

PENGARUH KEPERCAYAAN, LOKASI, PELAYANAN, JASA DAN KEAMANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA KOPERASI UNIT DESA "TANI MULYO" KARANGLANGIT LAMONGAN

Miftahul Huda

Moh. Azus Shony Azar

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Darul 'Ulum Lamongan

miftahulhuda@unisda.ac.id

azus@unisda.ac.id

Abstract : *The purpose of this study was to determine the effect of trust, location, services, and security services in KUD "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan. Calculation of SPSS 22.00 for Windows available Multiple linear regression analysis, namely: $= 5.895 + 0.190 (X1) + 0.131 (X2) + 0.114 (X3) + 0.143 (X4) + 0.117 (X4)$. Based on the magnitude of the coefficient of determination (R^2) note that the contribution of independent variables are beliefs ($X1$), the location ($X2$), services ($X3$), services ($X4$), Security ($X5$) customer loyalty (Y) amounted to 80.1%. based on the results of simultaneous calculations using test F test obtained F count of 22.580, while the significant level $\alpha = 0.05$ F table value of 2.38, so assuming obtained F count $>$ F table with probability (Sig.) of $0.000 < 0.05$, it is obtained assuming that H_0 is rejected and H_a accepted, jadivariabel smoking has a significant effect on loyalty konsumen. Sedangkan testing on the real rate of 5% partially shows that the confidence variable ($X1$) indicates t count $>$ t table that is equal to $5.716 >$ at 2.021. For variable location ($X2$) indicates T count $>$ t table $3.450 >$ 2.021. Services for the variable ($X3$) indicates t count $>$ t table that is equal to $3.320 >$ 2.021. For variable services ($X4$) shows t count $>$ t table amounted to $3.339 >$ 2.021. while for the security variable ($X5$) indicates t count $>$ t table amounted to $2.238 >$ 2.021. Based on these effects can be deduced that the variables of trust ($X1$) has the most dominant influence on customer loyalty (Y) for the greatest obtained t 5.716.*

Keywords : *Trust, location, service, service, security and customer loyalty*

Abstrak : Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, lokasi, pelayanan, jasa dan keamanan pada KUD "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan. Dari perhitungan SPSS 22,00 for Windows didapatkan Analisis Regresi linier Berganda yaitu: $= 5,895 + 0,190 (X1) + 0,131 (X2) + 0,114 (X3) + 0,143 (X4) + 0,117 (X4)$. Berdasarkan besarnya koefisien determinasi (R^2) diketahui bahwa besarnya kontribusi variabel bebas yaitu kepercayaan ($X1$), lokasi ($X2$), pelayanan ($X3$), jasa ($X4$), Keamanan ($X5$) terhadap loyalitas Nasabah (Y) sebesar 80,1%. Berdasarkan hasil perhitungan secara simultan menggunakan Uji F diperoleh uji F Hitung sebesar 22,580 sedangkan pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$ nilai F Tabel sebesar 2,38, jadi diperoleh asumsi F Hitung $>$ F Tabel dengan probabilitas (Sig.) sebesar $0,000 < 0,05$, maka diperoleh asumsi bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, jadivariabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas Nasabah. Sedangkan pengujian pada tingkat nyata 5% secara persial menunjukkan bahwa variabel kepercayaan ($X1$) menunjukkan t 1Hitung $>$ t Tabel yaitu sebesar $5,716 >$ sebesar 2,021. Untuk variabel lokasi ($X2$) menunjukkan T 2Hitung $>$ t Tabel sebesar $3,450 >$ 2,021. Untuk variabel Pelayanan ($X3$) menunjukkan T Hitung $>$ T Tabel yaitu sebesar $3,320 >$ 2,021. Untuk variabel jasa ($X4$)

menunjukkan $T_{Hitung} > T_{Tabel}$ sebesar $3,339 > 2,021$. sedangkan untuk variabel keamanan (X5) menunjukkan $T_{Hitung} > T_{Tabel}$ sebesar $2,238 > 2,021$. Berdasarkan pengaruh tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kepercayaan (X1) mempunyai pengaruh yang paling dominant terhadap loyalitas Nasabah (Y) karena diperoleh T_{Hitung} paling besar yakni 5,716.

Kata Kunci: Kepercayaan, lokasi, pelayanan, jasa, keamanan dan Loyalitas Nasabah

PENDAHULUAN

Kecenderungan perekonomian Indonesia pasca krisis moneter nampaknya berkembang cukup menggemblakan. Seiring dengan perkembangan tersebut perbankan di Indonesia pun cukup aktif dalam menawarkan produknya dan telah banyak mengalami perkembangan. Terutama pengembangan perbankan dengan sistem syariah yang terbukti lebih tahan krisis. Perkembangan menarik tersebut tidak terlepas dari kerjasama antara nasabah dengan Bank telah demikian majunya sehingga merupakan rekan yang saling membantu, dalam arti nasabah menyimpan uangnya di Bank dan Bank menyalurkannya kembali kepada nasabah.

