PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA MELALUI KEPUASAN ANGGOTA SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* DI KUD MAKARYO MINO KOTA PEKALONGAN

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan

Pada Universitas Negeri Semarang

Oleh:

Ajeng Kurnia Rahmanti

7101411364

JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2015

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada :

Hari : Senin

Tanggal : 21 Juni 2015

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi	Pembimbing I
Dr. Ade Rustiana, M. Si.	Dr.Widiyanto,MBA.M.M
NIP. 196801021992021002	NIP.196302081998031003

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 30 Juli 2015

Penguji I	Penguji II	Penguji III
Prof. Dr. Joko Widodo, M.Pd.	Dr. Ade Rustiana, M.Si.	Dr. Widiyanto, MBA. M.M.
NIP. 196701061991031 00	NIP. 196801021992031002	NIP. 196302081998031003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Wahyono, M.M

NIP 195601031983121001

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain dalam skripsi ini dikutip atas dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 30 Juli 2015

Ajeng Kurnia Rahmanti

NIM. 7101411364

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

- Selemah-lemah manusia ialah orang yg tak mau mencari sahabat dan orang yang lebih lemah dari itu ialah orang yg mensia-siakan sahabat yg telah dicari (Sayidina Ali)
- Kebahagiaan adalah hidup dengan ketulusan memberi tanpa harus menerima.
- Maka nikmat Tuhan kamu yang manakah yang kamu dustakan?

  (QS. Ar-Rahmaan 55:13)

Persembahan:

1. Kedua orang tuaku yang tak pernah henti memberikan dukungan, cinta, dan doa.
2. Mas Imam, Ishak dan sahabat-sahabatku yang tidak bisa ku sebutkan satu per satu.
3. Almamaterku Universitas Negeri Semarang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis memiliki kemampuan untuk menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul "Pengaruh Pendidikan Perkoperasian dan Kualitas Pelayanan terhadap Partisipasi Anggota KUD Makaryo Mino Kota Pekalongan", dalam rangka menyelesaikan strata I untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Fatur Rokhman M.Hum, Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah membantu tersusunnya skripsi ini.
2. Dr. Wahyono, M.M, Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ijin dan kesempatan untuk mengadakan penelitian.
3. Dr. Ade Rustiana, M.Si., Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan ijin dan kesempatan untuk mengadakan penelitian sekaligus Dosen Penguji II yang telah menguji dan memberikan arahan sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
4. Dr. Widiyanto, MBA. M.M., Dosen Pembimbing I yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.
5. Prof. Dr. Joko Widodo, M.Pd., Dosen Penguji I yang telah menguji dan memberikan arahan sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.

6. Bapak/Ibu dosen dan seluruh staf Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan bekal ilmu yang tak ternilai harganya selama penulis menemouh pendidikan di Universitas.
7. Bapak Widi Susilo, selaku Kabag. Umum KUD Makaryo Mino yang sudah membantu dan mengarahkan penulis selama penelitian.
8. Seluruh pengurus dan anggota KUD Karya Mina Kota Tegal yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
9. Semua pihak yang membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Penulis menyadari sepenuhnya kemampuan yang ada dalam diri penulis terbatas, untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapatkan limpahan balasan dari Allah SWT. Akhirnya besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan perkembangan pendidikan selanjutnya.

Semarang, Juli 2015

Penulis

SARI

Kurnia Rahmanti, Ajeng. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota melalui Kepuasan Anggota sebagai Variabel Intervening di KUD Makaryo Mino Kota Pekalongan*. Jurusan Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I. **Dr.Widiyanto, MBA. M.M.**

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Anggota, Loyalitas Anggota

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti di KUD Makaryo Mino Kota Pekalongan menunjukkan bahwa loyalitas anggota rendah. Rendahnya loyalitas anggota Makaryo Mino Kota Pekalongan diperoleh dari data pembelian barang dan jasa tergolong rendah, kritik dan saran yang masuk ke koperasi yang juga rendah, SHU dan permodalan yang cenderung tinggi, jumlah anggota yang menurun.. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap loyalitas anggota KUD Makaryo Mino Kota Pekalongan melalui kepuasan anggota sebagai variabel intervening baik secara parsial maupun secara simultan.

Populasi penelitian anggota KUD Makaryo Mino Kota Pekalongan berjumlah 1338 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik wilayah secara acak atau *area probability random sampling* dengan jumlah total sampel 93 responden yang dipilih secara acak melalui 4 daerah kerja nelayan. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif presentase dan analisis jalur/*path analysis*.

Hasil analisis deskriptif pada variabel loyalitas anggota (Y) diperoleh rata-rata skor klasikal sebesar 5 dengan kriteria kurang, sedangkan pada variabel kualitas produk (X_1) diperoleh rata-rata skor klasikal sebesar 38 dengan kriteria baik. Pada variabel kualitas pelayanan (X_2) diperoleh rata-rata skor klasikal 42 dengan kriteria baik dan kepuasan anggota sebagai variabel intervening diperoleh rata-rata skor klasikal sebesar 17 dengan kriteria kurang puas. Pada hasil analisis jalur menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas anggota sebesar 11% dan pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas sebesar 8%, total pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas anggota sebesar 19%. Sedangkan besarnya pengaruh langsung pelayanan terhadap loyalitas anggota KUD Makaryo Mino Kota Pekalongan sebesar 6% dan pengaruh tidak langsung pelayanan terhadap loyalitas anggota sebesar 17%, total pengaruh pelayanan terhadap loyalitas anggota KUD Makaryo Mino Kota Pekalongan sebesar 23%.

Simpulan dari penelitian ini adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif secara langsung terhadap loyalitas anggota dan berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota sebagai variabel intervening. Sehingga dapat disarankan KUD Makaryo Mino agar terus meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan untuk menngkatkan loyalitas anggota.

ABSTRACT

Kurnia Rahmanti, Ajeng. 2015. *The Effect of Products and Services' Quality to Members' Loyalty through Member Satisfaction as an intervening variable in KUD Makaryo Mino Pekalongan.* Economics Education Department. Faculty of Economics. Supervisor I. **Dr. Widiyanto, MBA., M.M.**

Keywords: Quality of Products, Services, Members' Satisfaction, Members' Loyalty

Based on the result of observations which conducted by researchers at KUD Makaryo Mino Pekalongan,it shows that the members' loyalty are very low. The low of the members' loyalty obtained from purchasing data and services which is low, criticism and suggestions are entered into a cooperative that is also low, SHU and capital tends to be high, the number of members decreased. The aim of this research was to determine and analyze how great the influence of product quality and service toward KUD Makaryo Mino Pekalongan members' loyalty through member satisfaction as an intervening variable either partially or simultaneously.

The research population of KUD Makaryo Mino Pekalongan members totaled 1,338 people. Sampling using randomly region or *area probability random sampling* with a total sample of 93 respondents that were selected randomly through four areas of work fishermen. Methods of data analysis using the percentage descriptive analysis and path analysis/*path analysis*.

Descriptive analysis' result on member loyalty variable (Y) obtained an average classical score by 5 with less criteria, whereas the variable quality of the product (X_1) obtained an average classical score of 38 with good criteria. At the service variable (X_2) obtained an average classical score of 42 with good criteria and member satisfaction as an intervening variable obtained an average classical score of 17 with unsatisfied criteria. In the results of path analysis indicate that the quality of the products has a direct influence on the members' loyalty by 11% and indirect influence on the loyalty of 8%, the total effect of the product quality to members' loyalty by 19%. While the magnitude of the direct effect on services of KUD Makaryo Mino Pekalongan member's loyalty by 6% and the effect of indirect services to them by 17%, the total effect on services of them by 23%. The conclusions of theresearchare the quality of the products and services directly give positive effect on members' loyalty and indirect positive effect on members' loyalty through member satisfaction as an intervening variable. So it may be suggested that KUD Makaryo Mino to keep improving the quality of the products and services for scaling up the members' loyalty.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL ..... **i**

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING ..... **ii**

PENGESAHAN KELULUSAN ..... **iii**

PERNYATAAN ..... **iv**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **v**

PRAKATA ..... **vi**

SARI ..... **viii**

ABSTRACT ..... **ix**

DAFTAR ISI ..... **x**

DAFTAR TABEL ..... **xiii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xvii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1. Latar Belakang Masalah 1
1.2. Rumusan Masalah 15
1.3. Tujuan Penelitian 16
1.4. Manfaat Penelitian 16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **18**

2.1. Tinjauan Umum Koperasi 18
    2.1.1. Pengertian Koperasi 18
    2.1.2. Koperasi Unit Desa 19
2.2. Loyalitas Anggota 21
    2.2.1. Pengertian Loyalitas Anggota 21
    2.2.2. Jenis Loyalitas 23
    2.2.3. Pengukuran Loyalitas 24
2.3. Kepuasan Anggota 25
    2.3.1. Pengetian Kepuasan Anggota 25
2.4. Keterkaitan Kepuasan terhadap Loyalitas Anggota 28
2.5. Kualitas Produk 28

2.5.1. Pengertian Kualitas 28
2.5.2. Pengertian Produk 29
2.5.3. Pengertian Kualitas Produk 31
2.5.4. Dimensi Kualitas Produk 31
2.6. Keterkaitan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota dan Loyalitas Anggota 34
2.7. Pelayanan 35
2.7.1. Pengertian Pelayanan 35
2.7.2. Karakteristik Pelayanan 36
2.7.3. Dimensi Pelayanan 37
2.8. Keterkaitan Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota dan Loyalitas Anggota 38
2.9. Penelitian Terdahulu 39
2.10. Kerangka Teoritis 47
2.11. Hipotesis 48

BAB III METODE PENELITIAN 49

3.1. Jenis dan Desain Penelitian 49
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel 49
3.3. Variabel Penelitian 51
3.3.1. Variabel Bebas 52
3.3.2. Variabel Perantara 53
3.3.3. Variabel Terikat 53
3.4. Metode Pengumpulan Data 54
3.4.1. Metode Observasi 54
3.4.2. Metode Dokumentasi 54
3.4.3. Metode Angket 55
3.5. Analisis Uji Instrumen 56
3.5.1. Uji Validitas 56
3.5.2. Uji Reliabilitas 60
3.6. Metode Analisis Data 61
3.6.1. Analisis Deskriptif 62
3.6.2. Analisis Jalur 67
3.6.3. Pengujian Hipotesis 69
3.6.3.1. Uji Simultan (Uji F) 69
3.6.3.2. Uji Parsial (Uji t) 70
3.6.4. Uji Asumsi Klasik 70
3.6.4.1. Uji Normalitas 71
3.6.4.2. Uji Multikolinieritas 71
3.6.4.3. Uji Heteroskedastisitas 72

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 73

4.1. Hasil Penelitian 73
4.1.1. Gambaran Umum KUD Makaryo Mino Kota Pekalongan 73

4.1.2. Analisis Deskriptif 84
4.1.2.1. Kualitas Produk 84
4.1.2.2. Pelayanan..... 92
4.1.2.3. Kepuasan Anggota 99
4.1.2.4. Loyalitas Anggota 103
4.1.3. Uji Asumsi Klasik..... 108
4.1.4. Analisis Jalur..... 116
4.1.5. Hasil Pengujian Hipotesis..... 122
4.2. Pembahasan..... 125

BAB V PENUTUP..... 151

5.1. Simpulan 151
5.2. Saran 152

DAFTAR PUSTAKA..... 153

LAMPIRAN..... 155

DAFTAR TABEL

Tabel **Halaman**

1.1. Jumlah Anggota KUD Makaryo Mino 3

1.2. Kelompok Nelayan KUD Makaryo Mino..... 4

1.3. Produk Es 5

1.4. SPBN Jasa Mina : Solar 7

1.5. Perdagangan : Olie KUD Makaryo Mino 8

1.6. Perdagangan BAP 10

1.7. Keluhan Anggota 11

1.8. Keaktifan Anggota 13

2.1. Penelitian Terdahulu 39

3.1. Sebaran Populasi 50

3.2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk 58

3.3. Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan 58

3.4. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Anggota 59

3.5. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Anggota 59

3.6. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian 61

3.7. Kriteria Variabel Kualitas Produk 63

3.8. Kriteria Variabel Pelayanan 64

3.9. Kriteria Variabel Kepuasan Anggota 65

3.10. Kriteria Variabel Loyalitas Anggota 66

4.1. Nama Kelompok dan Jumlah Anggotanya 76

4.2. Penggunaan Pungutan 82

4.3. Deskriptif Statistik Kualitas Produk 85

4.4. Analisis Deskriptif Kualitas Produk 85

4.5. Indikator Kinerja 86

4.6. Indikator Keragaman 87

4.7. Indikator Keandalan 88

4.8. Indikator Konformasi 89

4.9. Indikator Daya Tahan 90

4.10. Indikator Estetika 91

4.11. Analisis Indikator Variabel Kualitas Produk 93

4.12. Deskriptif statistik Variabel Pelayanan 93

4.13. Analisis Deskriptif Variabel Pelayanan 93

4.14. Indikator Bukti Langsung 94

4.15. Indikator Keandalan 95

4.16. Indikator Daya Tanggap 96

4.17. Indikator Jaminan 97

4.19. Indikator Empati 98

4.20. Analisis Indikator Variabel Pelayanan 99

4.21. Deskriptif statistik Variabel Kepuasan 99

4.22. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan 100

4.23. Indikator Kepuasan Pelanggan Keseluruhan 101

4.24. Indikator Tingkat Ketidakpuasan Pelanggan 102

4.25. Analisis Indikator Variabel Kepuasan Anggota 102

4.26. Deskriptif statistik Variabel Loyalitas 103

4.27. Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas..... 104

4.28. Indikator Pembelian Ulang 105

4.29. Indikator Tidak Terpengaruh Jasa Lain 106

4.30. Indikator Merekomendasikan kepada Orang Lain..... 107

4.31. Analisis Indikator Variabel Loyalitas Anggota 107

4.32. Uji Normalitas dengan Kepuasan sebagai Y_1 109

4.33. Uji Normalitas dengan Loyalitas sebagai Y_2 110

4.34. Hasil Uji Multikolinieritas dengan Kepuasan sebagai Y_1..... 112

4.35. Hasil Uji Multikolinieritas dengan Loyalitas sebagai Y_2 113

4.36. Uji Glejser dengan Kepuasan sebagai Y_1 114

4.37. Uji Glejser dengan Loyalitas sebagai Y_2 115

4.38. Hasil Analisis Jalur Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota..... 117

4.39 Hasil Analisis Jalur Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota..... 117

4.40 Hasil Analisis Jalur Kualitas Produk, Pelayanan, dan Kepuasan Anggota terhadap Loyalitas Anggota 119

4.41. Hasil Analisis Jalur Kualitas Produk, Pelayanan, dan Kepuasan Anggota terhadap Loyalitas Anggota 120

4.42. Uji Parsial (Uji t)..... 123

4.43. Uji Simultan (Uji F)..... 124

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Halaman**

1.1. Grafik Jumlah Anggota KUD Makaryo Mino 4

1.2. Grafik Produksi Es KUD Makaryo Mino 6

1.3. Grafik SPBN Jasa Mina : Solar 7

1.4. Grafik Perdagangan : Olie 9

1.5. Grafik Perdagangan BAP..... 10

2.1. Skema Kerangka Teoritis..... 47

3.1. Analisis Jalur..... 68

4.1. Hasil Uji Normalitas dengan Kepuasan sebagai Y_1..... 110

4.2. Hasil Uji Normalitas dengan Loyalitas sebagai Y_2..... 111

4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Kepuasan sebagai Y_1..... 114

4.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Loyalitas sebagai Y_2 115

4.5. Analisis Jalur..... 121

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan Koperasi dari tahun ke tahun semakin pesat dibuktikan dengan makin bertambahnya lembaga perkoperasian di Indonesia. Bukan hanya bertambah, namun juga banyak koperasi yang meraih prestasi dan beberapa penghargaan dari Pemerintah, baik tingkat daerah, nasional, maupun internasional. Keberhasilan koperasi ini tentu didukung dengan adanya pengurus dan anggota yang dapat saling bekerja sama dan loyal terhadap koperasi.

