



Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Anggota Di KPN PEMKO Padang

Muthi'ah ¹, Marwan ²

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, muthiahaja2@gmail.com , Universitas Negeri Padang

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, marwan@fe.unp.ac.id , Universitas Negeri Padang

Abstract

The research problem is the low, low member loyalty at KPN PEMKO Padang, low service marketing at KPN PEMKO Padang. The purpose of this research is to determine the effect of product, price, promotion, place, physical evidence, people, processes, productivity and quality of member loyalty in KPN PEMKO Padang. The research method is causative research, causative research is research that is useful for analyzing the relationship between one variable and another or how one variable affects other variables. The research is product, price, promotion, physical evidence, people, process, productivity and quality have a positive and significant effect on member loyalty in KPN PEMKO Padang and place does not have a positive and significant effect on member loyalty in KPN PEMKO Padang. The conclusion of the study is that there is a positive influence and sign If product, price, promotion, physical evidence, people, process, productivity and quality affect the loyalty of members at KPN PEMKO Padang, there is no significant effect on the place variable on member loyalty at KPN PEMKO Padang.

Keywords: product, price, physical Evidence, people, process, productivity and quality, member loyalty.

Abstrak

Permasalahan penelitian adalah rendahnya loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang, rendahnya pemasaran jasa di KPN PEMKO Padang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi, tempat, bukti fisik, orang, proses, produktivitas dan kualitas terhadap loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang. Metode penelitian adalah penelitian kausatif, penelitian kausatif adalah penelitian yang berguna untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana satu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Hasil penelitian adalah produk, harga, promosi, bukti fisik, orang, proses, produktivitas dan kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang dan tempat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang. Kesimpulan penelitian adalah ada pengaruh dan tanda positif Jika produk, harga, promosi, bukti fisik, orang, proses, produktivitas dan kualitas berpengaruh terhadap loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang, tidak ada pengaruh yang signifikan pada variabel tempat terhadap loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang.

Kata Kunci: produk, harga, bukti fisik, orang, proses, produktivitas dan kualitas, loyalitas anggota.

1. PENDAHULUAN

Koperasi ialah sebuah wujud kerja sama dalam ekonomi, kerja sama tersebut terjadi karena mereka memiliki jenis kebutuhan hidup yang sama sehingga mereka secara bersama-sama berusaha agar kebutuhan sehari-hari dapat terpenuhi. Kebutuhan yang mempunyai hubungan dengan rumah tangga ataupun lembaga tertentu. Pada dasarnya lembaga koperasi ialah termasuk organisasi dalam ekonomi kerakyatan yang bersifat sosial, dengan anggota badan hukum atau orang yang berpedoman pada kekeluargaan yang mana koperasi adalah hal yang sebanding dengan jiwa semangat bangsa Indonesia yang berjiwa gotong royong bangsa Indonesia. Prinsip koperasi sebagai esensi dasar kerja koperasi menempatkan anggota sebagai tujuan utamanya disamping tujuan untuk memperoleh keuntungan. Ciri –ciri penting yang membedakan lembaga koperasi dengan lembaga badan usaha yaitu bahwa setiap anggota lembaga koperasi mempunyai sebuah dua identitas (the dual identity of the member) ialah anggota menjadi pengguna dan juga sekaligus pemilik jasa lembaga koperasi (user own oriented firm) (Chalimah, C, & Shakowi, 2015).

Menurut (Rangkuti, 2011), bila sebuah perusahaan tidak memiliki daya unggul dalam bersaing maka jangan menantang untuk bersaing. Hal tersebut artinya semua koperasi perlu mempunyai daya unggul dalam bersaing untuk mendapatkan hasil mencapai kemenangan kompetensi. Tingkat perkembangan bidang pemasaran saat ini bisa termasuk berada dalam kompetensi yang sama-sama saling menyudutkan diantara koperasi satu dengan lainnya, khusus untuk koperasi yang memiliki kesamaan bentuk produk. “Pemasaran merupakan sebuah proses, kebijakan, keputusan dan sasaran serta beberapa peraturan yang menjurus dalam usaha bidang pemasaran dari waktu ke waktu dan di tiap-tiap tingkat dengan lokasi” (Arif, 2012).