Perkembangan dalam dunia perbankan ini ditandai dengan berdirinya bank-bank baru dengan sistem syariah dan atau Bank lama yang mengembangkan diri dengan mengembangkan sistem perbankan syariah. Karena dari sektor inilah sumber dana didapatkan dalam meningkatkan dan mengembangkan suatu usaha, juga dengan maksud untuk menangkap peluang yang diperkirakan akan melebar karena prospek perekonomian yang diyakini semakin membaik.

Munculnya Bank-Bank baru mengakibatkan bisnis perbankan menjadi semakin kompetitif, mereka saling bersaing satu sama lain untuk berlomba menarik nasabah dalam berbagai cara. Hal ini menyebabkan Bank-Bank dituntut untuk memajukan kegiatan pemasaran, karena semakin tinggi tingkat persaingan maka semakin menonjol agresifitas dan intensitas pemasaran. Selain Bank harus

mengembangkan pemasaran yang berorientasi pada langganan (nasabah), dengan memperhatikan aspek perilaku nasabah (nasabah). Karena perilaku nasabah sebagai tindakan individu dalam memperoleh dan memakai barang dan jasa ekonomi, serta menghasilkan atau menciptakan produk atau jasa yang lebih kreatif dan inovatif.

Sama halnya dengan Bank-Bank lain, Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan juga berusaha untuk menghimpun dana dari masyarakat dan sekitarnya. Dalam rangka melayani para nasabah yang ingin menyimpan uang, Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan menyediakan kotak dirumah-rumah nasabah untuk kemudian secara periodik diambil oleh petugas Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan. Perkembangan jumlah tabungan dan jumlah nasabah terus meningkat dari tahun ketahun.

Yang menarik untuk dikaji adalah, bahwa sejak berdiri Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan telah mampu menarik nasabah dengan perkembangan yang sangat signifikan dari tahun ketahun, padahal dari segi pengalaman bisa dikatakan kalah dengan koperasi yang telah lama berdiri. Hal ini dikarenakan faktor-faktor pemasaran, perhatian, pengembangan, kepercayaan, lokasi, pelayanan, jasa dan keamanan yang dapat mempengaruhi nasabah untuk tetap loyal terhadap Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan.

KAJIAN PUSTAKA

1. Konsep Pemasaran Jasa

Kosep pemasaran adalah suatu falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan (Swasta dan Irawan, 2010:10).

Konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan pembeli atau konsumen. Kotler (2012:17) menyatakan bahwa kunci untuk meraih tujuan organisasi adalah menjadi efektif daripada para pesaing dalam memadukan kegiatan pemasaran guna menetapkan dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran. Konsep pemasaran ini bersandar pada:

a. Pasar sasaran

Perusahaan dapat berhasil jika mereka mendefinisikan pasar sasaran mereka dengan cermat dan menyiapkan program pemasaran yang sesuai.

b. Kebutuhan pelanggan

Meskipun pemasaran adalah memenuhi kebutuhan secara menguntungkan, memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan tidak selalu merupakan tugas yang sederhana. Perusahaan dapat menanggapi permintaan pelanggan dengan memberikan apa yang mereka inginkan atau butuhkan. Kunci pemasaran profesional adalah memahami kebutuhan riil pelanggan dan pemenuhinya dengan lebih baik daripada yang dilakukan para pesaing. Dan memuaskan pelanggan sasaran sangatlah penting. Karena penjualan perusahaan setiap periode berasal dari dua kelompok, yaitu pelanggan baru dan pelanggan setia.

c. Pemasaran terpadu

Jika departemen perusahaan bekerja sama melayani kepentingan pelanggan, hasilnya adalah pemasaran terpadu. Untuk menyokong kerja sama tim dalam semua departemen, perusahaan harus menerapkan pemasaran eksternal

(pemasaran yang ditujukan terhadap orang-orang di luar perusahaan) dan pemasaran internal (kegiatan mengenai keberhasilan dalam menerima, melatih dan memotivasi pegawai yang memiliki kemampuan dan ingin melayani pelanggan dengan baik).

d. Profitabilitas

Tujuan utama konsep pemasaran adalah membantu organisasi mencapai tujuan mereka. Bagi perusahaan swasta, tujuan utamanya adalah laba. Dalam organisasi pencari laba; laba merupakan produk sampingan dari melaksanakan tugas dengan baik. Perusahaan menghasilkan uang dengan memuaskan kebutuhan pelanggan lebih baik daripada yang dilakukan pesaing.

Pemasaran menurut Sumarni (2012:5) adalah "Kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran". Lebih lanjut Sumarni (2012:19) mengatakan bahwa "Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak terwujud, dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik".

Dari pengertian pemasaran dan jasa tersebut kemudian Sumarni (2012:25) berpendapat bahwa: Konsep pemasaran jasa yang dimaksud dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

a. Menekan sekecil mungkin ketidakpastian

b. Memahami problema

c. Pembelian profesionalitas

Dari definisi di atas, maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa konsep pemasaran merupakan kegiatan yang dicurahkan untuk mengetahui apa yang diinginkan konsumen atau nasabah dan kemudian memuaskan keinginan itu dengan tujuan akhir dari perusahaan

untuk memperoleh laba agar perusahaan dapat melangsungkan hidupnya. Hal ini didasari pertimbangan bahwa keadaan pasar yang dihadapi perusahaan selalu bersifat dinamis seiring dengan dinamisnya perkembangan masyarakat dan teknologi. Peran manajer dalam hal ini adalah mengidentifikasi perilaku dan keinginan konsumen dimasa yang akan datang.