Menurut Undang-Undang No.17 tahun 2012 Koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum koperasi dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama dibidang ekonomi, sosial, dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip koperasi. Koperasi perlu lebih membangun dirinya dan dibangun secara kuat dan mandiri berdasarkan prinsip koperasi sehingga mampu berperan sebagai sokoguru perekonomian nasional. Adapun tujuan koperasi adalah memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan UUD 1945. Hal ini seperti yang tertuang dalam UU No.17 tahun 2012 pasal 4 tentang tujuan koperasi.

Dengan tercapainya tujuan koperasi memajukan kesejahteraan anggotanya maka akan tercipta perilaku/sikap loyalitas anggota terhadap koperasi. Loyalitas anggota akan tercipta apabila anggota mendapatkan pelayanan dan kualitas produk yang baik sehingga anggota merasa puas terhadap koperasi. Loyalitas anggota terhadap koperasi akan sangat membantu koperasi dalam keberhasilan usahanya, dimana sekarang ini sudah banyak toko, perusahaan, atau badan usaha lain yang siap untuk bersaing menawarkan produk dan jasanya. Koperasi Unit Desa (KUD) seharusnya memegang peranan penting bagi perekonomian pedesaan sesuai dengan potensi desa/daerah wilayahnya. KUD diharapkan mampu memberikan kesejahteraan anggotanya dengan menyediakan pelayanan, produk ataupun jasa yang dapat bermanfaat untuk menunjang kehidupan perekonomian desa yang akan berdampak terhadap perekonomian secara global.

Di Pekalongan karena daerah pesisir yang mayoritas penduduknya bermata pencaharian sebagai nelayan, terdapat KUD nelayan yang bernama KUD makaryo Mino. KUD ini menawarkan berbagai produk dan jasa kepada anggota dan masyarakat sekitar pantai untuk menunjang kehidupan perekonomian mereka. Namun seperti halnya badan usaha lain yang memiliki masalah karena perkembangan daerah dari waktu ke waktu, KUD Makaryo Mino juga memiliki masalah berkaitan dengan loyalitas anggota. Diduga loyalitas anggota ditentukan oleh kepuasan anggota, sedangkan kepuasan anggota ditentukan oleh beberapa faktor termasuk kualitas produk dan pelayanan. Menurut Fornell dalam Sadi (2009:30) menyatakan loyalitas

pelanggan merupakan faktor endogenus yang disebabkan oleh suatu kombinasi dari kepuasan pelanggan, pelayanan (jasa), dan kualitas produk (barang).

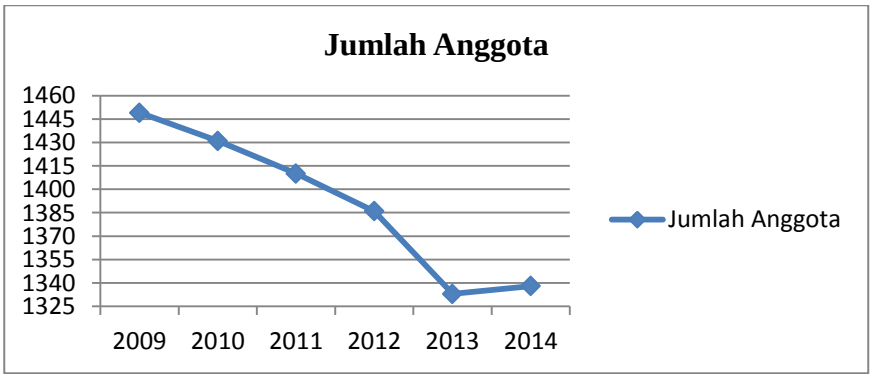
Data mengenai penurunan loyalitas anggota dapat dilihat dari penurunan jumlah anggota dan penurunan penjualan beberapa produk koperasi kepada anggota.

Tabel 1.1. Jumlah Anggota KUD Makaryo Mino

Tahun	Jumlah Anggota
2009	1449
2010	1431
2011	1410
2012	1386
2013	1333
2014	1338

Sumber : Data Primer KUD Makaryo Mino tahun 2009-2014

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa jumlah anggotanya mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Agar lebih jelas penurunannya, dapat dilihat grafiknya di bawah ini :



Gambar 1.1 grafik jumlah anggota KUD Makaryo Mino

Sumber : Data Primer KUD Makaryo Mino tahun 2009-2014

Data diambil mulai tahun 2009 yang saat itu KUD memiliki 1449 anggota. Pada tahun 2010 sebanyak 18 anggota yang berkurang menjadi 1431 anggota. Pada tahun 2011 sebanyak 21 anggota berkurang menjadi 1410 anggota. Pada tahun 2012 sebanyak 24 anggota berkurang menjadi 1386 anggota. Pada tahun 2013 sebanyak 53 anggota berkurang dan pada tahun 2014 ada penambahan 5 anggota menjadi 1338 anggota. Penurunan jumlah anggota ini dapat terjadi karena faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi loyalitas anggota dalam partisipasi berkoperasi.

Anggota KUD Makaryo Mino terbagi beberapa kelompok berdasarkan wilayah kerja :

Tabel 1.2. Kelompok Nelayan KUD Makaryo Mino

No.	Nama Kelompok	Wilayah Kerja
1.	Kelompok Tapel Geni	Kelurahan Panjang Wetan, Kandang Panjang, Panjang Baru.
2.	Kelompok Tongkol	Kelurahan Krapyak Kidul, Krapyak Lor.
3.	Kelompok Kakap Merah	Kelurahan Panjang Wetan, Kandang Panjang, Panjang Baru.
4.	Kelompok Udang	Kelurahan Krapyak Kidul, Krapyak Lor.

Sumber : Data Primer KUD Makaryo Mino tahun 2009-2014

Loyalitas anggota koperasi yang menurun juga dapat dilihat dari seberapa banyak dan seberapa seringnya anggota koperasi berbelanja keperluan-keperluan untuk kebutuhan anggotanya. Karena KUD ini KUD nelayan, maka koperasi

menyediakan kebutuhan pendukung melaut. Menurut Mraz dalam Sadi (2009:27), menyatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, digunakan, dikonsumsi, yang akan memuaskan semua kebutuhan atau keinginan. Dalam hal ini koperasi memiliki keinginan untuk selalu mengembangkan usahanya dalam hal ini produk koperasi harus meningkatkan kualitas produk yang semakin bersaing ketat dan koperasi harus memberikan keanekaragaman dalam produknya untuk menarik para anggota atupun calon anggotanya yang baru untuk melakukan kegiatan yang ada di koperasi. Berikut adalah beberapa perkembangan usaha yang ada di KUD Makaryo Mino.

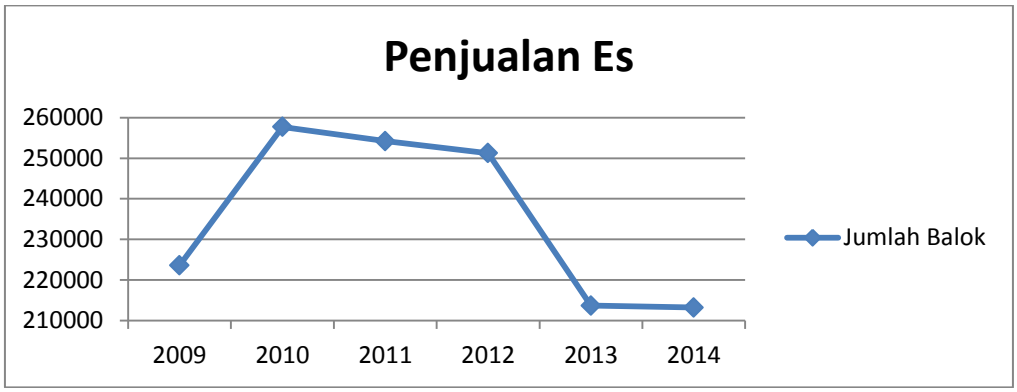
Tabel Perkembangan Usaha KUD Makaryo Mino yang dimanfaatkan untuk keperluan Nelayan (anggota koperasi)

Tabel 1.3. Penjualan Es

Tahun	Jumlah Balok
2009	223634
2010	257694
2011	254188
2012	251227
2013	213689
2014	213214

Sumber : Data Primer Produksi Es KUD Makaryo Mino tahun 2009-2014

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa produksi es menurun drastis pada tahun 2012-2013. Untuk lebih jelasnya dapat lihat grafiknya dibawah ini :



Gambar 1.2. Grafik Penjualan Es KUD Makaryo Mino
Sumber : Data Primer KUD Makaryo Mino tahun 2009-2014

Data diambil mulai tahun 2009 penjualan es sebesar 223.634 balok. Pada tahun 2010 mengalami kenaikan penjualan es sebesar 34.060 balok menjadi 257.694. Pada tahun 2011 mengalami penurunan penjualan es sebesar 3.506 balok menjadi 254.188 balok. Pada tahun 2012 mengalami penurunan penjualan es sebesar 2.961 balok menjadi 251.227 balok. Pada tahun 2013 mengalami penurunan penjualan es sebesar 37.538 balok menjadi 213.689 balok. Dan pada tahun 2014 mengalami penurunan penjualan es sebesar 475 balok menjadi 213.214 balok. Es ini diproduksi untuk keperluan membekukan ikan-ikan hasil tangkapan nelayan. KUD juga menyediakan kebutuhan bahan bakar kapal nelayan yaitu berupa solar. SPBU yang disediakan KUD terbagi menjadi 2, SPBN adalah SPBU untuk nelayan yang hanya menyediakan solar dan SPBB untuk umum yang menyediakan premium dan solar.

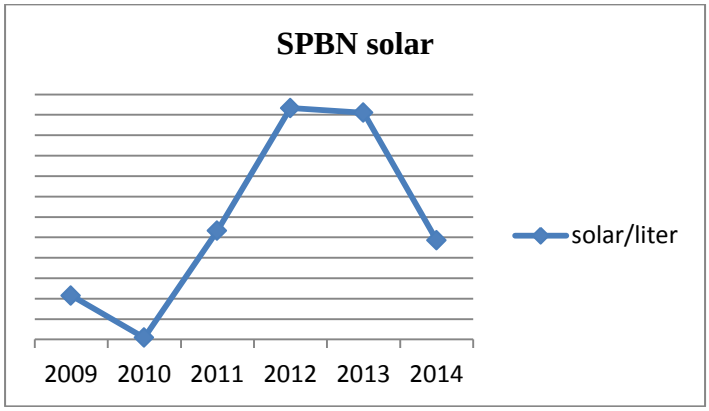
Tabel 1.4. SPBN Jasa Mina : Solar Makaryo Mino

Tahun	solar/liter
2009	3429518

2010	3018119
2011	4066732
2012	5266320
2013	5220538
2014	3970210

Sumber : Data Primer SPBN Jasa Mina :solar KUD Makaryo Mino tahun 2009-2014

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa penjualan SPBN Jasa Mina berupa solar mengalami fluktuatif. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada grafiknya dibawah ini :



Gambar 1.3. Grafik SPBN Jasa Mina : Solar KUD Makaryo Mino
Sumber : Data Primer KUD Makaryo Mino tahun 2009-2014

Data diambil mulai tahun 2009 yang pada saat itu penjualan bahan bakar berupa solar sebesar 3.429.518 liter. Pada tahun 2010 mengalami penurunan sebesar 411.399 liter menjadi 3.018.119 liter. Pada tahun 2011 mengalami kenaikan sebesar 1.048.613 liter menjadi 4.066.732 liter. Pada tahun 2012 mengalami kenaikan juga sebesar 1.199.588 liter menjadi 5.266. 320 liter. Tetapi pada tahun 2013 mengalami

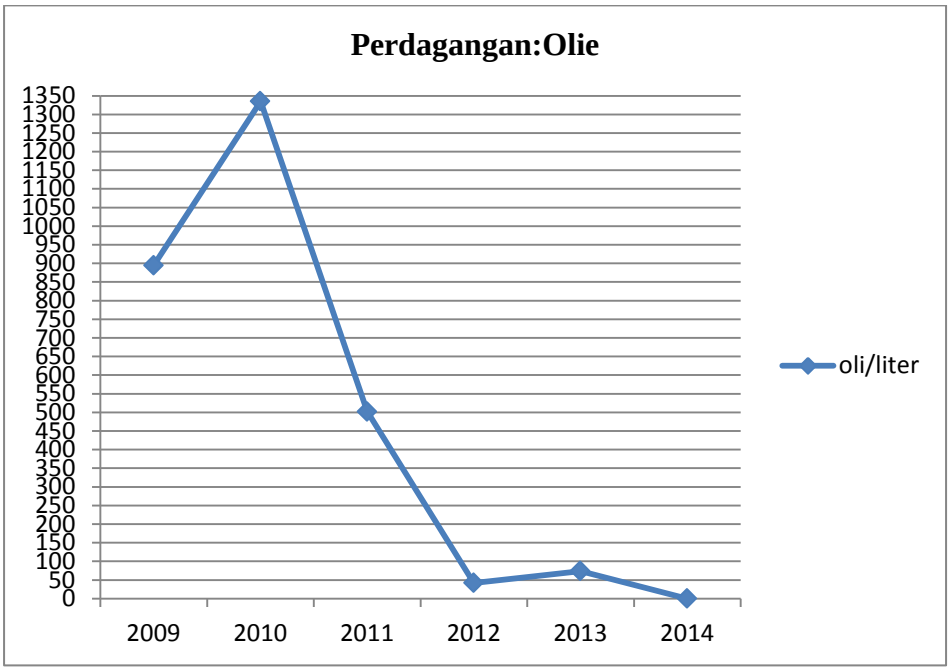
sedikit penurunan sebesar 45.782 liter menjadi 5.220.538 liter. Dan pada tahun 2014 mengalami penurunan sebesar 1.250.328 liter menjadi 3.970.210 liter. Selain solar untuk bahan bakar kapal, nelayan juga membutuhkan olie sebagai pelumas mesin kapal.

