

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Deskripsi data hasil penelitian dimaksudkan untuk menyajikan gambaran umum mengenai penyebaran atau distribusi data. Skor yang akan disajikan adalah skor yang telah diolah dari data mentah dengan menggunakan statistik deskriptif, yaitu skor rata-rata dan simpangan baku atau standar deviasi.

Berdasarkan jumlah variabel dan merujuk pada masalah penelitian, maka deskripsi data dikelompokkan menjadi dua bagian sesuai dengan jumlah variabel penelitian. Kedua bagian tersebut adalah loyalitas anggota sebagai variabel Y dan kualitas pelayanan sebagai variabel X. Hasil perhitungan statistik deskripsi masing-masing variabel secara lengkap dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Loyalitas anggota

Data Loyalitas Anggota (variabel Y) diperoleh melalui pengisian dengan skala likert (*likert scale*) oleh 80 responden. Loyalitas anggota memiliki 30 pernyataan dalam instrumen penelitian yang telah melalui proses validitas dan reliabilitas, yang terbagi dalam tiga indikator. Indikator pertama adalah kesetiaan pada koperasi (sub indikator: perilaku dan sikap pembelian, menjadikan koperasi pilihan pertama), indikator

kedua yaitu Menikmati jasa koperasi (sub indikator: melakukan aktivitas transaksi pembelian, menggunakan bentuk layanan yang ditawarkan, dan tingkat keinginan membeli produk lain dikoperasi), dan indikator ketiga yaitu merekomendasikan kepada orang lain (sub indikator: tingkat kesungguhan memberi rekomendasi kepada pihak lain dan membicarakan hal-hal baik).

Data loyalitas anggota diperoleh melalui pengisian instrumen penelitian yang berupa kuisioner model skala Likert sebanyak 30 pernyataan yang diisi oleh 80 anggota koperasi. Berdasarkan data yang terkumpul, diperoleh data terendah 70, data tertinggi 125. Selain itu data variabel Y memiliki rata-rata skor sebesar 97,79 varians (S^2) sebesar 156,169 dan standar deviasi (SD) sebesar 12,497 (Lampiran 21). Berdasarkan data yang diperoleh, terlihat rata-rata variabel Y responden sebesar 97,79. Apabila dilihat dari skor maksimal yang bisa diperoleh oleh seseorang responden maka skor rata-rata responden tersebut adalah 125 dari skor maksimal, yang berarti rata-rata variabel Y dari responden adalah, $(97,79 \times 100\% / 125 = 78,23\%)$. Hasil penelitian menggambarkan variabel Y adalah tinggi yaitu sebesar 78,23%.

Distribusi frekuensi loyalitas anggota dapat dilihat pada tabel IV.I di bawah ini. Diketahui rentang kelas (R) data adalah 55 yang diperoleh dari data tertinggi dikurangi data terendah ($125 - 70=55$), banyak kelas interval diperoleh dari rumus $K=1+(3,3) \log n = 1+ (3,3) \log 80 = 7,28$ yang dibulatkan menjadi 7, dan panjang kelas interval (P) diperoleh dari

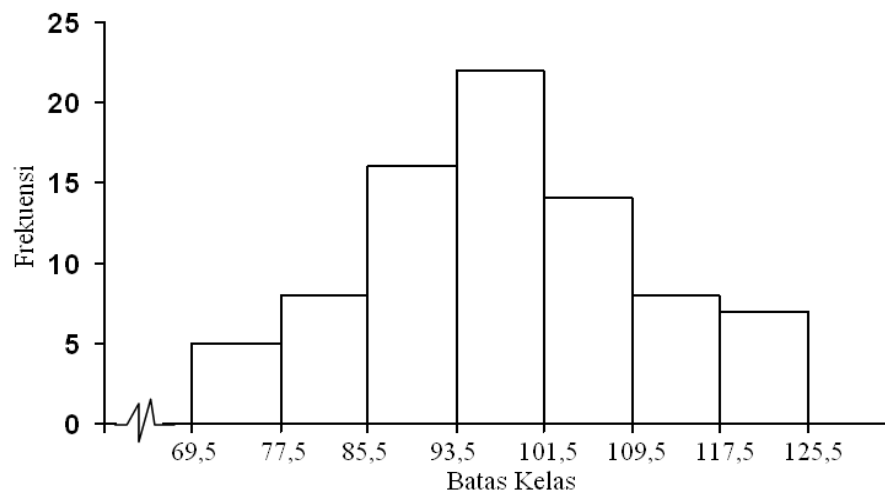
rentang kelas dibagi banyak kelas ($R/K = 55/7 = 7,86$ yang dibulatkan menjadi 8 (Lampiran 17).