2. Pengertian Koperasi

Pengertian Koperasi dan Madhab-Madhab Perkoperasian

a. Pengertian Koperasi

Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan berlandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan.(UU Koperasi,1992:2).

Koperasi adalah kumpulan orang-orang sehingga sehingga kekuasaan tertinggi ada pada orang-orang (anggota) bukan kumpulan modal (saham).

b. Madzab-Madzab Perkoperasian

Dilihat dari tujuan keberadaan Koperasi pada dasarnya ada 3 (tiga) madzab yaitu:

1) Mazhab Yard-Stick (alat pengukur)

Madzab ini beranggapan bahwa di dalam sistim perekonomian kapitalistik, peranan koperasi adalah sebagai alat untuk mengoreksi akibat-akibat negatif daripada sistim kapitalistik tersebut. Artinya apabila sistim kapitalisme menciptakan ketidakadilan dalam pembagian pendapatan masyarakat, maka dengan sendirinya mengoreksi agar pembagian pendapat di masyarakat dapat dilaksanakan lebih adil dan merata.

2) Madzab Persemakmuran (*Commant Wealth*)

Beranggapan bahwa dalam sistim kapitalis tidak akan terjadi keadilan dalam pembagian pendapatan. Oleh

sebab itu perlu diganti dengan sistim koperasi.

3) Madzhab Sosialistik

Beranggapan sistim perkoperasian yang paling baik adalah sosialistik untuk dapat mencapai sistim itu maka koperasi dapat dipergunakan sebagai alatnya.

3. Pengertian KUD

Koperasi Unit Desa adalah suatu Koperasi serba usaha yang beranggotakan penduduk desa dan berlokasi didaerah pedesaan, daerah kerjanya biasanya mencakup satu wilayah. Pembentukan KUD ini merupakan penyatuan dari beberapa Koperasi pertanian yang kecil dan banyak jumlahnya dipedesaan. Selain itu KUD memang secara resmi didorong perkembangannya oleh pemerintah.

Menurut instruksi presiden Republik Indonesia No 4 Tahun 1984 Pasal 1 Ayat (2) disebutkan bahwa pengembangan KUD diarahkan agar KUD dapat menjadi pusat layanan kegiatan perekonomian didaerah pedesaan yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari pembangunan nasional dan dibina serta dikembangkan secara terpadu melalui program lintas sektoral. Adanya bantuan dari pemerintah tersebut ditujukan agar masyarakat dapat menikmati kemakmuran secara merata dengan tujuan masyarakat yang adil makmur akan juga tercapai dengan melalui pembangunan dibidang ekonomi, misalnya dengan memberikan kredit kepada pihak-pihak yang ekonominya masih lemah atau rakyat kecil terutama didaerah pedesaan Dalam menjalankan usaha koperasi diarahkan pada usaha yang berkaitan langsung dengan kepentingan anggota, baik untuk menunjang usaha maupun kesejahteraan. Melihat kebutuhan anggota beraneka ragam, maka usaha koperasi multipurpose yaitu koperasi yang mempunyai beberapa bidang usaha,

misalnya simpan pinjam, perdagangan, produksi, konsumsi, kesehatan, dan pendidikan. Koperasi yang termasuk dalam multipurpose adalah Koperasi Unit Desa

b. Koperasi Berdasarkan Jenis Usahanya

Secara umum, berdasar jenis usaha, koperasi terdiri atas Koperasi Simpan Pinjam (KSP), Koperasi Serba Usaha (KSU), Koperasi Konsumsi, dan Koperasi Produksi.

1. Koperasi Simpan Pinjam (KSP)

KSP adalah koperasi yang memiliki usaha tunggal yaitu menampung simpanan anggota dan melayani peminjaman. Anggota yang menabung (menyimpan) akan mendapatkan imbalan jasa dan bagi peminjam dikenakan jasa. Besarnya jasa bagi penabung dan peminjam ditentukan melalui rapat anggota. Dari sinilah, kegiatan usaha koperasi dapat dikatakan “dari, oleh, dan untuk anggota.”

2. Koperasi Serba Usaha (KSU)

KSU adalah koperasi yang bidang usahanya bermacam-macam. Misalnya, unit usaha simpan pinjam, unit pertokoan untuk melayani kebutuhan sehari-hari anggota juga masyarakat, unit produksi, unit wartel.

3. Koperasi Konsumsi

Koperasi konsumsi adalah koperasi yang bidang usahanya menyediakan kebutuhan sehari-hari anggota. Kebutuhan yang dimaksud misalnya kebutuhan bahan makanan, pakaian, perabot rumah tangga.