Tabel 1.5. Perdagangan : Olie KUD Makaryo Mino

Tahun	oli/liter
2009	895
2010	1335
2011	502
2012	42
2013	74
2014	0

Sumber : Data Primer perdagangan:olie KUD Makaryo Mino tahun 2009-2014

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa penjualan berupa olie mengalami fluktuatif dan penurunan terus menerus mulai tahun 2010. Lebih jelasnya dapat dilihat grafiknya dibawah ini :



Gambar 1.4. Grafik Perdagangan : Olie KUD Makaryo Mino
Sumber : Data Primer KUD Makaryo Mino tahun 2009-2014

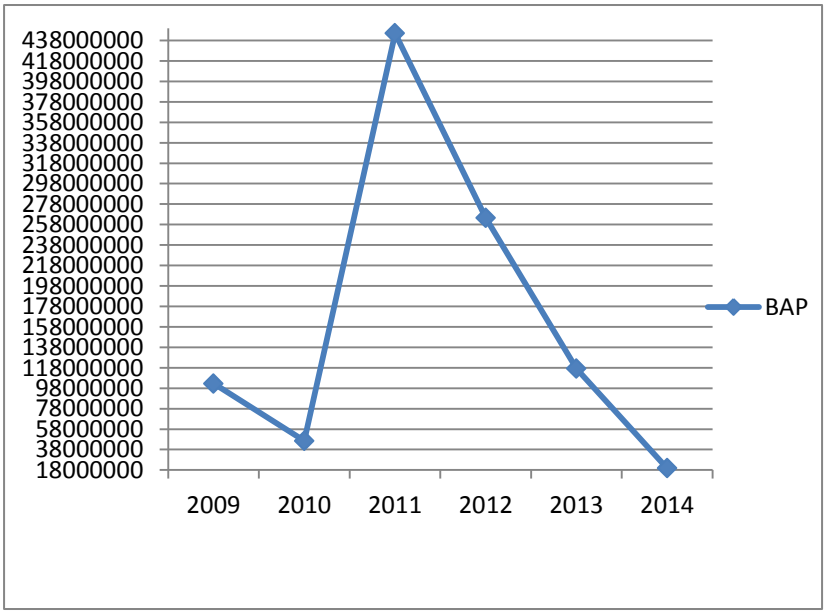
Data diambil mulai tahun 2009, pada saat itu penjualan olie untuk kebutuhan melaut sebesar 895 liter. Pada tahun 2010 mengalami kenaikan sebesar 440 liter menjadi 1335 liter. Pada tahun 2011 mengalami penurunan sebesar 502 liter menjadi 502 liter. Pada tahun 2012 mengalami penurunan sebesar 460 liter menjadi sebesar 42 liter. Pada tahun 2013 mengalami sedikit kenaikan sebesar 32 liter menjadi 74 liter. Dan pada tahun 2014 nelayan/anggota koperasi sama sekali tidak membeli olie di koperasi sehingga produksi olie di koperasi 0 liter. Nelayan juga membutuhkan bahan dan alat untuk perkapalan, karena itu KUD juga menyediakan BAP bagi nelayan.

Tabel 1.6. Perdagangan B.A.P. (Bahan Alat Penangkap)

Tahun	BAP
2009	102534840
2010	46510130
2011	444968250
2012	264566160
2013	117085590
2014	19777575

Sumber : Data Primer perdagangan:B.A.P. KUD Makaryo Mino tahun 2009-2014

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa perdagangan BAP mengalami fluktuatif dan penurunan terus menerus mulai tahun 2011. Lebih jelasnya dapat dilihat grafiknya dibawah ini:



Gambar 1.5. Grafik Perdagangan B.A.P. (Bahan Alat Penangkap)
Sumber : Data Primer KUD Makaryo Mino tahun 2009-2014

Data diambil mulai tahun 2009, pada saat itu koperasi menghasilkan Rp. 102.534.840 dari penjualan BAP kepada nelayan. Pada tahun 2010 koperasi

mengalami penurunan pendapatan sebesar Rp. 56.024.710 menjadi Rp. 46.510.130 dari penjualan BAP kepada nelayan. Pada tahun 2011 koperasi mengalami kenaikan pendapatan sebesar Rp. 398.458.120 menjadi Rp. 444.968.250. Pada tahun 2011 koperasi mengalami penurunan pendapatan sebesar Rp. 180.402.090 menjadi Rp. 264.566.160. Pada tahun 2012 koperasi mengalami penurunan pendapatan sebesar 147.480.570 menjadi Rp. 117.085.590. Dan pada tahun mengalami penurunan lagi sebesar Rp. 97.308.015 menjadi Rp. 19.777.575.

Loyalitas anggota KUD Makaryo Mino dapat terlihat berkurang akhir-akhir tahun ini, dibuktikan dengan data-data yang sudah dijelaskan diatas. Jumlah keanggotaan yang menurun, perkembangan usaha KUD yang menyediakan kebutuhan khusus nelayan juga penjualannya menurun drastis. Loyalitas anggota yang menurun dapat disebabkan karena anggota yang kurang puas terhadap pelayanan koperasi. Ketidak puasan anggota tersebut dapat dilihat dari banyaknya anggota yang memberikan kritik dan saran kepada koperasi ditiap tahunnya.

Tabel 1.7. Keluhan Anggota pada KUD Makaryo Mino

Tahun	Jumlah Anggota	Jumlah Keluhan
2009	1449	25
2010	1431	26

2011	1410	28
2012	1386	25
2013	1333	20
2014	1338	20

Sumber : Data Primer keluhan anggota KUD Makaryo Mino tahun 2009-2014

Data diambil mulai dari tahun 2009, data keluhan anggota ditambah dengan data jumlah keanggotaan pada tabel 1.1. Berdasarkan penghitungan banyaknya jumlah keluhan yang disampaikan melalui kotak saran, pada tahun 2009 sebanyak 25 anggota koperasi menyampaikan keluhan/ketidak puasannya pada koperasi. Pada tahun 2010 mengalami kenaikan sebanyak 1 orang menjadi 26 anggota menyampaikan keluhannya. Pada tahun 2011 mengalami kenaikan sebanyak 2 orang menjadi 28 anggota menyampaikan keluhannya. Pada tahun 2012 mengalami penurunan sebanyak 3 orang menjadi 25 anggota menyampaikan keluhannya. Pada tahun 2013 mengalami kenaikan sebanyak 5 orang menjadi 20 anggota koperasi menyampaikan keluhannya. Dan pada tahun 2014 jumlah keluhan tetap menjadi 20 anggota koperasi yang menyampaikan keluhan atau ketidak puasannya. Dari data tersebut terlihat bahwa dari tahun ketahun jumlah anggota yang menyampaikan keluhan atau ketidak puasan terhadap KUD Makaryo Mino fluktuatif bahkan

cenderung menurun. Dan dari jumlah anggota yang mencapai ±1400 anggota hanya sekitar 10-15% yang menyampaikan keluhan atau ketidak puasannya pada koperasi.

Anggota yang loyal dapat dilihat dari seberapa banyaknya anggota mengulang-ulang pembelian di satu tempat tertentu dan bertahan dari waktu ke waktu. Menurut Jill Griffin (2003:5) menyatakan bahwa dua kondisi penting yang berhubungan dengan loyalitas adalah retensi pelanggan dan total pangsa pelanggan. Retensi pelanggan menjelaskan lamanya hubungan dengan pelanggan. Pangsa pelanggan suatu perusahaan menunjukkan presentase dari anggaran pelanggan yang dibelanjakan ke perusahaan tersebut.

Tabel 1.8 Lamanya keaktifan anggota KUD

Tahun	Lamanya keaktifan anggota (orang)			
	< 5 tahun	5 - 10 tahun	10 - 15 tahun	> 15 tahun
2009	89	1000	250	110
2010	110	900	365	56
2011	105	1010	260	35
2012	200	1076	70	40
2013	200	1030	66	37
2014	205	1051	50	32

Sumber : Data Primer keluhan anggota KUD Makaryo Mino tahun 2009-2014

Dari data diatas, dapat diketahui bahwa lamanya keaktifan anggota di KUD Makaryo Mino tiap tahunnnya paling banyak aktif antara 5 – 10 tahun. Pada keaktifan kurang dari 5 tahun dapat diketahui tiap tahunnya mengalami peningkatan,

hal ini membuktikan lamanya keaktifan anggota dari tahun ke tahun tergolong rendah yang berarti hubungan koperasi dengan anggota tergolong singkat atau rendah.

Untuk menumbuhkan loyalitas anggota, KUD selalu mencoba memenuhi kebutuhan anggotanya. Menawarkan produk-produk kebutuhan nelayan maupun produk kebutuhan lainnya seperti yang tersedia di TOSERBA. Menurut Kotler (2008 : 144) Kualitas produk dan jasa, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan adalah tiga hal yang terkait erat. Semakin tinggi tingkat kualitas, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan. Menurut hasil wawancara pada tanggal 11 Februari 2014 dengan Bapak Widi Susilo sebagai Kabag. Umum menyatakan jika produk yang dijual di KUD juga dijual di toko, pasar, ataupun warung lain. Bahkan untuk produk perkapalan, ada pemilik-pemilik kapal yang sudah menyediakan sendiri kebutuhan perkapalannya. Hal ini membuat kualitas produk yang disediakan KUD harus dipertimbangkan agar tidak kalah saing. Banyak anggota yang beralih membeli keperluan mereka di toko-toko lain sekitar daerah tersebut. Hal ini juga menunjukkan anggota yang kurang loyal terhadap KUD.

Pelayanan yang baik dan memuaskan anggota juga dapat mempengaruhi loyalitas anggota KUD. Sistem pelayanan online yang disediakan kurang maksimal karena informasi yang disediakan tidak diperbaharui dan tidak lengkap. Anggota koperasi yang mayoritas adalah nelayan juga tidak dapat memanfaatkan pelayanan online yang ada. Pengurus yang datang tidak datang dan pulang tepat waktu juga

dapat membuat pelayanan kepada nelayan kurang maksimal. Jam kerja pengurus KUD Makaryo Mino dari jam 08.00-14.00 WIB, namun pada kenyataan ketika observasi awal 2 hari jam berangkat dan jam pulang beberapa pengurus tidak tepat seperti seharusnya.

Kenyataan yang telah dijelaskan diatas mendorong peneliti untuk mengungkap lebih jauh tentang pengaruh kualitas produk dan pelayanan KUD Makaryo Mino di Kota Pekalongan terhadap loyalitas anggotanya. Sehingga judul yang diangkat dalam penelitian ini adalah **" Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota Melalui Kepuasan Anggota sebagai Variabel Intervening di KUD Makaryo Mino Kota Pekalongan ".**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka muncul permasalahan utama yang mendasar sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh kualitas produk secara langsung terhadap loyalitas anggota di KUD Makaryo Mino?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan secara langsung terhadap loyalitas anggota di KUD Makaryo Mino?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk secara tidak langsung terhadap loyalitas anggota di KUD Makaryo Mino melalui kepuasan anggota sebagai variabel intervening?

4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan secara tidak langsung terhadap loyalitas anggota di KUD Makaryo Mino melalui kepuasan anggota sebagai variabel intevening?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis besarnya pengaruh kualitas produk secara langsung terhadap loyalitas anggota di KUD Makaryo Mino.
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis besarnya pengaruh kualitas pelayanan secara langsung terhadap loyalitas anggota di KUD Makaryo Mino.
3. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis besarnya pengaruh kualitas produk secara tidak langsung terhadap loyalitas anggota di KUD Makaryo Mino melalui kepuasan anggota sebagai variabel intervening.
4. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis besarnya pengaruh kualitas pelayanan secara tidak langsung terhadap loyalitas anggota di KUD Makaryo Mino melalui kepuasan anggota sebagai variabel intevening.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bersifat Teoritis

   1. Bagi peneliti lebih lanjut

Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dalam melakukan penelitian dan melatih diri dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang sudah diperoleh, khususnya di bidang perkoperasian.

2. Bagi pembaca

   Semoga penelitian ini dapat menambah bahan kajian dalam penelitian. Harapan lainnya, semoga pembaca menjadi lebih paham tentang perkoperasian dan mengaplikasikannya dikehidupan sehari-hari.

b. Bersifat Praktis

Bagi pihak koperasi, hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan dalam mengembangkan usaha dan membantu dalam mengembangkan strategi untuk menghadapi persaingan serta dapat dijadikan bahan masukan untuk meningkatkan kinerjanya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Umum Koperasi

2.1.1 Pengertian Koperasi

Pengertian koperasi dapat dilakukan dari pendekatan asal yaitu kata koperasi dalam bahasa latin "*coopere*", yang bahasa inggrisnya disebut *cooperation*. Co berarti bersama dan *operation* berarti bekerja, jadi cooperation berarti bekerja sama. Dalam hal ini dimaksudkan kerja sama tersebut dilakukan oleh orang-orang yang mempunyai kepentingan dan tujuan yang sama. Secara terminology koperasi memiliki arti "kerja sama" atau makna kerja sama sangat banyak dalam berbagai bidang.