Dalam usaha untuk lebih meningkatkan layanan dan memenuhi keinginan serta kebutuhan anggotanya, KPN PEMKO Padang menawarkan berbagai macam simpan pinjam, program promosi dan produk dalam aktivitas bauran pemasara jasa yang y diharapkan sebanding dengan setiap keinginan anggota koperasi. Maka dari itu, semoga bisa menimbulkan loyalitas anggota karena anggota yang loyal ialah suatu harta yang sangat istimewa bagi lembaga koperasi.

Loyalitas memiliki peran yang sangat penting dalam suatu koperasi agar tetap terus selalu bertahan pada kompetensi bisnis yang saat ini sangat sengit. Loyalitas tergambar melalui antusias anggota terhadap jasa atau produk koperasi. Karena loyalitas ialah juga suatu komitmen maupun sebuah keputusan yang dipegang oleh pemangku koperasi secara mendalam dengan mempergunakan dan mendukung ulang jasa atau produk untuk di inginkan dimasa depan, walaupun terdapat pengaruh keadaan dan usaha pemasaran yang mempunyai potensi penyebab anggota berpindah.

“Loyalitas yaitu penggabungan yang terjadi diantara proses dan intelektual dan emosional dimana loyalitas koperasi dan anggota terbentuk dari hak mutlak koperasi yang mampu meningkatkan kualitas produk baik berupa jasa maupun barang.. Disisi lain loyalitas dapat kita artikan sebagai suatu rupa kesetiaan seseorang terhadap sebuah produk baik yang berbentuk jasa atau barang yang telah di berikan oleh sebuah perusahaan” dalam jurnal (Mantauv, 2015).

Bagi perusahaan koperasi dan jasa, anggota setia berperan sangat penting. Karena selain dapat semakin meningkatkan profitabilitas yang didapat, anggota setia juga bisa memperlihatkan citra koperasi di mata umum. Dengan adanya koperasi yang mempunyai sebuah loyalitas yang cukup tinggi sehingga bisa berperan sebagai partner atau mitra sejati untuk menciptakan simpan pinjam atau produk baru di koperasi, sebab mereka mampu membela dan mempertahankan bahkan memanfaatkan layanan koperasi yang telah ada. Anggota loyalitas akan jadi suatu asset yang bernilai dan berharga bagi koperasi. Menurut (Ellena, 2012) “seorang anggota yang loyal dapat menurunkan usaha dalam mencari anggota yang baru, serta mampu memberi umpan balik yang bersifat positif terhadap perusahaan”.

Dibidang bisnis saat ini menjaga loyalitas seorang anggota merupakan suatu keharusan yang sangat perlu dilaksanakan oleh koperasi, karena hal tersebut bisa mempertahankan dan menjaga loyalitas seorang anggota koperasi sehingga keberadaan sebuah koperasi dapat tetap bertahan. Anggota yang loyal tersebut bisa memanfaatkan kembali jasa koperasi. Agar bisa tercapainya loyalitas anggota, koperasi berkejawiban untuk merencanakan strategi pemasaran yang jelas dan tepat agar tujuan utama koperasi dapat tercapai dan usaha koperasi bisa bertahan. Oleh sebab itu koperasi harus mengaplikasikan strategi bidang pemasaran yang bagus. Menurut dalam jurnal (Ratna Yulia Wijayanti, 2013) “salah satu jenis strategi pemasaran adapun sering digunakan ialah marketing mix atau bauran pemasaran”. Koperasi Pegawai Negeri Pemerintah Kota Padang ialah sebuah koperasi yang saat ini bergerak dalam bidang kredit yang memberi anggota berupa simpan pinjam.