4. Koperasi Produksi

Koperasi produksi adalah koperasi yang bidang usahanya membuat barang (memproduksi) dan menjual secara bersama-sama. Anggota koperasi ini pada umumnya sudah memiliki usaha dan melalui koperasi para anggota mendapatkan bantuan modal dan pemasaran.

<http://ninasafitri.blogspot.co.id/> 03-06-2020.

3. Koperasi Simpan Pinjam

a. Landasan Hukum Simpan pinjam

Berdasarkan pasal 44 Undang-undang nomor 25 tahun 1992 tentang perkoperasian dan penjelasan telah diatur bahwa koperasi dapat menghimpun dana dan menyalurkan melalui kegiatan usaha simpan pinjam. Kegiatan usaha simpan pinjam tersebut dilaksanakan dan untuk :

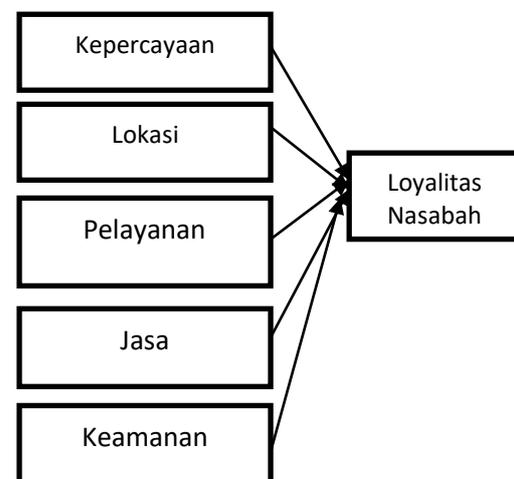
- 1) Anggota koperasi yang bersangkutan ;
- 2) Calon anggota yang memenuhi syarat
- 3) Koperasi lain dan / atau anggotanya.

c. Bentuk Organisasi Simpan Pinjam

1) Koperasi simpan pinjam selanjutnya disebut KSP adalah koperasi yang melaksanakan kegiatan usahanya hanya usaha simpan pinjam.

2) Unit Simpan Pinjam selanjutnya disebut USP adalah unit usaha yang dibentuk dalam suatu koperasi, sebagai bagian dari kegiatan usaha koperasi yang bersangkutan, yang melakukan kegiatan usaha simpan pinjam.

Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Singarimbun (2011:27), mengatakan bahwa “Penelitian adalah suatu bentuk kegiatan dengan mengumpulkan dan mengklasifikasikannya untuk kemudian menemukan sifat-sifat umum yang dapat dipandang sebagai hukum, kaidah dan dalih atau generalisasi terhadap fenomena yang berada dalam bidang yang ditelitinya dengan menggunakan prosedur yang sistematis, jelas dan terkontrol”.

Ditinjau dari rancang bangun penelitiannya, maka penelitian ini pada hakekatnya adalah penelitian analitik yaitu penelitian yang menggunakan statistic inferensial yang digunakan untuk menguji hipotesis (Saefudi Zuhri, 2001:2

Populasi dan sampel

1. Populasi

”Populasi atau univers ialah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga” (Singaribuan, Efendi.2011:152). Dalam penelitian ini sampel yang diharapkan dapat menggambarkan hasil sesungguhnya dari populasi. Populasi dalam Penelitian Ini Nasabah Koperasi Unit Desa (KUD) ”Tani Mulyo” sebanyak 342 orang.

2. Sampel

Arikunto (2010:104), mengatakan bahwa “Sampel jika hanya kita meneliti sebagian dari populasi, maka penelitian tersebut dinamakan penelitian sampel. Sampel adalah sebagian wakil populasi”.

Selanjutnya sehubungan dengan penentuan besarnya sampel, apabila kurang dari 100, maka lebih baik di ambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, selanjutnya jika jumlah subyeknya besar dapat diambil antara 10 % - 15 %, atau 20 % - 25 % atau lebih, jadi dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel 10% dari populasi Jadi sampel 34 Nasabah

Adapun Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini akan dikemukakan teori-teori sebagai berikut:

1).Kepercayaan (X1/bebas) adalah Kepercayaan nasabah Koperasi Unit Desa (KUD) ”Tani Mulyo” Karanglangit Lamongan merupakan suatu penilaian yang timbul dalam diri orang tersebut melalui mendengar, mengenal, penilaian pribadi, reputasi, dan segala kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh Koperasi Unit Desa (KUD) ”Tani Mulyo” Karanglangit Lamongan. Indikator yang dipergunakan untuk mengukur variabel kepercayaan adalah sebagai berikut :

- 1) Kepercayaan nasabah bahwa Koperasi Unit Desa (KUD) ”Tani Mulyo” Karanglangit Lamongan tersebut tidak akan merugikan
- 2) Kepercayaan nasabah bahwa Koperasi Unit Desa (KUD) ”Tani Mulyo” Karanglangit Lamongan tersebut adalah bonafid
- 3) Kepercayaan nasabah bahwa Koperasi Unit Desa (KUD) ”Tani Mulyo” Karanglangit Lamongan dapat dipercaya untuk menyimpan rahasia nasabah tersebut.
- 4) Kepercayaan yang selama ini telah diberikan Koperasi Unit Desa (KUD) ”Tani Mulyo” Karanglangit Lamongan terhadap nasabah.

b.Lokasi (X2)

Lokasi merupakan tempat dimana Koperasi Unit Desa (KUD) ”Tani Mulyo” Karanglangit Lamongan tersebut berada atau menjalankan aktivitasnya sehari-hari. Dalam hal ini Koperasi Unit Desa (KUD) ”Tani Mulyo” Karanglangit Lamongan harus dapat memilih atau menentukan tempat yang strategis dan dianggap sesuai dengan usahanya. Indikator yang dipergunakan untuk mengukur variabel Lokasi adalah sebagai berikut:

- 1) Jarak tempat tinggal nasabah dengan lokasi Koperasi Unit Desa (KUD)

"Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan.