Tabel IV.1
Distribusi Frekuensi Loyalitas Anggota
(Variabel Y)

Kelas Interval	Frek.Absolut	Persentase
70 - 77	5	6.3%
78 - 85	8	10.0%
86 - 93	16	20.0%
94 - 101	22	27.5%
102 - 109	14	17.5%
110 - 117	8	10.0%
118 - 125	7	8.8%

Sumber: Data primer diolah, 2013

Berdasarkan tabel IV.1 distribusi frekuensi variabel (loyalitas anggota) dapat dilihat frekuensi tertinggi sebesar 22 terdapat pada kelas interval 94- 101, dan frekuensi terendah sebesar 5 terdapat pada kelas interval 70-77. Melihat data distribusi diatas maka dapat dibuat histogram sebagai berikut :



Gambar IV.1
Grafik Histogram (Y) Loyalitas Anggota

Berdasarkan grafik histogram di atas dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel loyalitas anggota yaitu terletak pada kelas keempat dengan batas kelas 93.5 – 101.5 sebesar 27.5% dan frekuensi terendahnya terletak pada kelas pertama dengan batas nyata 69.5 – 77.5 sebesar 6.3% . Variabel loyalitas anggota memiliki tiga indikator yaitu kesetiaan pada koperasi, menikmati jasa koperasi dan merekomendasikan kepada orang lain untuk mengetahui indikator yang paling dominan dari loyalitas anggota dapat dilihat pada tabel IV.2

Tabel IV.2
Perhitungan Indikator Loyalitas Anggota

Indikator	Jumlah Soal	Skor	Mean	Persentase (%)
Kesetiaan pada koperasi	7	2250	321,43	36.61
Menikmati Jasa Koperasi	11	3103	282,09	32,13
Merekomendasikan kepada orang lain	9	2470	274,44	31.26
Jumlah	27	7823	877,96	100

Sumber : Data primer diolah, 2013

Berdasarkan hasil perhitungan masing-masing indikator pada tabel diatas, maka variabel loyalitas anggota terlihat bahwa indikator yang memiliki skor paling tinggi adalah kesetiaan pada koperasi, yaitu sebesar 36.61%. Sedangkan loyalitas anggota yang paling rendah adalah indikator merekomendasikan kepada orang lain sebesar 31.26% kepada anggota. (Lampiran 29).

Jadi kesimpulannya bahwa loyalitas anggota ditentukan oleh kesetiaan pada anggota, karena dengan kesetiaan anggota koperasi yang baik sehingga para anggota akan loyal dengan sendirinya, maka terciptalah loyalitas anggota pada koperasi yang tinggi. Namun indikator-indikator lainnya tidak kalah penting perannya karena antara indikator yang satu dengan indikator lainnya sama-sama memiliki kontribusi untuk menjaga loyalitas anggota.

Tabel IV.3
Perhitungan Indikator Loyalitas Anggota

Indikator	Sub Indikator	Jumlah Soal	Skor	Mean	Persentase (%)
Kesetiaan pada koperasi	Perilaku dan Sikap Pembelian	3	950	316,67	15,65
	Menjadikan koperasi pilihan utama	4	1300	325,00	16,06
Menikmati Jasa Koperasi	Melakukan aktifitas transaksi pembelian	4	1237	309,25	15,28
	Menggunakan bentuk layanan	4	1142	285,50	14,11
	Tingkat keinginan membeli produk lain	3	724	241,33	11,93
Merekomendasikan kepada orang lain	Tingkat kesungguhan memberi rekomendasi	4	1037	259,25	12,81
	Membicarakan hal-hal yang baik	5	1433	286,60	14,16

Sumber : Data primer diolah, 2013

Hasil perhitungan sub indikator yang dominan pada loyalitas anggota diatas, diketahui bahwa indikator kesetiaan pada koperasi didominasi oleh sub indikator menjadikan koperasi pilhan utama sebesar

16.06%. Indikator menikmati jasa koperasi didominasi oleh sub indikator melakukan aktivitas transaksi pembelian sebesar 15.28 %. Indikator merekomendasikan kepada orang lain didominasi oleh sub indikator membicarakan hal-hal yang baik sebesar 14.16% (Lampiran 40).