Menurut observasi awal dengan mewawancarai Bapak Ir. H. Asnel, MSi selaku ketua KPN PEMKO Padang :

Beliau berpendapat bahwa terdapat pengaruh bauran pemasaran jasa pada loyalitas anggota, karena adanya tanggapan koperasi terhadap hal yang dibutuhkan anggotanya maka loyalitas anggota dapat muncul. Contoh bila bertemu anggota yang menggunakan koperasi lain dalam simpan pinjam, maka KPN PEMKO Padang berusaha menawarkan anggota tersebut agar dapat memindahkannya ke KPN PEMKO Padang jika anggota tersebut yang ditawarkan ingin melakukan, maka saat itu pengaruh loyalitas anggota kepada KPN PEMKO Padang dapat timbul. Oleh karena itu, dengan perencanaan strategi koperasi yang sesuai dan baik mampu menciptakan loyalitas anggota kepada koperasi untuk menggunakan jasa yang telah ditawarkan. Berikut ialah persentase tingkat pertumbuhan anggota KPN PEMKO Padang dari 4 tahun terakhir :

Tabel 1.1 Data Anggota KPN PEMKO PADANG

NO	TAHUN	JUMLAH ANGGOTA	SHU
1	2017	2.586	Rp 1.967.638.337
2	2018	2.516	Rp 1.743.006.235
3	2019	2.461	Rp 1.680.313.339
4	2020	2.435	Rp 510.627.000

Sumber data: KPN PEMKO Padang

Menurut wawancara yang ke-2 dengan Bapak Irwandi, SE selaku Manager di KPN PEMKO Padang: “ia menyatakan bahwa jumlah keseluruhan anggotapada KPN PEMKO Padang berjumlah 2.435 anggota. Berdasarkan Tabel diatas terlihat penurunan tingkat pertumbuhan anggota KPN PEMKO Padang tiap tahun. Koperasi simpan pinjam ialah koperasi yang mana kegiatannya menyalurkan dan menghimpun dana melalui aktivitas simpan pinjam untuk calon anggota koperasi yang berhubungan, anggota koperasi yang berhubungan, koperasi lainnya dan anggota koperasi tersebut (Rudianto, 2006). Keanggotaan dari koperasi simpan pinjam KPN PEMKO Padang ini mengalami penurunan, namun penurunan tersebut disertai dengan penurunan jumlah Sisa Hasil Usaha (SHU). Pada tahun 2017 jumlah SHU sebesar Rp 1.967.638.337, pada tahun 2018 jumlah SHU sebesar Rp 1.743.006.235, pada tahun 2019 jumlah SHU sebesar Rp 1.680.313.339 dan pada tahun 2020 jumlah SHU menurun menjadi Rp 510.627.000.

Pada kasus tersebut karena pentingnya bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, harga, promosi, tempat, orang, bukti fisik, proses, dan produktivitas dan kualitas agar bisa menilai loyalitas anggota, oleh sebab itu sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Anggota di KPN PEMKO Padang”.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini yaitu penelitian berjenis kausatif. Yang dimaksud dengan penelitian kausatif menurut (Umar, 2011) ialah penelitian dapat berguna dalam menganalisis kaitan antar satu variabel dengan variabel lainnya ataupun dengan cara apa sebuah variabel memengaruhi variabel yang lain. Menurut (Sugiyono, 2010) “populasi merupakan suatu generalisasi yang terdiri dari dari subjek atau objek dengan jumlah dan karakter tertentu, yang disusun oleh peneliti sedemikian rupa sehingga dapat dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Pada penelitian ini populasinya ialah anggota KPN PEMKO Padang yaitu sebanyak 2.435 anggota dengan 96 orang sap el penelitian. Penelitian ini menerapkan teknik pengambilan random sampling.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel Uji Normalitas Data

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.04336969
	Absolute	.037
Most Extreme Differences	Positive	.036
	Negative	-.037
Kolmogorov-Smirnov Z		.361
Asymp. Sig. (2-tailed)		.999

Berdasarkan tabel 4.13 terlihat bahwa nilai keseluruhan tabel variable Asymp. Sig (2-tailed) >0,05. Untuk variabel X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7, X8, dan Y 0,999 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan nilai signifikansi yang dihasilkan semua variabel lebih besar daripada alpha 0,05. Maka dari itu dapat kita artikan bahwa semua variabel di penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5.593	2.270		2.464	.016		
Produk	.051	.120	.037	.426	.671	.747	1.339
Harga	.306	.100	.297	3.045	.003	.602	1.661
Promosi	.351	.156	.241	2.243	.027	.496	2.018
Tempat I	-.044	.097	-.048	-.452	.653	.514	1.947
Bukti Fisik	.029	.117	.028	.244	.807	.451	2.219
Orang	-.061	.137	-.056	-.444	.658	.355	2.814
Proses	.107	.147	.084	.730	.467	.436	2.294
Produktivitas dan Kualitas	.171	.083	.287	2.054	.043	.294	3.401