- 2) Kondisi jalan dari tempat tinggal menuju lokasi Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan.
- 3) Kemudahan dalam menjangkau lokasi Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan.
- 4) Tingkat kemudahan memperoleh sarana transportasi menuju lokasi Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan.

c. Pelayanan (X3)

Pelayanan adalah sikap atau tindakan yang dilakukan oleh Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan terhadap masyarakat dalam usahanya untuk menarik perhatian, kesan, dan penilaian yang baik dimata masyarakat mengenai lembaga tersebut. Indikator yang dipergunakan untuk mengukur variabel pelayanan adalah sebagai berikut:

- 1) Penilaian nasabah terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh karyawan Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan.
- 2) Penilaian nasabah terhadap keramahan sikap karyawan Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan dalam melakukan tugasnya.
- 3) Penilaian nasabah terhadap sikap dan cara karyawan Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan dalam memberikan informasi.
- 4) Penilaian nasabah terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan.

d. Jasa (X4)

Jasa adalah kegiatan yang diberikan atau yang ditawarkan oleh Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan kepada

masyarakat. Jasa ini pada hakekatnya tidak teraba tetapi dapat dirasakan manfaatnya oleh orang yang menerima jasa. Indikator yang dipergunakan untuk mengukur variabel jasa adalah sebagai berikut:

- 1) Tingkat kemudahan yang diberikan Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan tersebut dalam membuka rekening tabungan
- 2) Tingkat kemudahan yang diberikan Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan tersebut dalam penyetoran tabungan
- 3) Tingkat kemudahan yang diberikan Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan tersebut dalam penarikan uang tabungan.
- 4) Tingkat kemudahan yang diberikan Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan tersebut dalam pemberian jasa.

e. Keamanan (X5)

Merupakan usaha untuk selalu menjaga simpanan nasabah secara baik dan benar. Indikator yang dipergunakan untuk mengukur variabel keamanan adalah sebagai berikut:

- 1) Tingkat keamanan yang ada di Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan
- 2) Keamanan di sekitar Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan
- 3) Tingkat keamanan perjalanan menuju lokasi Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan
- 4) Keamanan yang telah diberikan oleh Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan

2. Variabel Independent (Variabel terikat)

Merupakan variabel yang tergantung atas variabel yang lain (dipengaruhi variabel independent) yaitu : Loyalitas nasabah (nasabah) Koperasi Unit Desa

(KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan.

Indikator yang dipergunakan untuk mengukur Loyalitas nasabah adalah sebagai berikut:

- 1) Loyalitas untuk terus menabung pada Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan.
- 2) Bunga yang diberikan Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan terhadap tabungan.
- 3) Bunga tabungan di Koperasi Unit Desa (KUD) "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan lebih tinggi daripada di tempat lain.
- 4) Kepuasan atas manfaat yang diperoleh.

Analisis data yang dipakai dengan menggunakan SPSS ver 22 adalah :

1. Uji validitas

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrument (Arikunto, 2007 : 157). Uji validitas memenuhi syarat jika benar dapat mengindikasikan variable, maka nilai loading factor dan KMO MSA akan tinggi $> 0,5$.

2. Uji reabilitas

Reliabilitas menurut Arikunto (2007 : 152) menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik, dengan demikian reliabilitas menunjuk pada tingkat keterhandalan sesuatu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki $\alpha > 0,60$.

3. Regresi Linier Berganda

Dalam analisis ini peneliti menggunakan pendekatan teknis analisis data statistik yang berupa analisis regresi linear berganda untuk mengetahui lebih jelas pengaruh kepercayaan, lokasi, pelayanan, jasa, dan keamanan sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah

sebagai variabel yang dipengaruhi, maka digunakan analisa regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + e$$

Sugiyono
(2010:243):

4. Uji hipotesis

a. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh yang signifikan antara variable bebas dengan variable terikat secara bersama-sama bas (Sugiyono, 2012 : 190)

Kriteria pengukuran

Ho diterima apabila : $F_{hitung} < F_{tabel}$

Ho ditolak apabila : $F_{hitung} > F_{tabel}$

b. Uji T

Uji T adalah hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel (X) dengan variabel (Y) secara parsial (individu).Sugiyono, (2012: 177).

Kriteria pengukuran

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ (Signifikasi 0,05) maka HO ditolak.

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ (Signifikasi 0,05) maka HO diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

a. Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin.