Definisi koperasi menurut ILO (*International Labour Organization)* dalam *Management And Administration,* definisi koperasi sebagai "perkumpulan orang-orang berdasar kesukarelaan, memiliki tujuan yang ingin dicapai, yang diawasi dan dikendalikan secara demokratis, dimana orang-orang atau anggota berkontribusi aktif terhadap modal yang dibutuhkan dan menerima manfaat dan resiko secara seimbang" (Sitio dan Tamba 2001:16).

Menurut Chaniago dalam Sitio dan Tamba (2001:17) koperasi adalah "suatu perkumpulan yang beranggotakan orang-orang atau badan-badan, yang memberikan kebebasan masuk dan keluar, dengan bekerja sama secara kekeluargaan menjalankan usaha untuk mempertinggi kesejahtaraan jasmaniah para anggotanya". Dalam UU

No. 25/1992 tentang Perkoperasian menyatakan, Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hokum koperasi, dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar asa kekeluargaan. Menurut Hatta dalam Sitio dan Tamba (2001:17) koperasi adalah "usaha bersama untuk memperbaiki nasib penghidupan berdasar tolong menolong". Di Indonesia pengertian Koperasi menurut Undang-Undang tahun 1967 No. 12 tentang Pokok-pokok Perkoperasian adalah "Organisasi ekonomi rakyat yang berwatak sosial, beranggotakan orang-orang atau badan-badan hokum koperasi yang merupakan tata susunan ekonomi sebagai usaha bersama berdasarkan atas asa kekeluargaan".

Berdasarkan definisi-definisi tersebut dapat diketahui koperasi adalah perkumpulan orang-orang yang menjadi satu dengan sukarela dan berbadan hukum serta menjalankan usaha-usaha yang bertujuan untuk mensejahterakan anggotanya yang didasarkan atas azas kekeluargaan dalam menjalankan setiap kegiatannya.

2.1.2 Koperasi Unit Desa

Dalam rangka meningkatkan produksi dan kehidupan rakyat daerah pedesaan, pemerintah menganjurkan pembentukan Koperasi Unit Desa (KUD). Satu unit desa terdiri dari beberapa kecamatan yang merupakan satu kesatuan potensi ekonomi. Untuk satu wilayah potensi ekonomi ini dianjurkan membentuk satu Koperasi Unit Desa. Dan apabila potensi ekonomi satu kecamatan memungkinkannya, kemungkinan

satu KUD meliputi satu atau beberapa desa saja, tetapi diharapkan agar dapat meliputi semua desa satu kecamatan.

Yang menjadi anggota KUD adalah orang-orang yang bertempat tinggal atau menjalankan usahanya di wilayah unit desa yang merupakan daerah kerja KUD. Karena kebutuhan mereka beraneka ragam, maka KUD sebagai pusat pelayanan dalam kegiatan perkoperasian pedesaan memiliki fungsi :

1. Perkreditan, untuk keperluan produksi dan pennyediaan kebutuhan modal investasi dan modal kerja/usaha bagi anggota KUD dan warga desa umumnya.
2. Penyediaan dan penyaluran sarana-sarana produksi.
3. Pengolahan dan pemasaran hasil produksi/industri dari para anggota KUD dan warga desa umumnya.
4. Kegiatan perekonomian lainnya seperti perdagangan, pengangkutan dan sebagainya.
5. Dalam melaksanakan tugasnya, KUD harus benar-benar mementingkan pemberian pelayanan kepada anggota dan masyarakat, dan menghindarkan kegiatan yang menyaingi kegiatan anggota sendiri (Arifinal Ch.dalam Anoraga dan Widiyanti, 2003).

Langkah-langkah dalam pengembangan KUD ini harus sesuai dengan kebijaksanaan pemerintah yang diatur dalam keputusan Nomor 2 Kep. 34/Men/1978 Departemen Tenaga Kerja tanggal 7 Maret 1978. Dalam wilayah Kecamatan, hanya terdapat satu KUD, kecuali atas persetujuan Menteri dapat didirikan lebih dari satu KUD. Sedangkan mengenai luas usaha dan lingkungan ditetapkan oleh warga desa sendiri berhubung dengan ketentuan perubahan struktur BUUD/KUD, terdapat perubahan Anggaran Dasar yang telah ada. Perlengkapan organisasi KUD sendiri adalah :

1. Rapat Anggota sebagai kekuasaan tertinggi
2. Pengurus yang menyatakan keputusan Rapat Anggota
3. Badan Pemeriksa yang mengawasi kegiatan koperasi
4. Manajer dan karyawan berfungsi penuh, melaksanakan tugas kegiatan sehari-hari.

KUD mempunyai banyak fungsi, karena itu KUD juga melaksanakan beraneka macam usaha atau serba usaha yang meliputi perpaduan dari kegiatan Koperasi Produksi, Koperasi Konsumsi, Koperasi Simpan Pinjam dan Koperasi Jasa. Selain itu KUD memerlukan tenaga-tenaga yang cakap dan terampil di segala bidang, Karena KUD ini meliputi daerah yang sangat luas, menjalankan usaha dan mengerjakan aneka fungsi dengan berbagai kegiatan. Pengurus koperasi dipilih dari anggota-anggotanya sendiri, pada umumnya sudah tidak mampu menguasai sendiri kegiatan-kegiatan yang sedemikian banyak, luas dan mendalam itu.

2.2 Loyalitas Anggota

2.2.1 Pengertian Loyalitas Anggota

Menurut Peppers dan Rogers dalam Kotler (2008:134) satu-satunya nilai yang dapat diciptakan perusahaan adalah nilai yang berasal dari pelanggan. Dan suatu bisnis sukses apabila berhasil mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan. Oliver dalam Kotler (2008:138) menyatakan loyalitas sebagai *komitmen* yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk

atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Dalam penelitian terdahulu Wijayanti (2009) menyatakan, kesetiaan pelanggan adalah aset yang bernilai strategik, maka peneliti perilaku konsumen tertarik untuk mengembangkan dan memformulasikan konsep beserta pengukurannya. Menurut Fornell dalam Sadi (2009:30) menyatakan loyalitas pelanggan merupakan faktor endogenus yang disebabkan oleh suatu kombiansi dari kepuasan pelanggan, persepsi layanan dan kualitas produk. Berbeda dari kepuasan, yang merupakan sikap, loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku membeli. Pelanggan yang loyal adalah orang yang (1) melakukan pembelian berulang secara teratur, (2) membeli antarlini produk dan jasa, (3) merefensikan kepada orang lain, (4) menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dan pesaing (Griffin, 2003:31-32).

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas, dapat disimpulkan loyalitas anggota adalah suatu keputusan pembelian barang atau penggunaan jasa secara berulang-ulang dari anggota koperasi setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa, yang tidak hanya diukur melalui tingkat kepuasan anggota namun juga dari lamanya hubungan anggota dengan koperasi dan seberapa besar partisipasinya didalam kegiatan perkoperasian sehingga anggota koperasi tidak tertarik dengan barang/jasa yang ditawarkan perusahaan/toko/koperasi lain. Perilaku loyalitas anggota tumbuh dengan adanya kesadaran dan keyakinan anggota terhadap tujuan koperasi.

2.2.2 Jenis Loyalitas

Setelah keterikatan, faktor kedua yang menentukan loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa tertentu adalah pembelian berulang. Empat jenis loyalitas yang berbeda muncul bila keterikatan rendah dan tinggi diklasifikasi silang dengan pola pembelian ulang yang rendah dan tinggi, menurut Griffin (2003 : 22-23) adalah :

1. Tanpa loyalitas
   Untuk berbagai alasan, beberapa pelanggan tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu. Secara umum, perusahaan harus menghindari membidik para pembeli jenis ini karena mereka tidak akan pernah menjadi pelanggan yang loyal, mereka hanya berkontribusi sedikit pada kekuatan keuangan perusahaan.
2. Loyalitas lemah
   Keterikatan yang rendah digabung, dengan pembelian berulang yang tinggi menghasilkan loyalitas yang lemah (*inertia loyalty*). Pelanggan ini membeli karena kebiasaan. Ini adalah jenis pembelian "karena kamu selalu menggunakannya" atau "karena sudah terbiasa". Dengan kata lain, faktor nonsikap dan faktor situasi merupakan alasan utama untuk membeli. Pembeli ini merasakan tingkat kepuasan tertentu dengan perusahaan, atau minimal tiada ketidakpuasan yang nyata. Loyalitas jenis ini paling umum terjadi pada produk yang sering dibeli.
3. Loyalitas tersembunyi
   Tingkat preferensi yang relatif tinggi digabung dengan tingkat pembelian berulang yang rendah menunjukkan loyalitas tersembunyi (*latent loyalty*). Bila pelanggan memiliki loyalitas yang tersembunyi, pengaruh situasi dan bukan pengaruh sikap yang menentukan pembelian berulang.
4. Loyalitas premium
   Loyalitas premium, jenis loyalitas yang paling dapat ditingkatkan, terjadi bila ada tingkat keterikatan yang tinggi dan tingkat pembelian berulang yang juga tinggi. Ini merupakan jenis loyalitas yang lebih disukai untuk semua pelanggan di setiap perusahaan. Pada tingkat preferensi paling tinggi tersebut, orang bangga karena menemukan dan menggunakan produk tertentu dan senang membagi pengetahuan mereka dengan rekan dan keluarga.

2.2.3 Pengukuran Loyalitas

Langkah pertama dalam membangun sistem loyalitas dan klien adalah berusaha mengenal terminologi dan variabel yang menentukan serta mendorong loyalitas menurut Griffin (2003 : 199-200) :

1. Basis Klien. Ini merupakan seluruh jumlah pelanggan dan klien yang aktif. Anda dapat menghitung jumlah ini dengan menjumlahkan pelanggan pertama kali, pelanggan berulang, dan klien.
2. Tingkat retensi pelanggan baru. Ini menunjukkan presentase pelanggan pertama kali yang kembali melakukan pembelian kedua dalam periode waktu tertentu. Periode waktu diatur oleh siklus pembelian berulang pelanggan Anda yang biasa.
3. Tingkat retensi klien. Ini adalah presentase pelanggan yang telah memenuhi sejumlah khusus pembelian berulang selama periode tertentu.
4. Pangsa pelanggan (share of customer). Ini adalah presentase jumlah pembelian pelanggan atas kategori produk dan jasa tertentu yang dibelanjakan ke perusahaan Anda.
5. Jumlah rata-rata pelanggan baru per bulan. Ini adalah rata-rata jumlah pelanggan pertama kali yang membeli dari perusahaan Anda setiap bulannya. Gunakan rentang waktu 6 bulan untuk kalkulasi ini.
6. Frekuensi pembelian. Ini adalah frekuensi rata-rata seorang pelanggan atau klien membeli dari Anda per tahunnya.
7. Jumlah pembelian rata-rata. Ini adalah jumlah rata-rata yang dibayar atas produk dan jasa pada setiap pembelian.
8. Tingkat peralihan (attrition rate). Ini adalah presentase tahunan rata-rata pelanggan yang hilang atau menjadi tidak aktif karena suatu alasan., termasuk ketidakpuasan dan pindah lokasi.

Loyalitas konsumen merupakan kesetiaan konsumen terhadap penyedia jasa yang telah memberikan pelayanan kepadannya. Menurut Tjiptono (dalam penelitian Wijaya, E.M. : 2011) loyalitas disini dapat diukur dengan 3 indikator, yaitu : (a) *Repeat* yaitu apabila pelanggan membutuhkan barang atau jasa yang disediakan oleh penyedia jasa yang bersangkutan, (b) *Retention* yakni ia tidak terpengaruh jasa yang ditawarkan oleh pihak lain, (c) *Reffera*l apabila jasa yang diterima memuaskan, maka

pelanggan akan memberitahukan kepada pihak lain, dan sebaliknya apabila ada ketidakpuasan atas pelayanan yang diterima ia tidak akan bicara pada pihak lain, tapi justru akan memberitahukan pelayanan yang kurang memuaskan tersebut pada pihak penyedia dana.

2.3 Kepuasan Anggota

2.3.1 Pengertian Kepuasan Anggota

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap hasil ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Penilaian pelanggan atas kinerja produk tergantung pada banyak faktor, terutama pada jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan (Kotler 2008 : 139).

Menurut Tjiptono (dalam penelitian WM., Heni : 2013) secara umum dapat dikatakan bahwa kepuasan adalah evaluasi setelah pembelian dimana apa yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melebihi harapan konsumen. Konsumen dikatakan memperoleh kepuasan apabila konsumen mengkonfirmasikan harapannya setelah melakukan pembelian. Hal ini, memberikan dasar yang baik untuk konsumen melakukan pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Sedangkan menurut Engel, et al (dalam Tjiptono 2000:89) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.

Berdasarkan definisi-definisi di atas dapat dikatakan bahwa kepuasan konsumen adalah kelebihan harapan dari konsumen setelah melakukan pembelian suatu produk. Jika apa yang diharapkan melebihi dengan apa yang diterima maka konsumen akan merasa puas.

Pada umumnya program kepuasan pelanggan meliputi kombinasi dari 7 elemen utama (Tjiptono, 2000:93) meliputi : (1) barang dan jasa berkualitas, (2) *relationship marketing*, (3) program promosi loyalitas, (4) fokus pada pelanggan terbaik, (5) penanganan komplain secara efektif, (6) *unconditional guarantees*, (7) program *pay-for-performances.*

Menurut Tjiptono (2000:101) konsep yang diukur dalam kepuasan konsumen meliputi :

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)
   Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan keoada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya. Pertama, mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan atau jasa perusahaan bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk atau jasa para pesaing.
2. Dimensi kepuasan pelanggan

Berbagai penelitian memilah kepuasan pelanggan ke dalam komponen-komponennya. Umumnya proses semacam itu terdiri atas empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai produk dan atau jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan atau keramahan staf layanan pelanggan. Ketiga, meminta pelanggan menilai produk dan atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Dan keempat, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

3. Konfirmasi harapan (*Confirmation of Expectations*)
   Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan
4. Minat pembelian ulang (*Repurchase Intent*)
   Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau mengunakan jasa perusahaan lagi
5. Kesediaan untuk merekomendasikan (*Willingness to Recommend*)
   Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama, kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak lanjuti
6. ketidakpuasan pelanggan (*Customer Dissatisfaction*)
   beberapa macam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan meliputi : (a) komplain; (b) retur atau pengembalian produk; (c) biaya garansi; (d) *recall*; (e) *word of mouth*; (f) *defections*.