Sumber : Data Primer diolah

Tabel Uji Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	5.593	2.270		
Produk	.051	.120	.037	.426	.671
Harga	.306	.100	.297	3.045	.003
Promosi	.351	.156	.241	2.243	.027
Tempat	.044	.097	-.048	-4.452	.653
Bukti Fisik	.029	.117	.028	.244	.807
Orang	.061	.137	-.056	-4.444	.658
Proses	.107	.147	.084	.730	.467
Produktivitas dan Kualitas	.171	.083	.287	2.054	.043

Sumber : Data Primer diolah

Berikut : $Y = 5,593 + 0,051 (X1) + 0,306 (X2) + 0,351 (X3) + 0,044 (X4) + 0,029 (X5) + 0,061 (X6) + 0,107 (X7) + 0,171 (X8) + e$

Tabel Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	397.330	8	49.666	10.893	.000 ^b
Residual	396.659	87	4.559		
Total	793.990	95			

Sumber : Data Primer diolah

Terlihat di tabel 4.17, telah dihasilkan nilai probalitas sig ialah $0,00 < () 0,05$, maka bisa kita simpulkan bahwasanya H_a diterima H_o ditolak.

Tabel Hasil Uji T

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.593	2.270		2.464	.016
Produk	.051	.120	.037	.426	.000
Harga	.306	.100	.297	3.045	.003
Promosi	.351	.156	.241	2.243	.002
Tempat	.044	.097	.048	.452	.653
Bukti Fisik	.029	.117	.028	.244	.007
Orang	.061	.137	.056	.444	.008
Proses	.107	.147	.084	.730	.006
Produktivitas dan Kualitas	.171	.083	.287	2.054	.004

Sumber: data primer diolah

Pada tabel bisa disimpulkan nilai sigfikansi produk adalah sebesar $0,000 < 0,005$ maka dari hal tersebut bisa di simpulkan H1 di terima bisa diartikan adaya pengaruh yang signifikan antara produk terhadap loyalitas anggota. Berikutnya nilai signifikansi harga adalah $0,003 < 0,05$, sehingga bisa disimpul H2 diterima bisa diartikan adanya pengaruh yang signifikan antara harga terhadap loyalitas anggota. Berikutnya nilai signifikansi promosi adalah $0,002 < 0,05$, sehingga bisa disimpulkan H3 diterima bisa diartikan adanya pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap loyalitas anggota. Berikutnya nilai signifikansi tempat adalah $0,653 > 0,05$, sehingga bisa disimpulkan H4 ditolak bisa diartikan tidak adanya pengaruh yang signifikan antara tempat terhadap loyalitas anggota. Berikutnya nilai signifikansi bukti fisik adalah $0,007 < 0,05$, maka bisa disimpulkan H5 diterima dapat diartikan adanya pengaruh yang signifikan antara bukti fisik terhadap loyalitas anggota. Berikutnya nilai signifikansi orang adalah $0,008 < 0,05$, maka bisa disimpulkan H6 diterima dapat diartikan adanya pengaruh yang signifikan antara orang terhadap loyalitas anggota. Berikutnya nilai signifikansi proses adalah $0,006 < 0,05$, maka bisa disimpulkan H7 diterima dapat diartikan adanya pengaruh yang signifikan antara proses terhadap loyalitas anggota. Berikutnya nilai signifikansi produktivitas dan kualitas adalah $0,004 < 0,05$, maka bisa disimpulkan H8 diterima dapat diartikan adanya pengaruh yang signifikan antara produktivitas dan kualitas terhadap loyalitas anggota.

Tabel Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.707 ^a	.500	.454	2.13525

Sumner: Data primer diolah

Terlihat di tabel 4,17 nilai R Square 0,454, artinya maka kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen 45,4% sedangkan sisanya 54,6% dipengaruhi dengan variabel lain di luar model.