Dapat diketahui bahwa mayoritas responden (58,8%) adalah berjenis kelamin laki-laki sedangkan sisanya (41,2%) responden berjenis kelamin perempuan.

b. Karakteristik responden pendapatan

Responden berdasarkan dapat diketahui ternyata dari 34 responden, responden yang berpenghasilan $< 1.500.000$ sebanyak 32,4%, $1.500.000 - 2.000.000$ sebesar 38,2%, $2.000.000 - 2.500.000$ sebesar 17,6%, $2.500.000 - 3.000.000$ sebesar 5,9%, dan diatas $3.000.000$ sebesar 5,9%.

Analisis Data

a. Uji Validitas berikut ini

Uji validitas digunakan untuk melihat valid tidaknya masing-masing instrumen dalam variabel kepercayaan (X1), lokasi (X2), pelayanan (X3), jasa (X4), Keamanan (X5) terhadap loyalitas konsumen (Y) Dengan taraf signifikan 0,05 (5%) loading factor dan KMO MSA akan tinggi > 0,5.

Tabel 4.1 Uji Validitas

Validitas		
Variabel	KMO	Ket
X1	0.608 > 0.5	Valid
X2	0.733 > 0.5	Valid
X3	0.797 > 0.5	Valid
X4	0.719 > 0.5	Valid
X5	0.649 > 0.5	Valid
Y	0.770 > 0.5	Valid

Sumber : SPSS diolah 2020

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk menguji konsistensi alat ukur (instrumen) yang digunakan, Adapun hasil uji validitas pada pengujian ini untuk masing-masing variabel reliabel jika memiliki alpha > 0,60. adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Reabilitas

Reabilitas		
Variabel	Cronbach Alpha	Ket
X1	0.620 > 0.6	Reliabel
X2	0.762 > 0.6	Reliabel
X3	0.851 > 0.6	Reliabel
X4	0.748 > 0.6	Reliabel
X5	0.841 > 0.6	Reliabel
Y	0.767 > 0.6	Reliabel

Sumber : SPSS diolah 2020

c. Uji Analisis Regresi

Tabel 4.3 Uji Analisis Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.253	1.984		.127	.900
X1	.458	.181	.380	2.530	.017
X2	-.575	.405	-.592	-1.419	.167
X3	.119	.284	.120	.418	.679

Sumber : SPSS diolah 2020

Bentuk persamaan pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,253 + 0,458X1 - 0,575X2 + 0,119X3 + 0,667X4 + 0,294X5$$

1. Konstanta (a)

a = 0,253 mengandung pengertian bahwa perpotongan garis regresi pada sumbu vertical (Y) Terletak pada 0,253, nilai ini tergantung pada nilai variabel bebas (X1, X2, X3, X4, X5). Nilai 0,253 juga berarti bahwa meskipun Koperasi tidak melakukan kebijakan kepercayaan, lokasi, pelayanan, jasa, keamanan, maka perusahaan masih meraih volume penjualan sebesar 0,253 satuan.

2. Kepercayaan (X1)

b1 = 0,458 nilai mengandung pengertian bahwa apabila X1 (kepercayaan) naik sebesar satu satuan, maka akan diikuti peningkatan Loyalitas sebesar 0,458 satuan dengan asumsi bahwa variabel lokasi (X2), pelayanan (X3), jasa (X4), keamanan (X5).

3. Lokasi (X2)

b2 = 0,575 nilai mengandung pengertian bahwa apabila X2 (lokasi), naik sebesar 0,575 satu satuan maka akan diikuti oleh peningkatan loyalitas sebesar 0,575 satuan. Dengan asumsi bahwa X1 (keamanan), X3 (Pelayanan), X4 (Jasa), X5 (Keamanan).

4. Pelayanan (X3)

b3 = 0,119 nilai mengandung pengertian bahwa apabila X3

(Pelayanan) naik sebesar satu satuan, maka akan diikuti peningkatan Loyalitas Nasabah sebesar 0,119 satuan dengan asumsi bahwa variabel kepercayaan (X1), Lokasi (X2), jasa (X4), keamanan (X5) konstan.

5. Jasa (X4)

$b_4 = 0,667$ nilai mengandung pengertian bahwa apabila X4 (Jasa) naik sebesar satu satuan, maka akan diikuti peningkatan Loyalitas sebesar 0,667 satuan dengan asumsi bahwa variabel kepercayaan (X1), Lokasi (X2), pelayanan (X3), keamanan (X5) konstant.

6. Keamanan (X5)

$B_5 = 0,294$ nilai mengandung pengertian bahwa apabila X5 (keamanan) naik sebesar satu satuan, maka akan diikuti peningkatan Loyalitas Nasabah sebesar 0,294 satuan dengan asumsi bahwa variabel kepercayaan (X1), Lokasi (X2), pelayanan (X3), jasa (X4) konstant.