Dalam penelitian ini menggunakan tiga indikator untuk mengukur kepuasan konsumen yang telah disesuaikan dengan kondisi konsumen di tempat penelitian, yaitu kepuasan pelanggan keseluruhan dan tingkat ketidakpuasan pelanggan.

Menurut Handi Irawan D dalam penelitian Nurhayati R (2011:23) ada faktor-faktor pendorong kepuasan konsumen, meliputi : (1) kualitas Produk, (2) *service Quality*, (4) faktor Emosional, (5) kemudahan untuk mendapatkan produk dan jasa

2.4 Keterkaitan Kepuasan terhadap Loyalitas Anggota

Menurut penelitian yang dilakukan Bloemer dan Ruyter, 1997 dalam Wijaya E.M (2011:21) menjelaskan bahwa kepuasan seringkali dipandang sebagai dasar munculnya loyalitas. Kepuasan ternyata mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas. Penelitian Nguyen dan Le Blanc, 1994 dalam Wijaya E.M. (2011:21), juga membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan dengan loyalitas pelanggan. Kepuasan akan muncul jika pelanggan menilai positif pengalaman transaksinya. Manajemen hubungan pelanggan yang baik menciptakan kepuasan pelanggan. Hasilnya, pelanggan yang puas tetap setia dan menceritakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain (Kotler dan Amstrong, 2006:24).

2.5 Kualitas Produk

2.5.1 Pengertian Kualitas

Dalam buku Kotler menyatakan bahwa kualitas (*quality)* adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (2009:143). Menurut ISO 9000 mendefinisikan kualitas sebagai perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:175).

Definisi konvensional kualitas dalam Gaspersz (2005:4) biasanya menggunakan karakteristik langsung dari suatu produk seperti : performansi (*performance),* keandalan *(reliability),* mudah dalam penggunaan (*ease of use),* estetika (*esthetics),*

dan sebagainya. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:175) kualitas produk (jasa) adalah sejauh mana produk (jasa) memenuhi spesifikasi-spesifikasinya.

Menurut ISO 8402 (*Quality Vocabulary*), kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan. Kualitas seringkali diartikan sebagai kepuasan pelanggan (*customer satisfaction)* atau konformansi terhadap kebutuhan atau persyaratan (*conformance to the requirepments)* (Gaspersz, 2005:5).

Dari definisi-definisi diatas memiliki beberapa persamaan bahwa kualitas menggambarkan keistimewaan yang bebas dari kerusakan atau kekurangan sebuah produk, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi keinginan pelanggan demi memberikan kepuasan atas penggunaan produk atau jasa tersebut.

2.5.2 Pengertian Produk

Produk merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Yang perlu diperhatiakn dalam produk adalah konsumen tidak hanya membeli fisik dari produk itu saja tetapi membeli manfaat dan nilai dari produk tersebut yang disebut *"the offer"* (Lupiyoadi dan Hamdani, 2009:84). Sedangkan produk dalam ISO 8402 adalah hasil dari aktivitas atau proses (Gaspersz, 2005:5). Produk menurut Laksana (2008:67) adalah segala sesuatu baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Termasuk dalam pengertian produk menurut Laksana (2008:67), yaitu (1) *goods* merupakan barang-barang fisik, (2) *services* merupakan jasa/pelayanan yang bersifat non fisik yang menyertai atau tidak menyertai produk barang fisik, (3) *experiences* merupakan pengalaman kegiatan/seseorang yang dapat dinikmati oleh orang lain, (4) *events* merupakan kegiatan atau peristiwa yang dibutuhkan oleh orang banyak, (5) *persons* merupakan keahlian atau ketenaran seseorang.

Menurut Levitt (dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2009:85) produk jasa yang ditawarkan terdiri dari beberapa unsur, meliputi produk inti atau generik *(core or generic product)* ini terdiri atas jasa-jasa yang bersifat dasar, produk yang diharapkan *(expected product)* yang terdiri atas produk inti termasuk pertimbangan keputusan pembelian minimal yang harus dipenuhi, produk tambahan *(augmented product)* merupakan area yang memungkinkan suatu produk didiferensiasi terhadap produk yang lain, dan produk potensial *(potensial product)*

Dalam definisi luas, produk juga meliputi entitas lain yang dapat dipasarkan seperti pengalaman, organisasi, orang, tempat, dan ide (Kotler dan Amstrong, 2006:269). Menurut Kotler, klasifikasi produk yaitu produk konsumen, produk kebutuhan sehari-hari, produk belanja, produk khusus, produk yang tak dicari, produk industri.

Tampilan (fitur) dan manfaat tambahan yang berguna bagi konsumen atau mungkin menambah kepuasan konsumen. Bagian ini dapat memberika kelebihan

guna meningkatkan *switching cost* sehingga konsumen berpikir ulang atau sulit beralih ke produk jasa lain.

2.5.3 Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler and Amstrong (2006:272) kualitas produk adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja atau jasa. Dari pengertian antara kualitas dan produk diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah nilai keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan pelanggan yang sudah sesuai dengan harapan pelanggan dari segi keunggulan produk yang layak.

2.5.4 Dimensi Kualitas Produk

Menurut Sviokla dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006:176-179), selain dari segi biaya, kualitas memiliki delapan dimensi pengukuran yang terdiri atas aspek-aspek sebagai berikut :

a. Kinerja (*performance).*

   Kinerja yang dimaksud berkaitan pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut-atribut yang dapat diukur, dan aspek-aspek kinerja individu. Kinerja beberapa produk biasanya didasari oleh preferensi subjektif pelanggan yang pada dasarnya bersifat umum.

b. Keragaman Produk (*features)*

Dapat berbentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk. Keragaman produk biasanay diukur secara subjektif oleh masing-masing individu (dalam hal ini konsumen) yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas sutu produk (jasa). Dengan demikian, perkembangan kualitas suatu produk menuntut karakter fleksibilitas agar dapat menyesuaikan diri dengan permintaan pasar.

c. Keandalan *(reliability)*

Dimensi ini berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi (malfunction) pada suatu periode. Keandalan suatu produk yang menandakan tingkat kualitas sangat berarti bagi konsumen dalam memilih produk. Hal ini menjadi semakin penting mengingat besarnya biaya penggantian dan pemeliharaan yang harus terus dikeluarkan apabila produk yang dianggap tidak andal mengalami kerusakan.

d. Kesesuaian (*conformance*)

Dimensi lain yang berhubungan dengan kualitas suatu barang adalah kesesuaian produk dengan standar dalam industrinya. Kesesuaian suatu produk dalam industri jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian termasuk juga perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak dapat diantisipasi dan beberapa kesalahan lain.

e. Ketahanan atau daya tahan *(durability)*

Ukuran ketahanan suatu produk meliputi segi ekonomis maupun teknis. Secara teknis, ketahanan suatu produk didefinisikan sebagai sejumlah kegunaan yang diperoleh seseorang sebelum mengalami penurunan kualitas. Secara ekonomis, ketahanan diartikan sebagai usia ekonomis suatu produk dilihat dari jumlah kegunaan yang diperoleh sebelum terjadi kerusakan dan keputusan untuk mengganti produk.

f. Kemampuan Pelayanan (*serviceability)*

Kemampuan pelayanan bisa juga disebut dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan dan kemudahan produk untuk diperbaiki. Dimensi ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya memperhatikan adanya penurunan kualitas produk tetapi juga waktu sebelum produk disimpan, penjadwalan pelayanan, proses komunikasi dengan staf, frekuensi pelayanan perbaikan akan kerusakan produk dan pelayanan lainnya. Variabel-vaeiabel tersebut dapat merefleksikan adanya perbedaan standar perorangan mengenai pelayanan yang diterima. Dimana kemampuan pelayanan suatu produk tersebut menghasilkan suatu kesimpulan kualitas produk yang dinilai secara subjektif oleh konsumen.

g. Estetika *(aesthetics)*

Estetika merupakan dimensi pengukuran yang paling subjektif. Estetika suatu produk dilihat dari bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen, bagaiman penampilan luar suatu produk, rasa, maupun bau.

Dengan demikian, estetika jelas merupakan penilaian dan refleksi yang dirasakan oleh konsumen.

h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*)

Konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk. Namun umumnya merek, nama, dan negara produsen. Ketahanan produk misalnya dapat menjadi hal yang sangat kritis dalam pengukuran kualitas produk.

2.6 Keterkaitan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota dan Loyalitas Anggota

Kualitas produk menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2009:175) adalah sejauh mana produk (jasa) memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Konsistensi kualitas suatu jasa atau produk dapat memberi kontribusi pada keberhasilan suatu perusahaan ditinjau dari kepuasan pelanggan, kepuasan karyawan, dan profitabilitas organisasi. Hal tersebut apabila dianalisis lebih jauh antara kualitas dan keuntungan jangka panjang terlihat dalam dua hal, yaitu faktor keuntungan eksternal yang siperoleh dari kepuasan pelanggan dan keuntungan internal yang diperoleh dari adanya perbaikan efisiensi produk (Sviokla).

Menurut John Sviokla dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2009:176), keuntungan *eksternal* yang dimaksud dapat diimplikasikan dalam proses produksi suatu barang (jasa), yaitu dimana kualitas produk (jasa) yang diberikan oleh perusahaan dapat

menciptakan suatu persepsi positif dari pelanggan terhadap perusahaan dan menghasilkan suatu keputusan serta loyalitas pelanggan. Sementara itu, yang dimaksud dengan keuntungan *internal* tampak pada saat bersamaan dengan diperolehnya keuntungan eksternal, dimana fokus perusahaan pada kualitas dapat membawa nilai positif internal perusahaan dalam proses peningkatan.

Kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Dalam arti yang lebih sempit, kualitas bisa diartikan sebagai "bebas dari kerusakan". Tetapi sebagian besar perusahaan yang berpusat pada pelanggan mengartikan kualitas berdasarkan penciptaan nilai dan kepuasan pelanggan (Kotler dan Amstrong, 2006:272).

2.7 Pelayanan

2.7.1 Pengertian Pelayanan

Menurut Lehtinen dalam Lupiyoadi (2009:5) menyatakan *"A service is an activity or a series of activities which take place in interaction with a contact person or physycal machine and which provides consumer satisfaction".* Pada dasarnya jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (Lupiyoadi dan Hamdani, 2009:6). Kotler dalam Lupiyoadi (2009:6) juga mendefinisikan jasa adalah sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud

dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya.

Menurut Kotler dalam Laksana (2008:85) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada suatu produk.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu penilaian anggota atau konsumen terhadap hasil kinerja berupa tindakan atau kegiatan yang diberikan dari suatu koperasi.

2.7.2 Karakteristik Pelayanan

Produk jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk barang (fisik). Griffin dalam Lupiyoadi (2009:6) menyebutkan karakteristik jasa atau pelayanan sebagai berikut :

1. *Intangibility* (tidak berwujud)
   Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tak berwujud yang dialami oleh konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau kenyamanan.
2. *Unstorability* (tidak dapat disimpan)
   Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.
3. *Customization* (kustomisasi)
   Jasa sering kali didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Sedangkan menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2009:84), ada empat karakteristik jasa yaitu tidak berwujud *(intangibility)* yang berarti jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud, heterogenitas / variabilitas (*heteroginity/variability)* yang berarti jasa bersifat nonstandar dan sangat variabel, tidak dapat dipisahkan *(inseparability)* yang berarti jasa umumnya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan dengan partisipasi konsumen dalam prosesnya, tidak tahan lama *(perishability)* yang berarti jasa tidak mungkin disimpan dalam bentuk persediaan.

2.7.3 Dimensi Pelayanan

Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2009:182) mendefinisikan lima karakteristik yang digunakan pelanggan dalam mengevaluasi kualitas jasa. Pertama, berwujud (*tangible)* yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Kedua, keandalan (*reliability),* yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Ketiga, ketanggapan (*responsiveness)*, yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Keempat, jaminan dan kepastian (*assurance)*, yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Kelima, empati *(empathy)*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau probadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

2.8 Keterkaitan Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota dan Loyalitas Anggota

Menurut Parasraman, Zeithaml, dan Berry, 1988 dalam Wijaya, E.M. (2011:21) bahwa pelayanan inheren dengan kepuasan pelanggan dimana meningkatnya (semakin positif) kualitas pelayanan digunakan sebagai refleksi dari meningkatnya kepuasan pelanggan. Lupiyodi dan Hamdani (2009) juga mengemukakan bahwa kualitas pelayanan karyawan terhadap pelanggan berpengaruh secara asimetris terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang buruk berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan daripada pelayanan yang dikategorikan baik. Implementasi strategi dengan kategori terbaik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan lebih besar daripada tidak ada pemasaran yang relasional yang dilakukan. Dan sebaliknya, implementasi strategi yang dikategorikan terburuk akan menurunkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan lebih besar daripada tidak ada pemasaran relasional yang dilakukan. Oleh karena itu, pelayanan mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas.