2. **Kualitas Pelayanan**

Data kualitas pelayanan (variabel x) diperoleh melalui pengisian instrument penelitian menggunakan skala likert (scale likert) oleh 80 anggota. Kualitas Pelayanan memiliki 30 pernyataan dalam instrumen penelitian yang telah melalui proses validitas dan reliabilitas, terbagi dalam lima indikator. yaitu *Tangible* (sub indikator peralatan dan perlengkapan pendukung pelayanan dan penampilan karyawan), *Realibility* (sub indikator ketepatan dan kecepatan waktu pelayanan dan pemberian pelayanan), *Responsiveness* (sub indikator Permintaan pelanggan dan Tanggapan atas keluhan) dan *Asurance* (sub indikator Memberi rasa aman dan keramahan), *Emphaty* (sub indikator Rasa senang dan mampu memahami).

Data kualitas pelayanan diperoleh melalui pengisian instrumen penelitian yang berupa kuisisioner model skala Likert sebanyak 30 pernyataan yang diisi oleh 80 karyawan koperasi. Berdasarkan data yang terkumpul, diperoleh data terendah 68, data tertinggi 123, rata-rata skor sebesar 95.46 varians (S^2) sebesar 136.809 dan standar deviasi (SD) sebesar 11.697 (Lampiran 15). Berdasarkan data yang diperoleh, terlihat

rata-rata variabel X responden sebesar 95.46 Apabila dilihat dari skor rata-rata responden tersebut adalah 123 dari skor maksimal, yang berarti rata-rata variabel X dari para responden adalah, $(95.46 \times 100\% / 123 = 77,6\%)$. Hasil penelitian menggambarkan variabel X adalah baik yaitu sebesar 77,6%.

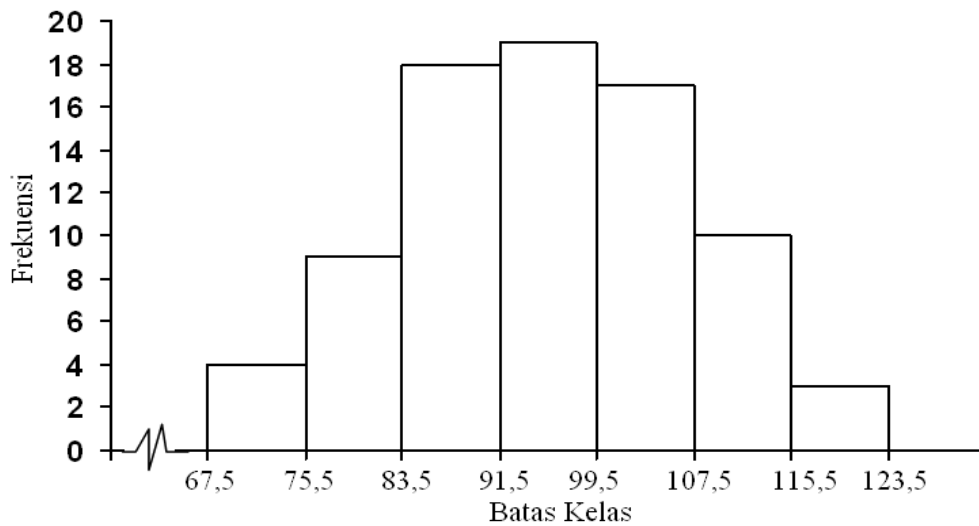
Distribusi frekuensi kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel IV.4 di bawah ini. Diketahui rentang kelas (R) data adalah 55 yang diperoleh dari data tertinggi dikurangi data terendah $(123-68=55)$, banyak kelas interval diperoleh dari rumus $K=1+(3,3) \log n = 1+ (3,3) \log 80 = 7,28$ yang dibulatkan menjadi 7, dan panjang kelas interval (P) diperoleh dari rentang kelas dibagi banyak kelas $(R/K) = 55/7 = 7.857$ yang dibulatkan menjadi 8 (Lampiran 15)

Tabel IV.4
Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan
(Variabel X)

Kelas Interval	Frek.Absolut	Persentase (%)
68 - 75	4	5.0%
76 - 83	9	11.3%
84 - 91	18	22.5%
92 - 99	19	23.5%
100 - 107	17	21.3%
108 - 115	107.5	115.5
116 - 123	115.5	123.5

Sumber : Data primer diolah, 2013

Berdasarkan tabel IV.4 distribusi frekuensi variabel X di atas dapat dilihat bahwa distribusi frekuensi variabel X (kualitas pelayanan) yang tertinggi adalah pada kelas interval 92 - 99 sebesar 19 dan distribusi ferkuensi yang terendah pada kelas interval 68-75 sebesar 4. Melihat data distribusi diatas maka dapat dibuat histogram sebagai berikut:



Gambar IV.2
Grafik Histogram (X) Kualitas Pelayanan

Berdasarkan grafik histogram di atas dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel kualitas pelayanan yaitu terletak pada kelas keempat dengan batas kelas 91.5 – 99.5 sebesar 23.8%. Frekuensi terendahnya terletak pada kelas terakhir dengan batas kelas 115.5 – 123.5 sebesar 3.8%.