Pembahasan**Pengaruh Produk terhadap Loyalitas Anggota di KPN PEMKO Padang**

Didasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, bisa dapat diketahui jika variabel produk berpengaruh terhadap loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang. Produk adalah salah satu komponen dari bauran pemasaran jasa, maka dari itu produk harus dikoordinasikan dengan bauran pemasaran jasa lain. Dapat disimpulkan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang artinya jika variabel produk meningkat maka loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang juga meningkat. Oleh karena itu jika koperasi ingin meningkatkan loyalitas anggotanya, maka produk harus ditingkatkan. Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Alfa Santoso Budiwidjo Putra (2012) berpendapat produk memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas.

Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Anggota di KPN PEMKO Padang

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, bisa dapat diketahui variabel harga berpengaruh terhadap loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang. Harga ialah salah satu yang termasuk komponen dari bauran pemasaran jasa, maka dari itu harga harus dikoordinasikan bersama bauran pemasaran jasa lain. Dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang yang artinya jika sebuah variabel harga meningkat maka loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang juga meningkat. Oleh karena itu jika koperasi ingin meningkatkan loyalitas anggota, maka harga harus sebanding dengan anggota. Pernyataan ini didukung dengan penelitian yang dilakukan Siti Murcharomah (2011), Sangkaraja Dengkeng (2012) yang menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota.

Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Anggota di KPN PEMKO Padang

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, bisa dapat diketahui jika variabel promosi berpengaruh terhadap loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang. Promosi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan bagi anggota untuk menjadi loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang. Dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang artinya jika variabel promosi meningkat maka loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang juga meningkat. Maka dari itu jika koperasi ingin meningkatkan loyalitas anggotanya, maka promosi harus terus ditingkatkan. Pernyataan ini didukung dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Fitriani Dayasari Hasan (2012) yang mana dia menyatakan variabel promosi berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

Pengaruh Tempat terhadap Loyalitas Anggota di KPN PEMKO Padang

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, bisa diketahui jika tempat tidak berpengaruh terhadap loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang. Bisa disimpulkan bahwa sebuah variabel tempat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang artinya jika variabel tempat tidak meningkat maka loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang juga tidak meningkat. Pernyataan ini didukung dengan penelitian yang telah dilakukan Iman Santoso, Kustrania Probosuci dan Panji Deoranto (2014) variabel lokasi menunjukkan pengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan restoring jepang saboten shokudo.

Pengaruh Bukti Fisik terhadap Loyalitas Anggota di KPN PEMKO Padang

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan peneliti, bisa diketahui bahwa bukti fisik memiliki pengaruh terhadap loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang. Bukti fisik salah satu faktor yang menjadi pertimbangan bagi anggota untuk menjadi loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang. Bisa disimpulkan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang artinya jika variabel bukti fisik meningkat maka loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang juga meningkat. Maka dari itu jika koperasi ingin meningkatkan loyalitas anggotanya, maka bukti fisik harus terus ditingkatkan. Pernyataan ini didukung dengan penelitian yang telah dilakukan Balqis, Khadijah Maulindah dan juga Nurhayani (2013) ialah Hubungan Bauran Pemasaran dengan Loyalitas Pasien di Rawat Inap Rumah Sakit Ibu dan Anak Siti Khadijah I Makassar yang mana menunjukkan adanya hubungan signifikan positif bukti fisik dengan loyalitas pasien.

Pengaruh Orang terhadap Loyalitas Anggota di KPN PEMKO Padang

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, bisa diketahui variabel orang mempunyai pengaruh terhadap loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang. Orang atau karyawan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan bagi anggota untuk menjadi loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang. Disimpulkan sebuah variabel orang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang artinya jika variabel orang meningkat maka loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang juga meningkat. Maka dari itu jika koperasi ingin meningkatkan loyalitas anggotanya, maka karyawan harus terus ditingkatkan. Pernyataan ini didukung dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Kustania Probosuci dan Panji Deoranto (2014) yang mana variabel orang memiliki pengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan Restoran Jepang Saboten Shokudo.