2.9 Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang relevan sebagai pedoman dalam penelitian disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Temuan
1.	1. Dwi Aryani	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap	Hasil penelitian menunjukkan bahwa

	2. Febrina Rosinta Dalam jurnal Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Mei—Agus 2010, hlm. 114-126 ISSN 0854-3844 Volume 17, Nomor 2	Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan	kelima dimensi pembentuk kualitas layanan (tangibility, empathy, reliability, responsiveness, assurance) terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan. Dimensi terkuat dalam menjelaskan kualitas layanan berturut-turut adalah reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibility. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara variable kualitas layanan KFC terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa FISIP UI. Hal ini terbukti dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sebesar 72,9% variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan, sedangkan sisanya sebesar 27,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variable kualitas layanan. Dari penelitian ini diketahui pula bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa FISIP UI. Hasil penelitian lain menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara kualitas layanan KFC terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa FISIP UI. Hal ini ditunjukkan oleh sebesar 91% variabel loyalitas pelanggan yang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan, sedangkan sisanya sebesar 9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar kualitas layanan.
2.	Trisno Musanto Dalam Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Vol. 6, No. 2, September 2004: 123 - 136	Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV.	Berdasar dari hasil penelitian ini hanya sales experience yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedang ketiga variabel lainnya reliability, response to and remedy of problems,

		Sarana Media Advertising Surabaya	dan convenience of acquisition terbukti tidak berpengaruh. Namun demikian peneliti mengakui keterbatasan baik dari sisi metodologi maupun implikasi hasil penelitian ini. Keterbatasan sample akan mempengaruhi hasil penelitian, oleh karenanya hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisir. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut: Variabel yang berpengaruh significan adalah sales experience terhadap loyalitas pelanggan, dengan demikian perusahaan sebaiknya meningkatkan kemampuan karyawan yaitu dengan memberikan training, serta memberi pengarahan kepada karyawan agar dapat melayani pelanggan dengan lebih baik lagi.
3.	1. Petri Ollila 2. Jerker Nilsson 3. Claudia von Brömssen Dalam Paper for the EMNET 2011 Research Conference "Economics and Management of Networks", held in Limassol, Cyprus, on December 1-3th 2011.	Changing member loyalty in producer cooperatives	The purpose of the analysis was to describe characteristics of cooperative membership that is based on bonding, bridging or linking capital. The presumption was that using six variables those three types of social capital could be demonstrated by constructing three factor dimensions, one describing each type of social capital. The first finding was that, at least in this data, variables describing bonding capital (coop ideology and long tradition) and bridging capital (internal and external power relations) happened to be so close to the same factor dimension that they were not possible to separate. This may indicate that those characteristics

			are indeed so interrelated cooperative motivations that they cannot be separated. That is why it was decided to combine those variables under one dimension in the analysis as well. However, business-like relations and easy exit according to changed market conditions seemed to concentrate on the same dimension and quite far apart from the above-described dimension. It was expected that farmers in cluster 1 would have been more traditional, perhaps smaller with an older age and cluster 2 would have consisted more of large, dynamic farms owned by younger farmers. Statistical evidence for those expectations became relatively limited. Farmers in cluster 1 whose membership is supposed to base on bonding or bridging capital were typically dairy farmers. Perhaps the ideology explains that they see farmers doing business with non-cooperatives as their competitors. Cooperative ideology may also explain that farmers in this group would like to see all the deliverers, including the foreign ones, as members. Trust plays an important role in their relation with the cooperative. One could expect that members whose membership is based on bonding and bridging capital (cluster 1) could use more voice when they want improvements in their cooperatives. Instead it seems that farmers belonging to cluster 2 use more both voice combining it with the tread and actual exit (Hirschman

			1970) when demanding better conditions for themselves. A more business-like relation may explain that farmers belonging to cluster 2 see more often their neighbour-producers as their competitors. The findings of this study were expected to reveal changes within the structure of the agro-food industries. If, for example, it had turned out that mainly older members have cooperative ideology as motive for their cooperative membership, such cooperatives would have been in trouble in the future. Similarly, if the ideologically motivated members predominantly are members of weak cooperatives, these cooperatives' future seems bleak. The analysis did not give support to this expectation. According to this study, social capital keeping producers as patron-members in their cooperatives seems to be a more complex phenomenon than what can be explained with chosen categories of social capital, and with six variables. Nearly 40 per cent of respondents say that cooperative ideology and 60 per cent that long-term experiences keep them as members. At the same time almost 50 per cent state that the cooperative membership is a pure business relation. 60 per cent more or less agree with the statement that they have no difficulty to leave the cooperative if they get the same advantages elsewhere. Either the answers are controversial or producers' membership is really based on a competitive market alternative.
4.	1. Kimberly Zeuli 2. Andrea	The Effects of Cooperative	The results from the binomial logit model that

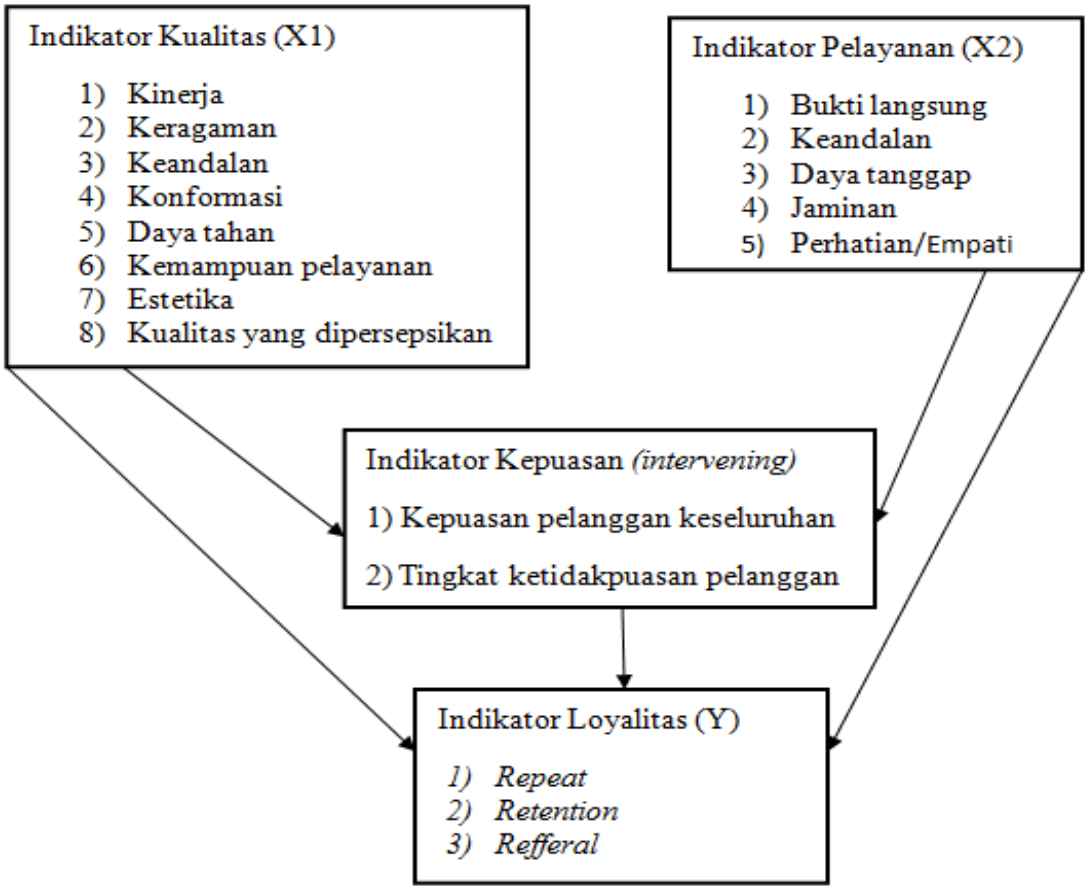
	Bentancor Dalam Paper presentation at the NCERA-194 2005 Annual Meeting Minneapolis, Minnesota November 8-9, 2005	Competition on Member Loyalty	analyzed the decision to switch milk buyers regardless of firm structure are reported in table 6. The most interesting finding is that the farmers who previously sold their milk to a cooperative were significantly less likely (by a factor of 13 percent) to switch milk buyers than the dairy farmers who normally sold their milk to IOFs, as we expected. Also, as we predicted, farms with larger herds were significantly more likely to switch milk buyers, although the magnitude of the marginal effect is quite small (less than 1 percent). Farmers that consider price as an important reason to switch or to be loyal to their milk buyers are significantly more likely to switch. Finally, age is weakly significant but has a different sign than we expected; older farmers are more likely to switch milk buyers. This may be explained by reasoning that as farmers near retirement they will want to maximize their returns. The results from the multinomial logit model that analyzed the decision to switch accounting for different firm structure (Y=0 not switch milk buyer, Y=1 switch to a milk buyer that is a co-op, Y=2 switch to a milk buyer that is an IOF) are reported in table 7. Our results show several significant differences between the farmers that do not switch and those that do. We also find significant

			differences between the farmers that switch to a co-op and those that switch to an IOF. The farmers that don't switch have significant smaller dairy herds than those that switch to a cooperative. Further, those that don't switch are significantly more likely to have a history of selling to cooperatives, are older, have lower herd's growth rates and are more likely to be indebted than the farmers who switch to an IOF buyer. Perhaps the most interesting finding is that a history of selling to cooperatives is only a significant factor in determining switching to a non-cooperative. The coefficient estimate is also negative for switching to a cooperative, but the magnitude is substantially smaller and it is not significant at the normal confidence levels. This result suggests that a history of selling to cooperatives leads to greater loyalty with milk buyers. The results from the estimation of the binomial logit with the co-op member sub-sample are reported in table 8. The only significant variable is price relevance, which has a positive effect on the probability of switching, as expected. Neither debt nor size nor location were significant
5.	Sadi (2009) Tesis, Universitas Diponegoro	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Tahu Bakso Ibu Pudji, Ungaran Semarang.	1. Pelanggan tahu bakso ibu Pudji berdasarkan jenis kelamin terbanyak laki-laki yaitu mencapai 54,3% berdasar tingkat pendidikan terbanyak dari perguruan tinggi yaitu mencapai 78,6% berdasar domisili

			terbanyak dari kota Semarang yaitu mencapai 51,4% diikuti kota lainnya dan terakhir Ungaran. Berdasar jenis pekerjaan terbanyak pegawai swasta mencapai 38,6% berdasar penghasilan perbulan terbanyak penghasilan > Rp.2.000.000,-. 2. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengambilan data pelanggan tahu bakso Ibu Pudji meningkatnya kualitas produk secara signifikan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tahu bakso yang terbukti dalam penelitian. Yang mempengaruhi pelanggan adalah produknya atau rasa yag lebih enak tanpa pengawet. 3. Secara bersama-sama pelayanan dan kualitas produk signifikan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tahu bakso Ibu Puji.
6.	Ari Wijayanti (2009) Tesis, Universitas Diponegoro	Strategi Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus : Produk Kartu Seluler PraBayar Mentari-Indosat Wilayah Semarang)	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara empiris kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan pentingnya kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dapat dibuktikan bahwa secara empiris kualitas produk berpengaruh positif dan signifika terhadap kepuasan pelanggan. Terbukti secara empiris bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Terbukti secara empiris bahwa pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2.10 Kerangka Teoritis

Peneliti akan menguraikan analisis pustaka pada bab sebelumnya yang menunjukkan keterkaitan antar variabel-variabel penelitian yang selanjutnya akan dijadikan sebagai landasan kerangka pikir penelitian dan pengembangan hipotesis yang akan diajukan dengan memperhatikan teori, konsep, dan paradigma yang berkembang



Gambar 2.1 Skema Kerangka Teoritis

2.11 Hipotesis

Hipotesis adalah alternatif dugaan jawaban atau anggapan dasar yang bersifat sementara dan masih perlu diuji kebenarannya dengan pengumpulan data (Arikunto, 2007 :44). Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 : Ada pengaruh kualitas produk secara langsung terhadap loyalitas anggota KUD Makaryo Mino

H2 : Ada pengaruh pelayanan secara langsung terhadap loyalitas anggota KUD Makaryo Mino

H3 : Ada pengaruh kualitas produk secara tidak langsung terhadap loyalitas anggota pada KUD Makaryo Mino melalui kepuasan anggota

H4 : Ada pengaruh pelayanan secara tidak langsung terhadap loyalitas anggota pada KUD Makaryo Mino melalui kepuasan anggota.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2012:8). Penelitian ini untuk mencari pengaruh variabel bebas (*independent variable)* yang melalui variabel perantara (*intervening variable)* terhadap variabel terikat (*dependent variable*). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap loyalitas anggota KUD Makaryo Mino Pekalongan baik secara simultan maupun parsial, kemudian dari hasil penelitian tersebut akan diperoleh suatu generalisasi pengaruh tersebut.

3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah keseluruhan elemen atau unsur yang akan diteliti (Sunarto, 2012:55). Sedangkan menurut Sugiyono (2012:117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para anggota KUD Makaryo Mino Kota Pekalongan sejumlah 1338 anggota.

Tabel 3.1
Sebaran Populasi

Nama Kelompok	Daerah Kerja	Jumlah Anggota
1. Tapel Gemi	Panjang	370
2. Tongkol	Krapyak	349
3. Kakap Merah	Panjang	317
4. Udang	Krapyak	302
Total		**1338**

Sumber : KUD Makaryo Mino

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012:118). Apabila sampel kurang dari 100 maka dapat diambil semua sehingga merupakan penelitian populasi. Jika subjeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih.

Dalam penelitian ini untuk mendapatkan sampel dilakukan dengan rumus Slovin dikarenakan jumlah populasi yang lebih dari 100 yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e^2: Persen kelonggaran ketidaktelitian pengambilan sampel yang masih ditolerir atau diinginkan.

Dalam hal ini diambil tolerir kesalahan 10% karena melihat karakteristik populasi yang homogen, dilihat dari aspek pekerjaan anggota yang semuanya nelayan,

pendidikan yang rata-rata hampir sama pada mayoritas tingkat SD hingga SMP, dan rata-rata pengahasilan yang sama berkisar ±Rp. 500.000 per bulan. Sehingga populasi diatas dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{1338}{1+1338\ (0,1)^2} = \frac{1338}{14.38}$$

n = 93,04 dibulatkan sehingga n = 93

Berdasarkan hasil perhitungan diatas ukuran sampel yang didapat 93 anggota, maka diasumsikan sampel tersebut sudah representative. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *cluster sampling (area sampling)* yaitu pengambilan sampel anggota populasi dilakukan berdasarkan daerah populasi yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2012:120).

3.3 Variabel Penelitian

Menurut Nazir dalam Sunarto (2012:71) variabel adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai. Dengan demikian, variabel adalah merupakan objek yang berbentuk apa saja yang ditentukan oleh peneliti dengan tujuan untuk memperoleh informasi agar bisa ditarik suatu kesimpulan.

Secara teori, definisi variabel penelitian adalah merupakan suatu objek, atau sifat, atau atribut atau nilai dari orang, atau kegiatan yang mempunyai bermacam-macam variasi antara satu dengan yang lainnya yang ditetapkan oleh peneliti dengan tujuan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sunarto, 2012:71). Dalam penelitian ini ada beberapa variabel yang akan diungkap yaitu :

3.3.1 Variabel Bebas (*Independent Variable)*

Variabel bebas (*independent variable)* sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent.* Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2012:61). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produksi dan kualitas pelayanan.

1. Kualitas Produk (X_1)

   Kualitas produk adalah nilai keseluruhan barang yang berkaitan dengan keinginan pelanggan yang sudah sesuai dengan harapan pelanggan dari segi keunggulan yang layak.

   Indikator Kualitas Produk diambil dari teori kualitas David Garvin yang disesuaikan dengan tempat penelitian, yaitu (1) kinerja, (2) keragaman, (3) keandalan, (4) konformasi, (5) daya tahan, dan (6) estetika.