Variabel kualitas pelayanan memiliki lima indikator yaitu *tangible*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* untuk mengetahui indikator yang paling dominan dari kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel IV.5

Tabel IV.5
Perhitungan Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator	Jumlah Soal	Skor	Mean	Persentase (%)
<i>Tangible</i>	7	2214	316,29	21.69
<i>Realibility</i>	6	1724	287,33	19.71
<i>Responsiveness</i>	5	1408	281,60	19.31
<i>Asurance</i>	4	1158	289,50	19.86
<i>Emphaty</i>	4	1133	283,25	19.43

Sumber : Data primer diolah, 2013

Berdasarkan hasil perhitungan masing-masing indikator pada tabel diatas, maka variabel komitmen karyawan terlihat bahwa indikator yang memiliki skor paling besar adalah indikator *tangible*, yaitu sebesar 21.69%. Selanjutnya, indikator *assurance* yaitu sebesar 19.86%, indikator *realibility* yaitu sebesar 19.71% dan indikator *emphaty* yaitu sebesar 19.43%, indikator *responsiveness* yaitu sebesar 19.31%. (Lampiran 37).

Jadi kesimpulannya bahwa kualitas pelayanan sangat ditentukan oleh pelayanan yang diberikan oleh anggota. koperasi dapat menggali ide baru untuk mencari solusi yang kreatif melakukan cara yang baru untuk memperbaiki kualitas pelayanan, sehingga anggota lebih bersemangat dalam berbelanja dikoperasi. Namun indikator-indikator lainnya tidak kalah penting perannya karena antara indikator yang satu dengan indikator lainnya sama-sama memiliki kontribusi untuk menjaga kualitas pelayanan.

Tabel. IV.6
Rata-Rata Hitung Skor Sub Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator	Sub Indikator	Jumlah Soal	Skor	Mean	Persentase (%)
<i>Tangible</i>	Peralatan dan perlengkapan pelayanan	5	1549	309,80	10.57
	Penampilan karyawan	2	665	332,50	11.35
<i>Realibility</i>	Ketepatan dan kecepatan waktu pelayanan	3	831	277,00	9.45
	Pemberian pelayanan	3	893	297,67	10.16
<i>Responsiveness</i>	Permintaan pelanggan	2	588	294,00	10.03
	Tanggapan atas keluhan	3	820	273,33	9.33
<i>Asurance</i>	Memberi Rasa Aman	2	579	289,50	9.88
	Keramahan	2	579	289,50	9.88
<i>Emphaty</i>	Rasa Senang	2	576	288,00	9.83
	Mampu Memahami	2	557	278,50	9.51
Total		26	7637	2929,80	100

Sumber : Data primer diolah , 2013

Hasil perhitungan sub indikator yang dominan pada kualitas pelayanan diatas, diketahui bahwa indikator tangible didominasi oleh sub indikator penampilan karyawan sebesar 11.35%. Indikator realibility didominasi oleh sub indikator pemberian pelayanan sebesar 10.16%. Indikator responsiveness didominasi oleh sub indikator permintaan pelanggan sebesar 10.03%, dan Indikator assurance didominasi oleh sub indikator keduanya sama besar memberi rasa aman dan keramahan sebesar 9.88%. Indikator emphaty didominasi oleh sub indikator rasa senang sebesar 9.83% (Lampiran 38).

