2$ ) di kedua model persamaan. Dengan melihat besaran nilai  $R^2$  pada hasil uji regresi di tabel model summary. Berikut perhitungan ketepatan model.

$$\begin{aligned} R^2 \text{ model} &= 1 - (1 - R^2_1) \cdot (1 - R^2_2) \quad \rightarrow (2) \\ &= 1 - (1 - 0,307) \cdot (1 - 0,421) \\ &= 1 - (0,693) \cdot (0,605) \\ &= 1 - (0,74391) \\ &= 0,25609 \text{ dibulatkan menjadi } 0,256 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan model menunjukkan bahwa ketepatan model menghasilkan nilai sebesar 0,256 atau sebesar 25,60%. Kontribusi model untuk menjelaskan hubungan ketiga variabel yang diteliti adalah sebesar 25,60% dan sisanya sebesar 74,40% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat pada model penelitian ini.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan pada rumusan masalah, hipotesis, dan hasil penelitian dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota dan Dampaknya Pada Loyalitas Anggota Sebagai Pelanggan” dan berdasarkan data yang telah didapatkan melalui kuesioner lalu telah dilakukan pengujian menggunakan metode analisis regresi linear, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Hasil uji hipotesis menggunakan analisis jalur terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan anggota sebagai pelanggan, bermakna bahwa kualitas pelayanan pada Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten dapat menciptakan dan/atau meningkatkan kepuasan pada anggota Koperasi.
2. Hasil uji hipotesis menggunakan analisis jalur terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepuasan pelanggan terhadap variabel loyalitas anggota sebagai pelanggan, bermakna bahwa kepuasan pelanggan pada Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten dapat menciptakan dan/atau meningkatkan loyalitas pada anggota Koperasi.
3. Hasil uji hipotesis menggunakan analisis jalur terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, bermakna bahwa kualitas pelayanan pada Koperasi PRIMKOPKAR Perum Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten dapat menciptakan dan/atau meningkatkan loyalitas pada anggota Koperasi melalui tingkat kepuasan pelanggan yang baik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anoraga, Pandji. 2016. *Manajemen Bisnis*. Cetakan 1. Jakarta: PT RINEKA CIPTA.
- Ariffin, Ramudi. 2013. *Koperasi Sebagai Perusahaan*. Jatinangor: IKOPIN PERS.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. Edisi Revi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Duwi, Priyatno. 2016. *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*. Cetakan 1. Yogyakarta: Gava Media.

- Fleming, Noah. 2016. *The Customer Loyalty Loop: The Science Behind Creating Great Experiences and Lasting Impressions*. First Edit. New Jersey: Career Press.
- Gerson, Richard F. 2010. *Mengukur Kepuasan Pelanggan: Panduan Menciptakan Pelayanan Bermutu*. Edisi Pert. Jakarta: Lembaga Manajemen PPM-Bisnis 2030.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitomer, Jeffrey. 2008. *Customer Satisfaction Is Worthless, Customer Loyalty Is Priceless: How to Make Customers Love You, Keep Them Coming Back and Tell Everyone They Know*. Revised Ed. Texas: Bard Press.
- Griffin, Jill. 2002. *Customer Loyalty How To Earn It, How To Keep It I*. Edisi Terb. Kentucky: Mc Graw Hill.
- Gronroos, Christian. 2000. *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach*. Edition 2. Chicester: Wiley.
- Gulo, Wilhelmus. 2002. *Metode Penelitian*. Jakarta: Grasindo.
- Gunawan, Ce. 2020. *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*. Cetakan 1. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Hanel, Alfred. 2005. *Organisasi Koperasi, Pokok – Pokok Pikiran Mengenai Organisasi Koperasi Dan Kebijakan Pengembangannya Di Negara – Negara Berkembang*. Yogyakarta : Graha Ilmu., 2005.
- Hatta, Mohammad. 1971. *Membangun Koperasi Dan Koperasi Membangun*. Tjetakan p. Djakarta: PUSAT KOOPERASI PEGAWAI NEGERI DJAKARTA-RAJA.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Cetakan Ke. Bandung: Alfabeta CV.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Milenium J. Jakarta: SMTG Desa Putra.
- Lovelock, Christopher H., and Lauren K. Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan 2. Jakarta: PT MACANAN JAYA CEMERLANG.
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, and Jacky Mussry. 2010. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi, Perspektif Indonesia Jilid 1*. Edisi Ketu. edited by D. Wulandari and D. B. Putera. Jakarta: Erlangga.
- Lukman, Sampara. 2018. *Manajemen Kualitas Pelayanan*. Cetakan 3. Jakarta: STIA-LAN Press.
- Lupiyoadi, Rambat., and A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cet. 1. Jakarta: Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Malayu S.P, and Hasibuan. 2016. *Manajemen: DASAR, PENGERTIAN, DAN MASALAH*. Revisi 201. Jakarta: PT Bumi Aksara.

- Sarwono, Jonathan. 2007. *Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Singarimbun, Masri, and Sofian Effendi. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Subandi. 2013. *Ekonomi Koperasi (Teori Dan Praktik)*. Cetakan 4. Bandung: ALFABETA, CV.
- Sudarsono. 2005. *Koperasi: Dalam Teori Dan Praktek*. Cetakan 4. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyanto, Rima Elya Dasuki, Eka Setiajatnika, and Sugiyanto Ikhsan. 2024. *Koperasi Dalam Perspektif Keuangan: Reformulasi Penilaian Kinerja*. Edisi 1. edited by M. A. Arradya and A. A. Rahayu. Jatinangor: Universitas Koperasi Indonesia (Ikopin University).
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Cetakan Ke. Bandung: ALFABETA, CV.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Edisi 2 Ce. edited by M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd. Bandung: ALFABETA, CV.
- Sukirno, Sadono, Wan Sabri Husin, Danny Indrianto, Charles Sianturi, and Kurniawan Saefullah. 2004. *Pengantar Bisnis*. Edisi 1. edited by Suwito, A. Supriyatna, and PT Fajar Interpretama Mandiri. Jakarta: KENCANA.
- Supomo, R. 2018. *Pengantar Manajemen*. Cetakan 1. edited by L. M. Bandung: Bandung: Yrama Widya.
- Timm, Paul R. 2013. *Customer Service: Career Success Through Customer Loyalty*. 6th Editio. London: Pearson Education.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service (TQS)*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Edisi Terb. edited by A. Diana. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Zeithaml, Valarie A., A. Parasuraman, and Leonard L. 1998. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. London: Collier Macmillan Canada, Inc.