2. Kualitas Pelayanan (X_2)

   Kualitas pelayanan merupakan suatu penilaian anggota atau konsumen terhadap hasil kinerja berupa tindakan atau kegiatan yang diberikan dari suatu koperasi.

   Indikator Kualitas Pelayanan meliputi (1) bukti langsung (*tangibles),* (2) keandalan *(reliability),* (3) daya tanggap *(responsiveness),* (4) Jaminan (*assurance),* dan (5) perhatian *(emphaty).*

3.3.2 Variabel Perantara (*Intervening Variable)*

Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur (Sugiyono 2012:63).

Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah kepuasan anggota. Kepuasan anggota/konsumen yaitu kelebihan harapan atas kinerja pelayanan atau hasil yang dirasakan konsumen setelah membeli produk di KUD Makaryo Mino. Indikator kepuasan konsumen meliputi, konfirmasi harapan, kepuasan pelanggan keseluruhan, dan tingkat ketidakpuasan pelanggan selama menjalin hubungan dengan koperasi.

3.3.3 Variabel Terikat (*Dependent Variable)*

Variabel terikat *(dependent variable)* menurut Sugiyono (2012:61) sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas anggota KUD Makaryo Mino. Loyalitas anggota adalah suatu keputusan pembelian barang atau penggunaan jasa secara berulang-ulang dari anggota koperasi setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa, yang tidak hanya diukur melalui tingkat kepuasan anggota namun juga dari lamanya hubungan anggota dengan koperasi dan seberapa besar partisipasinya didalam kegiatan perkoperasian sehingga anggota koperasi tidak tertarik dengan barang/jasa yang ditawarkan perusahaan/toko/koperasi lain. Perilaku loyalitas

anggota tumbuh dengan adanya kesadaran dan keyakinan anggota terhadap tujuan koperasi. Indikator loyalitas anggota adalah (1) *repeat*, (2) *retention*, dan (3) *refferal.*

3.4 Metode Pengumpulan Data

Data dapat diartikan sebagai suatu catatan tentang karakteristik dari obyek amatan atau peristiwa pada suatu waktu atau kurun waktu tertentu baik itu berupa angka maupun simbol (Sunarto, 2012:79). Pengumpulan data juga salah satu faktor yang mempengaruhi hasil penelitian. Dengan adanya pemilihan metode yang tepat maka dapat diperoleh hasil yang relevan, tepat, dan akurat. Untuk memperoleh data yang diperlukan peneliti menggunakan beberapa metode yaitu :

3.4.1 Metode Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain (Sugiyono, 2012:145). Metode observasi ini telah dilakukan dalam penelitian awal untuk mendapatkan data terkait dengan hubungan anggota dengan KUD Makaryo Mino Kota Pekalongan.

3.4.2 Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mencari data dari sumber-sumber yang telah ada seperti catatan, transkrip, buku, media, kumpulan data, jurnal, dan lain sebagainya. Dibandingkan dengan metode yang lain metode pengumpulan data dengan proses dokumentasi relatif lebih mudah karena selain tidak perlu turun ke lapangan untuk mencari data apabila terjadi kekeliruan sumber datanya

masih tetap (Sunarto, 2012:82). Metode ini dipergunakan untuk mengetahui data-data tentang loyalitas anggota KUD Makaryo Mino yang berasala dari laporan keuangan koperasi, selain itu data kegiatan uniy usaha koperasi, daftar anggota, buku transaksi anggota, buku Rapat Anggota Tahunan (RAT), serta laporan pertanggung jawaban koperasi.

3.4.3 Metode Angket atau Kuesioner

Menurut Sugiyono (2012:199) kuesioner merupakan teknikpengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Metode ini dilakukan melalui daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden yaitu anggota koperasi. Kuesioner dapat dibedakan atas beberapa jenis, tergantung pada sudut pandangnya. Menurut Arikunto (2007:103), dipandang dari cara menjawab maka ada :

1. Angket terbuka adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden dapat memberikan isian sesuai dengan kehendak dan keadaannya.
2. Angket tertutup adakah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden tinggal memberikan tanda centang pada kolom atau tempat yang sesuai.

Jenis angket atau kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup. Pertanyaan-pertanyaan dalam angket masing-masing item

memiliki alternatif jawaban, yaitu a, b, c, d. setiap item jawaban diberi bobot nilai atau skor yaitu :

1. Untuk jawaban a responden diberi skor 4
2. Untuk jawaban b responden diberi skor 3
3. Untuk jawaban c responden diberi skor 2
4. Untuk jawaban d responden diberi skor 1

Metode ini merupakan pengumpulan data dengan cara membuat pertanyaan dan pernyataan tertulis yang diajukan kepada respondendan dalam hal ini adalah anggota koperasi. Metode ini digunakan untuk mengungkap data dari variabel Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Kepuasan anggota (*intervening*), dan Loyalitas anggota (Y) KUD Makaryo Mino di Kota Pekalongan.

3.5 Analisis Uji Instrumen

3.5.1 Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2012:363). Validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana kuesioner dapat mewakili semua aspek. Tinggi rendahnya suatu validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran validitas yang dimaksud. Untuk mengukur validitas, rumus korelasi dapat dipergunakan yang dikemukakan oleh Pearson yang dikenal dengan rumus korelasi *product moment* yaitu :

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma xy_{-(\sum x)}(\sum y)}{\sqrt{(N\Sigma x^2 - (\sum x)^2(N\Sigma y^2 - (\Sigma y)^{2)}}}$$

Keterangan:

r_{xy} =Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

Σxy =Jumlah perkalian antara variabel x dan Y

$\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\sum x)^2$ = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$ = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

Untuk menentukan bahwa item soal pada instrumen valid atau tidak yaitu dengan melihat signifikansinya. Apabila signifikansinya kurang dari 0,05 maka item soal tersebut signifikan yang berarti item tersebut valid, apabila signifikansinya lebih dari 0,05 maka item soal tersebut tidak signifikan yang berarti item tersebut tidak valid. Untuk mengetahui validitas instrumen penulis menggunakan program SPSS 16 *for windows*. Hasil dari SPSS tersebut (r_{hitung}) kemudian dibandingkan dengan r_{tabel} *product moment* dengan taraf signifikan 5% atau taraf kepercayaan 95% dan dnegan uji coba 30 responden maka didapatkan r_{tabel} 0,361. Sehingga r_{hitung} > 0,361, maka soal dikatakan valid.

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

No.	Indikator	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Kinerja	B1	0, 846	0, 361	Valid

		B2	0, 828	0, 361	Valid
2.	Keragaman	B3	0, 618	0, 361	Valid
		B4	0, 354	0, 361	Tidak Valid
3.	Keandalan	B5	0, 858	0, 361	Valid
		B6	0, 675	0, 361	Valid
4.	Konformasi	B7	0, 799	0, 361	Valid
		B8	0, 603	0, 361	Valid
5.	Daya Tahan	B9	0, 886	0, 361	Valid
6.	Estetika	B12	0, 880	0, 361	Valid

Sumber : Data diolah 2015

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No.	Indikator	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Bukti Langsung	B15	0, 850	0, 361	Valid
		B16	0, 568	0, 361	Valid
		B17	0, 611	0, 361	Valid
2.	Keandalan	B18	0, 796	0, 361	Valid
		B19	0, 750	0, 361	Valid
		B20	0, 642	0, 361	Valid
3.	Daya Tanggap	B21	0, 719	0, 361	Valid
		B22	0, 822	0, 361	Valid
		B23	0, 309	0, 361	Tidak valid
4.	Jaminan	B24	0, 661	0, 361	Valid
		B25	0, 661	0, 361	Valid
		B26	0, 883	0, 361	Valid
5.	Empati	B27	0, 632	0, 361	Valid
		B28	0, 368	0, 361	Valid
		B29	0, 681	0, 361	Valid

Sumber : Data diolah 2015

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Anggota

No.	Indikator	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Kepuasan pelanggan keseluruhan	B33	0, 626	0, 361	Valid
		B34	0, 616	0, 361	Valid

2.	Tingkat ketidak puasan pelanggan	B35	0, 733	0, 361	Valid
		B36	0, 439	0, 361	Valid

Sumber : Data diolah 2015

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Anggota

No.	Indikator	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Pembelian ulang	B37	0, 905	0, 361	Valid
		B38	0, 664	0, 361	Valid
2.	Tidak terpengaruh jasa lain	B39	0, 537	0, 361	Valid
		B40	0, 875	0, 361	Valid
3.	Merekomendasikan kepada orang lain	B41	0, 707	0, 361	Valid
		B42	0, 735	0, 361	Valid

Sumber : Data diolah 2015

Dari hasil uji validitas yang dilakukan dengan uji coba angket pada 30 responden, terdapat 2 soal yang tidak valid dan soal yang valid terdapat 33 soal. Untuk item soal yang tidak valid dibuang karena item soal yang lain sudah mewakili, sehingga perubahan soal yang semula 35 menjadi 33 soal.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan kuantitatif , suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu yang berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda (Sugiyono, 2012:364). Untuk reliabilitas angket digunakan rumus alpha dalam pengujiannya (Arikunto, 2007:175)

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum_{ab} 2}{\sigma\, r^2}\right)$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyakanya butir pertanyaan

$\sum_{ab} 2$ = jumlah varian butir

$\sigma\, r^2$ = jumlah varians total

Selanjutnya r_{11} dikonsultasikan dengan r dengan jumlah N (jumlah responden) dengan taraf signifikansi 5%. Dinyatakan reliabel apabila harga $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mencobakan instrumen sekali saja dan data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. Teknik reliabilitas semacam ini disebut *internal consistency*. Untuk mengetahui instrumen yang kita gunakan reliabel atau tidak, digunakan alat bantu program SPSS. Dalam pengambilan keputusan, suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,70 (Ghozali, 2011:48).

Berdasarkan hasil uji reliabilitas intrumen penelitian diperoleh nilai 0, 931 untuk variabel kualitas produk, nilai 0, 900 untuk variabel pelayanan, nilai 0, 715 untuk variabel kepuasan anggota, dan 0, 823 untuk variabel loyalitas anggota. Hal ini berarti instrumen kualitas produk, pelayanan, kepuasan anggota, dan loyalitas anggota dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,70. Berikut rinciannya:

Tabel 3.6
Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	*Cronbach Alpha*	Kriteria *Cronbach Alpha*	Keterangan
Kualitas Produk	0, 931	0, 70	Reliabel
Pelayanan	0, 900	0, 70	Reliabel
Kepuasan Anggota	0, 715	0, 70	Reliabel
Loyalitas Anggota	0, 823	0, 70	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2015

3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengolah suatu hasil penelitian yang berguna untuk memperoleh suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang berguna untuk mendeskripsikan masing-masing indikator dalam setiap variabel agar lebih mudah dalam memahaminya. Sugiyono (2012:147) mengemukakan definisi statistik deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Ghozali (2011:19) menyatakan bahwa statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari rata-rata *(mean)*, standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi). Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan masing-masing variabel dalam model yaitu kualitas produk, pelayanan, kepuasan anggota, dan loyalitas agar

pembaca lebih mudah dalam memahami hasil penelitian. Langkah-langkah yang ditempuh dalam penggunaan teknik analisis data ini adalah sebagai berikut:

a. Megumpulkan angket yang telah diisi oleh responden dan memeriksa kelengkapannya.
b. Mengubah skor kualitatif menjadi skor kuantitatif
c. Membuat tabulasi data
d. Menetapkan nilai maksimal
e. Menetapkan nilai minimal
f. Menetapkan rentang
g. Menetapkan kelas interval

Langkah menentukan kategori deskriptif variabel kualitas produk dibuat tabel kategori menurut Tarmudji (1992 :23) yang disusun dengan perhitungan sebagai berikut:

1. Nilai maksimal = 4 x 9 = 36
2. Nilai minimal = 1 x 9 = 9
3. Rentang = 36 - 9 = 27

   Jadi jangkauannya 36 – 9 = 27. Berarti dari nilai 9 sampai dengan 36 terdapat 28 bilangan.
4. Interval = 28/4 = 7

Penetapan jenjang kriteria untuk variabel kualitas produk dikelompokkan menjadi 4 (empat) kriteria yaitu sangat baik, baik, kurang dan sangat kurang. Hal tersebut dapat dilihat dalam tabel 3.7 sebagai berikut:

Tabel 3.7
Kriteria Variabel Kualitas Produk

Interval	Kriteria
31 – 37	Sangat Baik
24 – 30	Baik
17 – 23	Kurang Baik
10 – 16	Tidak Baik

Sumber : Data diolah, 2015

Analisis deskriptif untuk variabel kualitas produk akan masuk dalam kategori sangat baik ketika responden memilih jawaban A, kategori baik ketika anggota memilih jawaban B, kategori kurang baik ketika siswa memilih jawaban C, dan kategori tidak baik ketika siswa memilih jawaban D.

Untuk menentukan kategori deskriptif variabel pelayanan dibuat tabel kategori yang disusun dengan perhitungan sebagai berikut:

1. Nilai maksimal = 4 x 14 = 56

2. Nilai minimal = 1 x 14 = 14

3. Rentang = 56 - 14 = 42

Jadi jangkauannya 56 – 14 = 42. Berarti dari nilai 14 sampai dengan 56 terdapat 43 bilangan.

4. Interval = 43/4 = 10,75 dibulatkan ke atas menjadi = 11

Penetapan jenjang kriteria untuk variabel pelayanan dikelompokkan menjadi 4 (empat) kriteria yaitu sangat baik, baik, kurang dan tidak baik. Hal tersebut dapat dilihat dalam tabel 3.8 sebagai berikut:

Tabel 3.8
Kriteria Variabel Pelayanan

Interval	Kriteria
47 – 57	Sangat Baik
36 – 46	Baik
25 – 35	Kurang Baik
14 – 24	Tidak Baik

Sumber : Data diolah, 2015

Analisis deskriptif untuk variabel pelayanan akan masuk dalam kategori sangat baik ketika responden memilih jawaban A, kategori baik ketika anggota memilih jawaban B, kategori kurang ketika siswa memilih jawaban C, dan kategori tidak baik ketika siswa memilih jawaban D.

Untuk menentukan kategori deskriptif variabel kepuasan anggota dibuat tabel kategori yang disusun dengan perhitungan sebagai berikut:

1. Nilai maksimal = 4 x 7 = 28
2. Nilai minimal = 1 x 7 = 7
3. Rentang = 28 – 7 = 21

Jadi jangkauannya 28 – 7 = 21. Berarti dari nilai 7 sampai dengan 28 terdapat 22 bilangan.