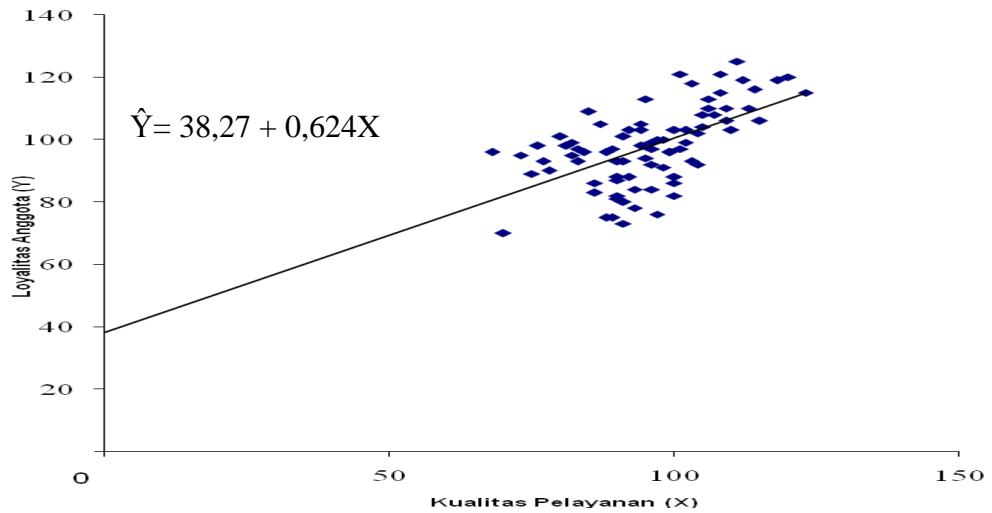
B. Analisis Data

1. Perhitungan Persamaan Regresi

Persamaan regresi linier yang digunakan pada penelitian ini adalah persamaan regresi linier sederhana yaitu $\hat{Y} = a + bX$. Tujuan digunakan regresi linier sederhana untuk menunjukkan apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas (kualitas pelayanan) dengan variabel terikat (loyalitas anggota).

Berdasarkan data analisis regresi linear sederhana terhadap pasangan data penelitian variabel kualitas pelayanan dengan loyalitas anggota menghasilkan koefisien regresi ($b= 0,624$) dan konstanta ($a= 38,27$). Dengan demikian bentuk pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota memiliki persamaan regresi $\hat{Y}= 38,27 + 0,624X$. Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap pertambahan pada kualitas pelayanan akan menyebabkan pertambahan pada loyalitas anggota sebesar 0,624 dengan nilai konstanta 38,27 (Lampiran 23).

Persamaan garis regresi $\hat{Y}= 38,27 + 0,624X$ dapat digambarkan pada grafik sebagai berikut:



Gambar IV.3
Grafik persamaan regresi $\hat{Y} = 38,27 + 0,624X$

2. Uji Persyaratan Analisis

Uji persyaratan analisis dilakukan dengan menggunakan uji normalitas untuk melihat apakah galat taksir regresi Y atas X berdistribusi normal atau tidak serta untuk mengetahui kepastian sebaran data yang diperoleh. Pengujian normalitas galat taksiran Y atas X dilakukan dengan uji Liliefors pada taraf kesalahan (α) = 0,05 atau 5% dengan kriteria pengujian berdistribusi normal apabila $L_{hitung} (L_o) < L_{tabel} (L_t)$ maka H_o diterima yang berarti menunjukkan bahwa galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.

Hasil perhitungan uji normalitas menunjukkan nilai L_{hitung} sebesar 0,055 dengan nilai $L_{tabel} (80 ; 0,05)$ diperoleh angka sebesar 0,099. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini data berdistribusi normal di mana $L_{hitung} < L_{tabel} (0,055 < 0,099)$. Maka sesuai kriteria pengujian bahwa H_o diterima, maka dapat dinyatakan galat taksiran X atas Y berdistribusi

normal. Data yang berdistribusi normal menandakan jumlah seluruh subjek yang diukur berada dalam kurva normal yang secara teoritis menyebar dari kanan ke kiri dari titik tengah secara seimbang (Lampiran 28).

3. Uji Hipotesis Penelitian

a. Uji Keberartian Koefisien Regresi

Setelah diketahui persamaan regresi linier sederhana dan normalitas data, selanjutnya dilakukan pengujian keberartian regresi yang digunakan untuk mengetahui berarti tidaknya hubungan antara variabel X dengan variabel Y yang telah dibentuk melalui uji persamaan regresi linier sederhana. Pengujian keberartian ini menggunakan daftar tabel Anava untuk menunjukkan hasil perhitungan.

Tabel IV.7
ANAVA untuk Uji Keberartian dan Kelinieran Persamaan Regresi
Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Anggota

Sumber Varians	Dk	Jumlah Kuadran (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F _{hitung}	F _{tabel}
Total	80	777329.00			
Regresi (a)	1	764991.61			
Regresi (b/a)	1	4201.77	4201.77	40.28	*)3.98
Sisa	78	8135.62	104.30		
Tuna Cocok	44	5331.82	121.18		
Galat Kekeliruan	34	2803.80	82.46	1.47	**)1.72

Keterangan:

*) : regresi berarti $F_{hitung} (40,28) > F_{tabel} (3,98)$

**) : regresi linier $F_{hitung} (1,47) < F_{tabel} (1,72)$

Mencari derajat kebebasan uji kebartian dengan menggunakan dk pembilang 1 dan dk penyebut $(n-2) = 80-2 = 78$ pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$. Hasil perhitungan diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $40.28 > 3.98$ dengan derajat kebebasan dk pembilang 1 dan dk penyebut $(n-2)$ pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$ dinyatakan H_0 ditolak yang menunjukkan bahwa regresi berarti. Kriteria pengujian keberartian regresi, yaitu jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 diterima, maka regresi dinyatakan berarti (Lampiran 30)