Uji Hipotesis

a. Uji F

Tabel 4.4 Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	99.235	5	19.847	14.292	.000 ^a
	Residual	38.882	28	1.389		
	Total	138.118	33			

a. Predictors: (Constant), X5, X1, X4, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : SPSS diolah 2020

Dari tabel diatas dapat dikemukakan hasil Uji ANOVA atau Uji F didapat Fhitung yaitu 14,292 dengan tingkat signifikan 0,000 karena probabilitas (0,000) lebih kecil dari 0,05 maka model regresi bisa dipakai untuk memprediksi peningkatan kepercayaan, lokasi, pelayanan, jasa, keamanan,. Sedangkan Ftabel dengan signifikan 0,05 $df_1 = 5$ $df_2 = 28$ (N-K-1) sebesar 2,56, hal ini berarti Fhitung > Ftabel. Jadi dari pengujian diatas dapat dijelaskan bahwa Ho ditolak dan H1 diterima. Hal ini membuktikan bahwa variabel

kepercayaan (X1), lokasi (X2), pelayanan (X3), jasa (X4) keamanan (X5) Secara bersama-sama berpengaruh secara nyata terhadap variabel Loyalitas nasabah (Y).

b. Uji T

Tabel 4.5 Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.253	1.984		.127	.900
X1	.458	.181	.380	2.530	.017
X2	-.575	.405	-.592	-1.419	.167
X3	.119	.284	.120	.418	.679
X4	.667	.246	.671	2.711	.011
X5	.294	.311	.327	.946	.352

Sumber : SPSS diolah 2020

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa :

- Nilai Thitung untuk kepercayaan (X1) adalah 2,530 sedangkan nilai Ttabel dengan tingkat signifikan 0,05 dan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ adalah 1,70113 . Sehingga Thitung > Ttabel. Jadi dari analisa diatas dapat dijelaskan bahwa Ho ditolak dan H1 diterima, artinya secara parsial kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah yang ada di KUD Tani Mulyo Karanglangitlamongan.
- Nilai Thitung untuk lokasi (X2) adalah 1,419 sedangkan nilai Ttabel dengan tingkat signifikan 0,50 dan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ adalah 1,70113. Sehingga Thitung > Ttabel. Jadi dari analisa diatas dapat dijelaskan bahwa Ho ditolak dan H1 diterima, artinya secara parsial lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah yang ada di KUD Tani Mulyo Karanglangit Lamongan.
- Nilai Thitung untuk pelayanan (X3) adalah 0,418 sedangkan nilai Ttabel dengan tingkat signifikan 0,50 dan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ adalah 1,70113. Sehingga Thitung > Ttabel. Jadi dari analisa diatas dapat

- dijelaskan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap KUD Tani Mulyo Karanglangit Lamongan.
- d. Nilai Thitung untuk (X4) jasa adalah 2,771 sedangkan nilai Ttabel dengan tingkat signifikan 0,50 dan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ adalah 1,70113. Sehingga $Thitung > Ttabel$. Jadi dari analisa diatas dapat dijelaskan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial distribusi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah KUD Tani Mulyo Karanglangit Lamongan
- e. Nilai Thitung untuk (X5) keamanan adalah 0,946 sedangkan nilai Ttabel dengan tingkat signifikan 0,50 dan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ adalah 1,70113. Sehingga $Thitung > Ttabel$. Jadi dari analisa diatas dapat dijelaskan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial distribusi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah KUD Tani Mulyo Karanglangit Lamongan.
- b) Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Nasabah Pada Koperasi Unit Desa "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan. Berdasarkan Hasil Penelitian Nilai Thitung untuk lokasi (X2) adalah 1,419 sedangkan nilai Ttabel dengan tingkat signifikan 0,50 dan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ adalah 1,70113. Sehingga $Thitung > Ttabel$. Jadi dari analisa diatas dapat dijelaskan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah yang ada di KUD Tani Mulyo Karanglangit Lamongan.
- c) Pengaruh Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Pada Koperasi Unit Desa "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan. Berdasarkan Hasil Penelitian Nilai Thitung untuk pelayanan (X3) adalah 0,418 sedangkan nilai Ttabel dengan tingkat signifikan 0,50 dan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ adalah 1,70113. Sehingga $Thitung > Ttabel$. Jadi dari analisa diatas dapat dijelaskan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap KUD Tani Mulyo Karanglangit Lamongan.

PEMBAHASAN

- a) Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Pada Koperasi Unit Desa "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan

Berdasarkan Hasil Penelitian Nilai Thitung untuk kepercayaan (X1) adalah 2,530 sedangkan nilai Ttabel dengan tingkat signifikan 0,05 dan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ adalah 1,70113. Sehingga $Thitung > Ttabel$. Jadi dari analisa diatas dapat dijelaskan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah yang ada di KUD Tani Mulyo Karanglangit Lamongan.

- d) Pengaruh Jasa terhadap Loyalitas Nasabah Pada Koperasi Unit Desa "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan Berdasarkan Hasil Penelitian Nilai Thitung untuk (X4) jasa adalah 2,771 sedangkan nilai Ttabel dengan tingkat signifikan 0,50 dan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ adalah 1,70113. Sehingga $Thitung > Ttabel$. Jadi dari analisa diatas dapat dijelaskan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial distribusi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah KUD Tani Mulyo Karanglangit Lamongan
- e) Pengaruh Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah Pada Koperasi Unit

Desa "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan. Berdasarkan Hasil Penelitian Nilai Thitung untuk (X5) keamanan adalah 0,946 sedangkan nilai Ttabel dengan tingkat signifikan 0,50 dan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ adalah 1,70113. Sehingga Thitung > Ttabel. Jadi dari analisa di atas dapat dijelaskan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial distribusi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah KUD Tani Mulyo Karanglangit Lamongan.