Pengaruh Proses terhadap Loyalitas Anggota di KPN PEMKO Padang

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, bisa diketahui bahwa proses memiliki pengaruh terhadap loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang. proses salah satu faktor yang menjadi pertimbangan bagi anggota untuk bisa menjadi loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang. Disimpulkan bahwa proses memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang artinya jika variabel proses meningkat maka loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang juga meningkat. Maka dari itu jika koperasi ingin meningkatkan loyalitas anggotanya, maka proses harus terus ditingkatkan. Pernyataan ini didukung dengan penelitian yang dilakukan Andri Ikhwanan, Aripin Setiawardi dan M. Ali Ramdhani (2013) proses berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah dalam pelanggan di Taman Air Pana Derajat Pass.

Pengaruh Produktivitas dan Kualitas terhadap Loyalitas Anggota di KPN PEMKO Padang

Berdasarkan hasil penelitian yang dapat dilakukan oleh peneliti, bisa dapat diketahui bahwa produktivitas dan kualitas memiliki pengaruh pada loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang. Produktivitas dan kualitas salah satu faktor yang menjadi pertimbangan bagi anggota untuk menjadi loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang. Maka dari itu bisa disimpulkan produktivitas dan kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang yang artinya jika variabel produktivitas dan kualitas meningkat maka loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang juga meningkat. Jika koperasi ingin meningkatkan loyalitas anggotanya maka produktivitas dan kualitas harus terus ditingkatkan. Menurut (Lovelock, Christopher dan Wright, 2007) produktivitas ialah seberapa efisien input jasa diubah menjadi output yang dapat membawa nilai tambah bagi konsumen. Peningkatan produktivitas dan kualitas ini sangatlah sangat penting, karena bisa dapat mempengaruhi laba perusahaan. Sejalan dengan menurut (Lovelock, Christopher dan Wright, 2011) kualitas pelayanan bisa dilihat dari basis penggunaan di mana kualitas berarti secara koefisien bisa memenuhi atau melampaui harapan konsumen.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan bisa dijelaskan variabel produk, harga, promosi, tempat, bukti fisik, orang, proses, dan produktivitas dan kualitas secara bersama - sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas anggota di KPN PEMKO Padang. Hal ini menunjukkan semakin lengkap dan memadai produk, harga, promosi, tempat, bukti fisik, orang, proses yang disediakan dan produktivitas dan kualitas sesuai dengan kemampuan yang dimiliki maka loyalitas anggota akan semakin meningkat. Berdasarkan simpulan diatas dapat disarankan kepada koperasi untuk lebih memperhatikan produk, harga, promosi, tempat, bukti fisik, orang, proses yang didapatkan oleh anggota sehingga dapat bisa sesuai dengan kemampuan yang dimiliki serta produktivitas dan kualitas pendukung koperasi supaya dapat membuat anggota merasa nyaman saat mengikuti koperasi, agar terciptanya loyalitas anggota yang baik sehingga bisa mencapai tujuan yang telah ditentukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, M. N. R. Al. (2012). Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah. Alfabeta.
- Chalimah, C, & Shakowi, A. (2015). Implementasi Dual Identity Anggota Koperasi sebagai Wujud Komitmen Organisasional. Jurnal Dinamika Manajemen.
- Ellena, F. (2012). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Lovelock, Christoper dan Wright, L. (2007). Manajemen Pemasaran Jasa. PT. Indeks.
- Lovelock, Christoper dan Wright, L. (2011). Manajemen Pemasaran Jasa Jilid II. Erlangga.
- Mantauv, C. . S. (2015). Pengaruh Service Quality terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah dengan Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Apresiasi Ekonomi.
- Rangkuti, F. (2011). Business Plan. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratna Yulia Wijayanti, K. S. (2013). Pengaruh bauran Pemasaran Jasa terhadap Loyalitas Anggota pada KJKS BMT Bina Umat Sejahtera Lasem Cabang Kudus. Jurnal Analisis Manajemen.
- Sugiyono, P. D. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. CV Alfabeta.
- Umar, H. (2011). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Rajawali Pers.