Berdasarkan hasil perhitungan ini, dapat dinyatakan bahwa model persamaan linier sederhana adalah signifikan yang artinya terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas anggota. Semakin baik kualitas pelayanan diterapkan, maka semakin baik pula loyalitas anggota, begitupun sebaliknya.

b. Uji Linearitas Regresi

Langkah selanjutnya diadakan pengujian kelinieran regresi untuk mengetahui apakah persamaan regresi tersebut berbentuk linier atau tidak linier. Pengujian linieritas regresi juga menggunakan daftar tabel Anava untuk menunjukkan hasil perhitungan yang diperoleh. Dengan kriteria pengujian jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, maka regresi dinyatakan linier sedangkan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, maka regresi dinyatakan tidak linier. Data variabel X, yaitu kualitas pelayanan telah dikelompokan sesuai dengan data yang sama, maka diperoleh 46 kelompok (k) pada data X. Mencari derajat kebebasan uji linieritas dengan menggunakan dk pembilang $(k-2) = 46-2 = 44$

dan dk penyebut $(n-k) = 80-46 = 34$ pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$. Hasil perhitungan diperoleh nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, yaitu $1,47 < 1,72$ dengan derajat kebebasan dk pembilang $(k-2) = 44$ dan dk penyebut $(n-k) = 34$ pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$ dinyatakan H_0 diterima yang menunjukkan bahwa regresi linier. (Lampiran 31).

Hasil perhitungan ini, dapat dinyatakan bahwa model persamaan regresi sederhana adalah linier, yang berarti bahwa garis regresi antara X dan Y membentuk garis linier atau lurus.

Tabel IV.8
Rangkuman Hasil Perhitungan Analisis Data

Nama Pengujian	Nilai		Kriteria Pengujian	Perbandingan Antara Nilai Hitung Dengan Nilai Tabel	Status
	Hitung	Tabel (n=80)			
Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = 38.27 + 0.624X$	Konstanta $a = 38.27$ Koefisien $b = 0,624$	-	-	-	Pengaruh Positif antara variabel X terhadap Y
Uji Normalitas Dengan Uji Liliefors (L)	0,055	0,099	$L_{hitung} < L_{tabel}$ (Normal) $L_{hitung} > L_{tabel}$ (Tidak Normal)	$0,055 < 0,099$	Data Berdistribusi Normal
Uji koefisien Regresi (F)	40.28	3.98	$F_{hitung} > F_{tabel}$ (Berarti) $F_{hitung} < F_{tabel}$ (Tidak Berarti)	$40.28 > 3.98$	Regresi Berarti
Uji Linear Regresi (F)	1.47	1.72	$F_{hitung} < F_{tabel}$ (Linear) $F_{hitung} > F_{tabel}$ (Tidak Linear)	$1.47 < 1.72$	Regresi Linear
Perhitungan Koefisien Korelasi (r)	0,584	0,304	$r_{hitung} > r_{tabel}$ (Signifikan) $r_{hitung} < r_{tabel}$ (Tidak Signifikan)	$0,584 > 0,304$	Variabel X dan Y Signifikan

Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji t)	6.35	1.67	$t_{hitung} > t_{tabel}$ (Signifikan) $t_{hitung} < t_{tabel}$ (Tidak Signifikan)	$6.35 > 1,67$	Koefisien Korelasi Berarti
Uji Determinasi	0,3406	-	-	-	Kontribusi Pengaruh 34,06%

c. Perhitungan Koefisien Korelasi

Kedua variabel merupakan data interval, maka analisis data pengujian hipotesis dengan menggunakan perhitungan koefisien korelasi. Untuk mengetahui besar kecilnya hubungan antara dua variabel yang diteliti, maka menghitung koefisien korelasi dengan menggunakan rumus *Product Moment* dan *Person* diperoleh $r_{xy} = 0,584$ pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$ dibandingkan dengan r_{tabel} dengan sample (n) sebanyak 80 anggota (80 ; 0,05) $r_{tabel} 0,220$. Berdasarkan hasil perhitungan ini, dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu, $0,584 > 0,220$ dapat dinyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variable Y. (Lampiran 34).

4. Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji t)

Uji keberartian koefisien korelasi dengan uji t digunakan untuk mengetahui apakah variable X dengan variable Y terdapat hubungan yang signifikan (berarti) atau tidak. Kriteria pengujian untuk uji t, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, maka terdapat hubungan yang signifikan sedangkan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Hasil perhitungan diperoleh t_{hitung} sebesar 6,35 sedangkan t_{tabel}

sebesar 1,66 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $6,35 > 1,67$ maka H_0 ditolak menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara variable X dengan variable Y. (Lampiran 35).

5. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi, dilakukan untuk mengetahui besarnya persentase hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas anggota. Dari hasil perhitungan, dapat diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,3406 (Lampiran 34). Dengan demikian maka loyalitas anggota sebesar 34.06 dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

C. Interpretasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan bahwa terdapat hubungan yang erat, positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas anggota pada Koperasi Universitas Tarumangara. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} sebesar 6,35 jauh lebih besar dari pada nilai t_{tabel} pada taraf signifikansi $\alpha=0,05$ yaitu 1,67. Pola hubungan antar kedua variabel ini dinyatakan oleh persamaan regresi $\hat{Y} = 38,27 + 0,624 X$. Persamaan ini memberikan informasi bahwa setiap perubahan 1 tingkat sikap terhadap kualitas pelayanan akan mengakibatkan loyalitas anggota 0,624 skor pada konstan 38,27.

Hasil analisis korelasi sederhana antara kualitas pelayanan dengan loyalitas anggota diperoleh nilai koefisien r_{xy} sebesar 0,584. Nilai ini memberikan pengertian bahwa ada keeratan hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas anggota dan positif, karena nilai $r = 0,584$.

Interpretasi koefisien korelasi berdasarkan nilai r_{xy} adalah sebagai berikut:

0,00 – 0,199	= sangat rendah
0,20 – 0,399	= rendah
0,40 – 0,599	=sedang
0,60 – 0,799	=kuat
0,80 – 1,000	=sangat kuat

Dilihat dari hasil perhitungan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu sebesar 0,584 memiliki tingkat keeratan sedang (berada pada kisaran 0,40 – 0,599). Sedangkan hasil dari koefisien determinasi yang ditunjukkan dengan angka 0,3406. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan memberikan kontribusi terhadap loyalitas anggota sebesar 34,06% dan sisanya sebesar 65,94% ditentukan faktor lain. Kecilnya sumbangan kualitas pelayanan dapat dipahami karena salah satu indikator variabel loyalitas anggota, yaitu “merekomendasikan kepada orang lain” memiliki skor terendah. Selanjutnya hal tersebut berdampak pada bukti langsung yang dirasakan koperasi atas kelayakan anggota.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang sedang antara kualitas pelayanan dengan loyalitas anggota, dimana hasil tersebut sesuai dengan pendapat Vincent yaitu adanya hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan yakni keinginan untuk merekomendasikan orang lain,

D. Keterbatasan Peneliti

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak sepenuhnya sampai pada tingkat kebenaran mutlak. Dari hasil uji hipotesis tersebut peneliti juga menyadari bahwa penelitian ini memiliki beberapa kelemahan antara lain :

1. Peneliti hanya meneliti variabel kualitas pelayanan, namun sesungguhnya masih banyak faktor lain yang mempengaruhi loyalitas anggota.
2. Sulitnya penjarangan data yang dilakukan terhadap responden mengingat aktivitas yang cukup padat dari para responden.
3. Keterbatasan sumber-sumber referensi yang didapat oleh peneliti dalam menyaikan materi pada penelitian ini.

Hasil dari penelitian ini hanya berlaku pada Koperasi Universitas Tarumanagara di Jakarta Barat dan tidak dapat digeneralisasikan pada koperasi lainnya, karena setiap respondennya memiliki karakteristik yang berbeda.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas anggota. Dimana jika kualitas pelayanan meningkat maka loyalitas anggota pun meningkat.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan diatas maka implikasi dari penelitian ini adalah :

1. Loyalitas anggota koperasi dipengaruhi secara positif oleh kualitas pelayanan. Hal ini akan berdampak pentingnya upaya untuk memperbaiki kualitas pelayanan, agar anggota memiliki kesetiaan yang tinggi pada koperasi.
2. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang menentukan tinggi rendahnya loyalitas anggota koperasi, hal ini akan mengharuskan pengurus dan karyawan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan loyalitas anggota mereka terhadap anggota. Yang ditawarkan agar bukti langsung dapat dirasakan oleh koperasi, dengan demikian tujuan koperasi dapat tercapai.

3. Loyalitas anggota para anggota tidak tumbuh dengan sendirinya tanpa adanya sosialisasi yang benar mengenai arti dan manfaat berkoperasi serta adanya program-program usaha yang menyentuh kepentingan para anggota. Dalam hal ini kualitas pelayanan yang tinggi diperlukan agar manfaat berkoperasi dapat dirasakan oleh anggota.
4. Hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas anggota akan menimbulkan lebih banyak peluang untuk keberhasilan dan kelangsungan hidup koperasi pada masa yang akan datang.