- f) Yang paling dominan dalam penelitian ini adalah variabel X4 (Jasa).
- g) Hasil Uji F didapat Fhitung yaitu 14,292 dengan tingkat signifikan 0,000 karena probabilitas (0,000) lebih kecil dari 0,05. bahwa variabel kepercayaan (X1), lokasi (X2), pelayanan (X3), jasa (X4) keamanan (X5) Secara bersama-sama berpengaruh secara nyata terhadap variabel Loyalitas nasabah (Y).

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisa data dapat disimpulkan sebagai berikut :

Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kepercayaan (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah yang ada di KUD Tani Mulyo Karanglangit Lamongan.
1. Lokasi (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah yang ada di KUD Tani Mulyo Karanglangit Lamongan.
2. Pelayanan (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap KUD Tani Mulyo Karanglangit Lamongan.
3. Jasa (X4) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah KUD Tani Mulyo Karanglangit Lamongan
4. Keamanan (X5) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas

nasabah KUD Tani Mulyo Karanglangit Lamongan.

5. Hasil Uji F Menunjukkan variabel kepercayaan (X1), lokasi (X2), pelayanan (X3), jasa (X4) keamanan (X5) Secara bersama-sama berpengaruh secara nyata terhadap variabel Loyalitas nasabah (Y).

Saran

Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Penting bagi pihak Koperasi untuk mengetahui dan mengenal secara cermat faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah, dan memasukkan faktor-faktor dalam usaha mempertahankan loyalitas nasabah pada KUD "Tani Mulyo" Karanglangit lamongan
2. Penelitian semacam ini perlu dikembangkan dengan cara kerja sama antara lembaga pendidikan atau lembaga penelitian dengan pihak Koperasi sehingga hasil penelitian tersebut nantinya dapat dimanfaatkan sebagai bahan acuan untuk menentukan kebijakan pengembangan koperasi dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Assael, Henry, 2009. *Consumer Behavior and Marketing Action*. By PWS KENT Publishing Company. Fourth Edition. Boston.
- Arikunto, Suharsini. 2010. *Manajemen Penelitian*. Cetakan keenam. PT. Rhineka Cipta. Jakarta.
- Ahmad Syarifudin 2013. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah pada Koperasi MADANI Cabang Pangkalan Bun*. STKIP PGRI Pangkal Bun
- Gunjarati, Damodar, 2008. *Ekonometrika Dasar*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Hadi, Sutrisno, 2013. *Analisis Regresi*. Cetakan kesembilan. Penerbit Fakultas Psikologi UGM. Yogyakarta.

- James, et.al, 2010. *Organisasi*. Terjemahan: Djarkasih. Edisi V. Penerbit Erlangga. Jakarta. 1994.
- Kotler, Philip, 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid XI. Edisi XIV. Intermedia. Jakarta.
- _____. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Penyadur Jaka Wasana. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- M. Taufiq Reza A.F 2015. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah pada Koperasi PGRI Cabang Makassar*. UNMUH Makassar
- Peter dan Olson 2008. *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Terjemahan Sihombing. Damos. Cetakan keempat. Erlangga. Jakarta.
- Sembiring, Sentosa. 2006. *Himpunan Ketentuan Tentang Badan Usaha Koperasi dan Usaha Kecil, UU No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Dan UU No. 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil*. Cetakan I. Penerbit Nuansa Aulia. Bandung.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian. 2011. *Metode Penelitian Survei*. Cetakan Ketujuh. PL3ES. Jakarta.
- Swasta, Basu dan Irawan. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi VI. Cetakan Kedelapan. Liberty Offset. Yogyakarta.
- Sugiyono.2012 *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Cetakan Ketiga. Penerbit Adi. Yogyakarta.
- Yazid. 2009. *Pemasaran Jasa : Konsep dan Implementasi*. Cetakan ketiga. FE UII. Yogyakarta.
- Swasono, Sri-Edi. 1992. *Pengembangan Koperasi: Kumpulan Karangan Thoby Mutis*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia
- Suryani .2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI'' 46 Cabang Uin Syarif Hidayatullah Ciputat)*. Uin Syarif Hidayatullah
- Zuhri, Saifuddin. 2001. *Metode Penelitian*. Penerbit. Unisda Espress. Lamongan.
- Undang-undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945 Hasil Amandemen Ke-IV Tahun 2002. Surakarta: Pustaka Mandiri
- Undang-undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 *Tentang Perkoperasian*. 2003. Semarang: Aneka Ilmu
- Undang-undang Republik Indonesia No. 17 tahun 2012 *Tentang perkoperasian*
<http://ninasafitri.blogspot.co.id/> 03-06-2020.