

**PENGARUH PERSEPSI ANGGOTA TENTANG LAYANAN PENGURUS  
DAN MOTIVASI BERKOPERASI TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN DI KOPERASI UNIT DESA (KUD)  
MARGA JAYA KECAMATAN  
SUNGAI GELAM**

Bayana, Farida Kohar, M.P<sup>1</sup>, Riyo Riyadi, S.Pd.,M.Pd<sup>2</sup>

Program Studi Pendidikan Ekonomi  
Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Jambi

*Email:* [bayanakarim28@gmail.com](mailto:bayanakarim28@gmail.com)

**ABSTRAK**

Konsumen/ anggota banyak kurang loyal, banyak anggota keluar dari koperasi, dari tahun 2012- 2016 anggota koperasi banyak keluar dari pada yang masuk, hampir setiap tahun jumlah anggotanya menurun. Sehingga koperasi tidak bisa berkembang tanpa adanya anggota, banyak koperasi hanya tinggal nama saja. Ini dikarenakan pengurus kurang memperhatikan layanan yang diberikan kepada anggota dan kurangnya motivasi berkoperasi aggotanya.

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh persepsi anggota tentang layanan pengurus terhadap loyalitas konsumen di Koperasi Unit Desa (KUD) Marga Jaya, 2) Untuk mengetahui pengaruh motivasi berkoperasi terhadap loyalitas konsumen di Koperasi Unit Desa (KUD) Marga Jaya, 3) Untuk mengetahui pengaruh persepsi anggota tentang layanan pengurus dan motivasi berkoperasi terhadap loyalitas konsumen di Koperasi Unit Desa (KUD) Marga Jaya.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif bersifat *ex-post facto*. Subjek dalam penelitian ini adalah anggota Koperasi Unit Desa (KUD) Marga Jaya Desa Petaling Kecamatan Sungai Gelam. Populasi penelitian ini berjumlah 374 dan sampelnya berjumlah 79 orang. Instrumen dalam penelitian ini berupa angket yang berisikan 38 item untuk persepsi anggota tentang layanan pengurus, 20 item untuk motivasi berkoperasi dan 28 item untuk loyalitas konsumen. Penelitian ini dilakukan dari bulan Agustus sampai September 2017. Data diperoleh dengan menyebarkan angket kepada anggota KUD Marga Jaya. Setelah angket dikembalikan, data dianalisis dengan menggunakan Program SPSS release 21.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikansi persepsi anggota tentang layanan pengurus terhadap loyalitas konsumen di KUD Marga Jaya dengan nilai signifikansi  $0.000 < 0,05$ , ada pengaruh signifikansi motivasi berkoperasi terhadap loyalitas konsumen di KUD Marga Jaya dengan nilai signifikansi  $0.00 < 0.05$ , ada pengaruh signifikansi persepsi anggota tentang layanan pengurus dan motivasi berkoperasi terhadap loyalitas konsumen di KUD Marga Jaya

dengan nilai  $f$  hitung  $31.213 > f$  tabel 3.11 pada signifikansi 0.000, serta hasil koefisien determinasi sebesar 0,451 atau 45,1 persen.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan harapan kedepan adalah penelitian ini berguna sebagai bahan informasi dan masukan bagi anggota KUD Marga Jaya bisa lebih meningkatkan loyalitas konsumen, lebih mementingkan kebutuhan anggotanya, meningkatkan pelayanan pengurus dan lebih meningkatnya motivasi berkoperasi. Dan penelitian ini diharapkan bisa menjadi yang berguna bagi peneliti selanjutnya.

Kata Kunci: persepsi anggota tentang layanan pengurus, motivasi berkoperasi, dan loyalitas konsumen.

## PENDAHULUAN

Koperasi sebagai bagian dari sistem pasar akan bersaing dengan unit usaha lain dalam pasar yang sama- sama memberikan pelayanan kepada anggota masyarakat, sehingga faktor keunggulan sangat penting bagi eksistensi koperasi. Koperasi merupakan salah satu bentuk badan hukum, 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 asas kekeluargaan”. terciptanya anggota yang loyal sangat diperlukan dan penting bagi pertumbuhan koperasi di Indonesia. Menurut Griffin (2005:5) loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit- unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian dari unit- unit terus menerus terhadap barang/ jasa suatu perusahaan yang dipilih.