C. Saran – Saran

1. Pengurus dan karyawan Koperasi Universitas Tarumanagara hendaknya lebih menjaga dan meningkatkan layanan baik dari segi daya tanggap atas keluhan dengan cara pengurus dapat mengatasi keluhan atas anggota dengan tepat serta memperbaiki kualitas produk yang ditawarkan.
2. Pengurus dan Karyawan Universitas Tarumanagara hendaknya memperbaiki ketepatan dan kecepatan waktu pelayanan dengan cara pengurus harus cepat tanggap dan tepat dalam memberikan pelayanan pada anggota.
3. Pengurus dan Karyawan Universitas Tarumanagara hendaknya mempertahankan tingkat keinginan membeli produk dengan cara meningkatkan kehandalan produk yang ditawarkan sehingga loyalitas

anggota dapat terpelihara dan koperasi pun mampu bersaing dengan badan non koperasi.

4. Anggota koperasi UNTAR sebaiknya meningkatkan dengan melakukan transaksi seperti, simpan dan pinjaman, berbelanja di waserba, dan menikmati koperasi. Hal tersebut akan menjadikan koperasi dapat tumbuh dan berkembang dengan potensi yang dimiliki.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto Suharsimi. *Prosedur Penelitian Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. 2006.
- Dr.Hatta, Muhammad. *Koperasi Indonesia*. Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi UI, Jakarta, 1982.
- Enriquez, C.G., *Structure and Function of Cooperatives*, Condy International Institute, Saint Francis Xavier University Antagonish, Nova Setia , XCanada, 1986.
- Foster, Brian D and John Q, Cadogan. “*Relationship Selling and Costumer Loyalty : An Empirical Investigation*“, *Marketing Investigation and Planning*, 2000.
- Gaspersz,Vincent, *Manajemen kualitas*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 1997.
- Griffin, Jill. *Customer Loyalty:How to Earn It.How to Keep It*.Jakarta: PT.Gelora Aksara Pratama.2005.
- Hasibuan, P, *Manajemen Koperasi*, Yayasan Pembina UPN, Jakarta, 1986.hal.10
- Jacoby, J. and Kyner, D.B. “*Brand Royalty vs Repeat Purchasing behavior*”,*Journal of Marketing research*, Vol 10 February,1973.
- J.Sheth and B.Mitthal. *Consumer Behaviour : A Behaviour Perpective 2nd ed*, South Western : 2004.
- Kotler, Philip. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control. 7th ed.* (Prentice –Hall Internasional Edition. 1988.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalin*, Jakarta: Salemba Empat. 2002.
- Kotler, Philip dan Susanto. *Manajemen Pemasaran Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat.1997.
- Lyon, Down Bendall.,and Thomas L.Power,“ *The Impact of structural and process attributes on satisfaction and behavior intentions*”, *Journal of Services Marketing*, 2004, Vol.18, No. 2. p.114-121.

- Mulyono, Puji, *Validasi Instrumen dan Teknik Analais Data*. Disampaikan pada Lokakarya Peningkatan Suasana Akademik Jurusan Ekonomi FIS-UNJ tanggal 28 Juli – 1 Agustus 2003, h.36.
- Ropke, Jochen. *Ekonomi Koperasi: Teori dan Manajemen*. Penerjemah: Sri Djatnika S dan Ariffin. Jakarta: Salemba Empat. 2003.
- Sitio, Arifin dan Halomoan Tamba. *Koperasi Teori dan Praktek* .Jakarta: Erlangga 2001.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta, 2005.
- Sudjana. *Metode Statistik*. Bandung : Tarsito, 2000.
- Sudjana . *Teknik Analisis Regresi dan Korelasi*. Bandung : Tarsito, 1991.
- Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian.*, Bandung: Alfabeta, 1999.
- Supranto, Johannes, *Statistik Teori dan Praktek*. Jakarta: Erlangga, 2000.
- Suryani, Tatik. *Nilai Strategik Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Usahawan No. 09 TH XXVII September 1998
- Widyanti, Ninik, *Manajemen Koperasi*. Jakarta: Rineka Cipta, 1999.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia, Diana . *Quality Total Management,Ed 2, Cet 2*. Yogyakarta: Andi Offset, 1998.
- Tjiptono, Fandy, *Pemasaran Jasa*,. Malang: Bayumedia, 2007.
- Undang-Undang Koperasi No.25 Tahun 1992.
- Wargono,K Yayah. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi (Himpunan Makalah)*. Jakarta: Dikti, 1994.