Tabel 1.1 Data jumlah anggota Koperasi Marga Jaya 2012- 2016

No	Tahun	Jumlah Anggota	Jumlah Usaha	Keluar / Masuk
1	2012	833	6	-
2	2013	656	6	-177
3	2014	368	4	-288
4	2015	417	4	+49
5	2016	374	4	-43

Sumber: Data Koperasi Unit Desa (KUD) Marga Jaya

Dapat dilihat pada data anggota koperasi yang terjadi disetiap tahunnya, jumlah anggota dari tahun 2012- 2016 mengalami peningkatan dan penurunan anggota koperasi. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas anggota ada koperasi berkurang. Banyak yang mempengaruhi loyalitas konsumen/ anggota dalam koperasi diantaranya pelayanan yang diberikan oleh pihak koperasi kepada anggota, Pelayanan yang baik akan menimbulkkan kesetiaan anggota untuk terus membantu perkembangan koperasi. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang berkualitas, apabila pelayanan diterima/ dirasakan konsumen dengan pelayanan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik, maka akan berpengaruh positif terhadap

penggunaan barang dan jasa kembali dan kosumen/ anggota semakin loyal, begitupun sebaliknya (Algifari, 2016:3).

Selain pelayanan, motivasi berkoperasi juga mempengaruhi loyalitas konsumen di koperasi. Motivasi adalah keadaan yang di aktivasi atau di gerakan dimana seseorang mengarahkan perilaku berdasarkan tujuan; dalam hal ini termasuk dorongan, keinginan, dan hasrat (Mowen dalam Hurriyati 2015:83). Anggota yang mempunyai motivasi berkoperasi yang tinggi berusaha melakukan yang terbaik, anggota yang memiliki motivasi berkoperasi tinggi lebih berhasil menjalankan tugasnya dibandingkan dengan anggota yang motivasinya rendah. Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik mengangkat judul penelitian “Pengaruh Persepsi Anggota tentang Layanan Pengurus dan Motivasi Berkoperasi Terhadap Loyalitas Konsumen di Koperasi Unit Desa (KUD) Marga Jaya Kecamatan Sungai Gelam”.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat *ex-post facto*. Penelitian ini disebut demikian, karena sesuai artinya “dari apa dikerjakan setelah kenyataan”. Sinambela (2014:11) menyatakan: “Penelitian *ex-post facto* adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi dan kemudian meruntut kebelakang mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut”. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, dimana peneliti mencoba menjelaskan pengaruh persepsi anggota tentang layanan pengurus dan motivasi berkoperasi terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini menggunakan sampel 79 anggota koperasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan *Probability Samplinng* bagian *simple random sampling* yaitu teknik pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hipotesis pengaruh X1 terhadap Y

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	48.200	12.027		4.008	.000
1	Persepsi Anggota tentang Layanan Pengurus	.434	.079	.529	5.476	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Diperoleh  $t_{hitung} X1 = 5.476$  dan  $t_{tabel} 1,99$  sehingga dapat diketahui bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi sebesar 0,000 nilai Sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau  $0,000 < 0,05$  hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.. Hasil penelitian ini

sejalan dengan pendapat Joesron ( 2005:17) keinginan anggota sebagai pelanggan dari waktu ke waktu selalu berubah sebagai akibat dari pengalaman masa lalu, kebutuhan pribadi, dan percakapan dari mulut kemulut, maka sebenarnya kualitas merupakan dinamis yang berhubungan dengan produk/ jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

### Hipotesis pengaruh X2 terhadap Y

Model		Unstandardized Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	47.511	9.897		4.801	.000
	Motivasi Berkoperasi	.831	.124	.608	6.728	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Diperoleh  $t_{hitung} X_2 = 6.728$  dan  $t_{tabel} 1,99$  sehingga dapat diketahui bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi sebesar 0,000 nilai Sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau  $0,000 < 0,05$  hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini sesuai dengan pendapat Schiffman dan Kanuk (dalam yuliatwati, 2016:11) artinya motivasi adalah dorongan dari dalam individu untuk memenuhi suatu kebutuhan yang tidak terpenuhi yang memaksa mereka untuk bertindak sehingga seseorang berupaya untuk memenuhinya.

### Hipotesis pengaruh X1 dan X2 terhadap y

Model		Unstandardized Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.707	11.713		2.024	.046
	Persepsi Anggota tentang Layanan Pengurus	.262	.078	.319	3.344	.001
	Motivasi Berkoperasi	.633	.130	.464	4.861	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Dari tabel diatas dapat diketahui bentuk persamaan analisis regresi berganda sebagai berikut:  $Y = 23,707 + 0,262 X_1 + 0,633 X_2$ . Dari persamaan regresi berganda diperoleh konstanta sebesar 23,707. Artinya jika variabel loyalitas konsumen (Y) dipengaruhi kedua variabel bebasnya ( nilai  $X_1$  dan  $X_2 = 0$ ) maka besarnya loyalitas konsumen adalah 23,707.

Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan searah antara variabel persepsi anggota tentang layanan pengurus terhadap variabel loyalitas konsumen. Dan terdapat hubungan searah antara variabel motivasi berkoperasi terhadap loyalitas konsumen.

Setelah model persamaan regresi berganda kita analisis, selanjutnya kita memeriksa apakah layanan pengurus sudah baik dengan menghitung koefisien determinasi yang dilambangkan dengan  $R^2$ . Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan suatu model menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Model Summary**

R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
.451	.437		5.43421

a. Predictors: (Constant), Motivasi Berkoperasi, Persepsi Anggota tentang Layanan Pengurus

Berdasarkan hasil perhitungan di atas menunjukkan nilai R square sebesar 0,451 memberi pengertian bahwa 45,1% loyalitas ditentukan oleh persepsi anggota tentang layanan pengurus dan motivasi berkoperasi sedangkan sisanya (100% - 45,1 = 54,9%) merupakan kontribusi variabel yang tidak diteliti oleh peneliti.

**a.** Pengaruh persepsi anggota tentang layanan pengurus terhadap loyalitas konsumen

Dari hasil analisis uji t dengan bantuan SPSS release 21.0 diperoleh thitung  $X_1 = 3.344$  dan  $t_{tabel} = 1,99$  sehingga dapat diketahui bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi sebesar 0,001 nilai Sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau  $0,000 < 0,05$  maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi anggota tentang layanan pengurus terhadap loyalitas konsumen, sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**b.** Pengaruh motivasi berkoperasi terhadap loyalitas konsumen

Dari hasil analisis uji t dengan bantuan SPSS release 21.0 diperoleh thitung  $X_2 = 4.861$  dan  $t_{tabel} = 1,99$  sehingga dapat diketahui bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi sebesar 0,000 nilai Sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau  $0,000 < 0,05$  maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi berkoperasi terhadap loyalitas konsumen, sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Tabel 4 Uji Hipotesis: pengaruh  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap Y

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1843.466	2	921.733	31.213	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2244.331	76	29.531		
	Total	4087.797	78			

- a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen
- b. Predictors: (Constant), Motivasi Berkoperasi, Persepsi Anggota tentang Layanan Pengurus

*Sumber: Pengolah Data Penelitian (2017)*

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS versi 21.0 diperoleh nilai  $F_{hitung}$  yakni 31.213 > 3.11, dan signifikansi sebesar 0,000. Dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi dari 0,05 maka signifikansi F sebesar 0,000 menunjukkan lebih kecil dari 0,05 sehingga, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi anggota tentang layanan pengurus dan motivasi berkoperasi terhadap loyalitas konsumen di koperasi unit desa (KUD) Marga Jaya

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

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

1. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel persepsi anggota tentang layanan pengurus terhadap loyalitas konsumen di koperasi unit desa (KUD) marga jaya kecamatan sungai gelam
2. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel motivasi berkoperasi terhadap loyalitas konsumen di koperasi unit desa (KUD) marga jaya kecamatan sungai gelam
3. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel persepsi anggota tentang layanan pengurus dan motivasi berkoperasi terhadap loyalitas konsumen di koperasi unit desa (KUD) marga jaya kecamatan sungai gelam

### **Saran**

kepada pengurus lebih baik dalam pelayanan yang akan diberikan kepada anggota koperasi sehingga anggota koperasi merasa senang dan puas dengan pelayanan yang diberikan, sebaiknya anggota memiliki motivasi berkoperasi yang tinggi dalam mendukung dan mengikuti berbagai kegiatan yang ada di koperasi agar terciptanya loyalitas konsumen/ anggota. Lebih mementingkan kebutuhan anggotanya supaya memiliki hubungan yang baik antara koperasi dengan anggotanya.

## DAFTAR PUSTAKA

Algifari. 2012. *Mengukur Kualitas Layanan; dengan Indeks Kepuasan, Metode Importance- Performance Analysis (IPA) dan Model kano*. Yogyakarta: BPFE FEB UGM

Griffin, J. 2005. *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.

Hurriyati, R, 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.

Joesron, T, S. 2005. *Manajemen Strategik Koperasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sinambela, L, P. 2014. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif; Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yogyakarta:Graha Ilmu.

UU Nomor 25 tahun 1992