4. Interval = 22/4 = 5, 5 dibulatkan ke atas menjadi = 6

Penetapan jenjang kriteria untuk variabel kepuasan anggota dikelompokkan menjadi 4 (empat) kriteria yaitu sangat tinggi, tinggi, kurang dan tidak tinggi. Hal tersebut dapat dilihat dalam tabel 3.9 sebagai berikut :

Tabel 3.9
Kriteria Variabel Kepuasan Anggota

Interval	Kriteria
24 – 29	Sangat Tinggi
18 – 23	Tinggi
12 – 17	Kurang Tinggi
6 – 11	Tidak Tinggi

Sumber : Data diolah, 2015

Analisis deskriptif untuk variabel kepuasan anggota akan masuk dalam kategori sangat tinggi ketika responden memilih jawaban A, kategori tinggi ketika anggota memilih jawaban B, kategori kurang tinggi ketika siswa memilih jawaban C, dan kategori tidak tinggi ketika siswa memilih jawaban D.

Untuk menentukan kategori deskriptif variabel loyalitas anggota dibuat tabel kategori yang disusun dengan perhitungan sebagai berikut:

1. Nilai maksimal = 4 x 4 = 16

2. Nilai minimal = 1 x 4 = 4

3. Rentang = 16 – 4 = 12

Jadi jangkauannya 16 – 4 = 12. Berarti dari nilai 4 sampai dengan 16 terdapat 13 bilangan.

4. Interval = 13/4 = 3,25 dibulatkan keatas menjadi = 4

Penetapan jenjang kriteria untuk variabel loyalitas anggota dikelompokkan menjadi 4 (empat) kriteria yaitu sangat tinggi, tinggi, kurang tinggi dan tidak tinggi. Hal tersebut dapat dilihat dalam tabel 3.10 sebagai berikut :

Tabel 3.10
Kriteria Variabel Loyalitas Anggota

Interval	Kriteria
14 – 17	Sangat Tinggi
10 – 13	Tinggi
6 – 9	Kurang Tinggi
3 – 6	Tidak Tinggi

Sumber : Data diolah, 2015

Analisis deskriptif untuk variabel kepuasan anggota akan masuk dalam kategori sangat tinggi ketika responden memilih jawaban A, kategori tinggi ketika anggota memilih jawaban B, kategori kurang tinggi ketika siswa memilih jawaban C, dan kategori tidak tinggi ketika siswa memilih jawaban D.

3.6.2 Analisis Jalur (*Path Analysis)*

Untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode analisis jalur (*Path Analysis)*. Analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (*model causal)* yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali, 2006:210).

Persamaan dalam model ini terdiri dari dua tahap, yaitu :

1. Persamaan pertama :

   $P = b_1X_1 + b_2 X_2 + e_1$

   Keterangan:

   P : Variabel intervening (Kepuasan)

   b_1 : Koefisien Regresi

   X_1 : Kualitas produk

   X_2 : Pelayanan

   e_1 : *Variance* variabel kepuasan yang tidak dijelaskan oleh kualitas produk dan pelayanan

2. Persamaan kedua :

   $Y = b_1X_1 + b_2 X_2 + b3P + e_2$

   Keterangan:

   Y : Loyalitas anggota

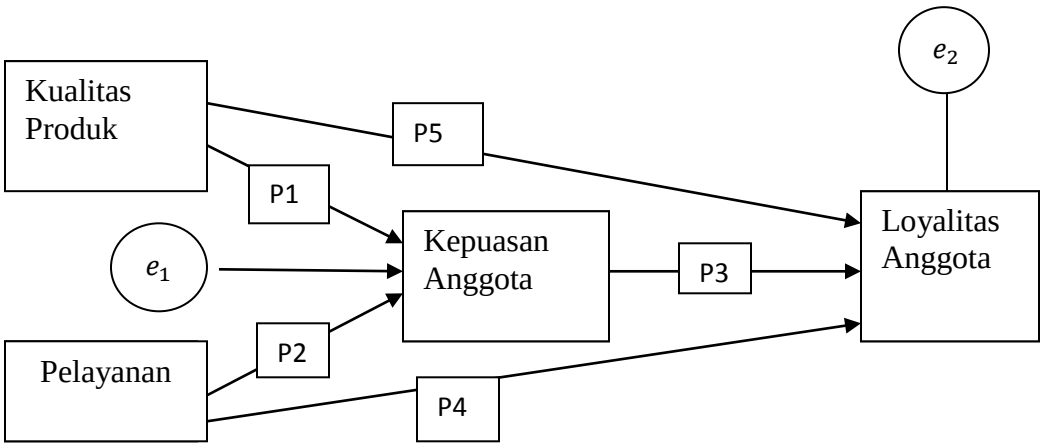
   b_1, b_2 : Koefisien regresi

   X_1 : Kualitas produk

   X_2 : Pelayanan

e2 : *Variance* variabel loyalitas anggota yang tidak dijelaskan oleh kualitas produk, pelayanan, dan kepuasan anggota.

Persamaan diatas dapat digambarkan dalam model analisis jalur sebagai berikut :



Gambar 3.1 : Analisis Jalur

Persamaan regresi :

P = b1X1 + b2X2 + e1

Y = b1X1 + b2X2 + b3P + e2

Total Effect

Total effect Kulitas Produk = (p5) + (p1) (p3)

Total effect Pelayanan = (p4) + (p2) (p3)

Total effect Kepuasan Anggota = (p3)

3.6.3 Pengujian Hipotesis

3.6.3.1 Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas (kualitas produk dan pelayanan) mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel terikat (loyalitas anggota). Pengujian dilakukan menggunakan uji F, yaitu dengan membandingkan antara F_{tabel} dengan nilai F_{hitung} atau ρ value < 0,05 yang terdapat pada tabel *Analysis of Variance* yang dihitung melalui SPSS 16.

Untuk menentukan F_{tabel} tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 0,05 = 5% dengan derajat kebebasan (*degree of freedom)* df = (N-k) dan (k-1) dimana N adalah jumlah observasi dan k adalah jumlah variabel.

Kriteria uji yang digunakan adalah :

Jika F_{hitung} > F_{tabel} (α, k-1, N-k), maka H_0 ditolak

Jika F_{hitung} < F_{tabel} (α, k-1, N-k), maka H_0 diterima

Adapun uji hipotesisnya sebagai berikut :

H_0 = X_1 , X_2 = 0 yang artinya tidak berpengaruh signifikan antara X_1 , X_2 dan Y

H_0 = X_1 , $X_2 \neq 0$ yang artinya tidak berpengaruh signifikan antara X_1 , X_2 dan Y

3.6.3.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) mempunyai pengaruh secara parsial atau terpisah terhadap variabel terikat (Y). pengujian ini dihitung dengan alat bantu SPSS 16 *for Windows* dari hasil yang diperoleh, diuji dengan membandingkan antara t_{tabel} dengan nilai t_{hitung} atau ρ *value* dari masing-masing variabel <0,05.

Adapun kriteria uji yang digunakan :

Jika t_{hitung}> t_{tabel} (α, k-1, N-k), maka H_0 ditolak

Jika t_{hitung}> t_{tabel} (α, k-1, N-k), maka H_0 diterima

3.6.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah uji yang digunakan untuk mengetahui model regresi berganda yang digunakan untuk menganalisa dalam penelitian ini memenuhi asumsi klasik atau tidak. Uji asumsi klasik yang dipakai dalam penelitian ini antara lain :

3.6.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Dasar pengambilan keputusan dari uji normalitas (Ghozali, 2011:160) :

a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.6.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel (independen). Model regresi yang baik seharusnya

tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolinearitas dapat juga dilihat dari niali *tolerance* dan *varian inflation factor* (VIF). Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF < 10 berarti tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi (Ghozali, 2011:105). Ada tidaknya problem multikolinearitas didalam model regresi dapat dideteksi melalui hal-hal sebagai berikut :

a. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel - variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel tertentu.
b. Menganalisis matrik korelasi variabel – variabel bebas. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas.
c. Multikolinearitas juga dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Jika VIF lebih dari 10 maka terjadi multikolinearitas.

3.6.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui suatu keadaan dimana varians dan kesalahan pengganggu tidak sama untuk variabel bebas. Jika varians dari residual suatu pengamatan tetap maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya

yang dapat dilihat pada grafik *scatterplot.* Bila pola tertentu seperti menyebar dibawah dan diatas titik 0 maka dapat disimpulkan dalam data bebas dari heteroskedastisitas dan sebaliknya (Ghozali, 2011:139).

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat diambil simpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk koperasi memiliki pengaruh secara langsung terhadap loyalitas anggota sebesar 11%. Koefisien jalur bertanda positif ini memberikan informasi jika kualitas produk meningkat maka loyalitas anggota akan meningkat.
2. Pelayanan memiliki pengaruh secara langsung terhadap loyalitas anggota sebesar 6%. Koefisien jalur bertanda positif ini memberikan informasi jika pelayanan pegawai dan pengurus meningkat maka loyalitas anggota akan meningkat.
3. Kualitas produk koperasi memiliki pengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas anggota sebesar 19% melalui kepuasan anggota sebagai variabel intervening.
4. Pelayanan memiliki pengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas anggota sebesar 17% melalui kepuasan anggota sebagai variabel intervening.

5.2 Saran

Adapun saran-saran yang diajukan dari penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Bagi KUD Makaryo Mino
   a. Dilakukannya perbaikan fasilitas, peralatan, dan perlengkapan yang terkait dengan produk nelayan sehingga diharapkan dapat meningkatkan kepuasan anggota dan akan meningkatkan jumlah pembelian produk di KUD Makaryo Mino.
   b. Diharapkan KUD Makaryo Mino sudah mulai menggunakan kemajuan internet sebagai salah satu upaya pembaharuan dalam hal pelayanan untuk mempermudah anggota untuk memperoleh informasi tentang koperasi yang dianggap perlu, guna meningkatkan kepuasan anggota yang pada akhirnya akan berpengaruh pada loyalitas anggota. Misalnya dengan selalu memperbaharui website yang telah ada secara berkala.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan cara mengkaji atau menambah variabel lain yang dimungkinkan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas anggota KUD Makaryo Mino di luar kualitas produk koperasi, pelayanan, dan kepuasan anggota.

DAFTAR PUSTAKA

Anoraga, Panji, dan Ninik Widiyanti. 2003. *Dinamika Koperasi.* Jakarta : Rineka Cipta

Arikunto, suharsimi. 2007. *Manajemen Penelitian.* Jakarta : Rineka Cipta

Gaspersz, Vincent. 2005. *Total Quality Management.* Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Griffin, Jill. 2003. *Customer loyalty*. Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta : Erlangga

Kotler, dan Amstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta : Erlangga

Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran = Pendekatan Praktis.* Yogyakarta : Graha Ilmu

Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat

Nurhayati, Risky. 2011. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2009 pengguna Handphone Merek Nokia).* Skripsi. Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis. Yogyakata : Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"

Sadi. 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Prosuk terhadap Loyalitas Pelanggan Tahu Bakso Ibu Pudji, Ungaran Semarang.* Tesis. Program Studi Magister Agribisnis. Semarang : UNDIP

Setiyawati, antari. 2009. *Studi Kepuasan pelanggan untuk Mencapai Loyalitas Pelanggan.* Tesis. Program Magister Manajemen. Semarang : UNDIP

Sitio, Arifin, dan Halomoan Tamba. 2001. *Koperasi Teori dan praktek*. Jakarta : Erlangga

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Alfabeta

Suharsimi, Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.* Jakarta : Rineka Cipta

Sunarto, ST. 2012. *Metodologi Penelitian.* Semarang : UNNES Press

Tjiptono, Fandy. 2000. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta : ANDI

Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2012 Tentang Perkoperasian

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian

Wijayanti, Ari. 2008. *Strategi Meningkatkan Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan.* Program Studi Magister Manajemen. Semarang : UNDIP

Wijaya, E.M. 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening.* Program Studi Ekonomika dan Bisnis. Semarang : UNDIP

WM., Heni. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi dan Citra Koperasi terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel intervening di KUD Mekar Kecamatan Ungaran Kabupaten Semarang tahun 2012/2013.* Skripsi. Program Studi Pendidikan Ekonomi. Semarang : UNNES

LAMPIRAN

Lampiran 1

KISI-KISI INSTRUMEN
UJI COBA PENELITIAN

No.	Variabel	Indikator	Butir Soal	Jumlah Soal
1.	Kualitas Produk	A. Kinerja B. Keragaman C. Keandalan D. Konformasi E. Daya Tahan F. Estetika	1,2 3,4 5,6 7,8 9 10	2 2 2 2 1 1
2.	Pelayanan	A. Bukti Langsung B. Keandalan C. Daya Tanggap D. Jaminan E. Empati	15,16,17 18,19,20 21,22,23 24,25,26 27,28,29	3 3 3 3 3
3.	Kepuasan Anggota	A. Kepuasan pelanggan keseluruhan B. Tingkat ketidakpuasan pelanggan	33,34 35,36	2 2
4.	Loyalitas Anggota	A. Pembelian ulang B. Tidak terpengaruh jasa lain C. Merekomendasikan kepada orang lain	37,38 39,40 41,42	2 2 2
	Jumlah Soal			35 soal

Lampiran 2

INSTRUMEN

UJI COBA PENELITIAN

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama/Kelompok :

Umur :

Jenis kelamin : Laki-laki / Perempuan

Pendidikan terakhir :

Lama menjadi anggota :

Alamat :

II. PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

1. Sebelum menjawab pertanyaan di bawah ini,lengkapilah terlebih dahulu identitas Bapak/Ibu/Saudara.
2. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda (X) pada salah satu jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara paling benar dan tepat sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu/Saudara.
3. Instrumen yang digunakan adalah angket tertutup dengan 4 kemungkinan jawaban. Dengan memberikan skor bertingkat yaitu:
    1. Jawaban a di beri skor 4
    2. Jawaban b di beri skor 3
    3. Jawaban c di beri skor 2
    4. Jawaban d di beri skor 1
4. Peneliti berharap Bapak/Ibu/Saudara memberikan jawaban pada semua pertanyaan.

III. DAFTAR PERTANYAAN

1. Kualitas Produk

1) Kinerja

1. Menurut Bapak/Ibu apakah kinerja koperasi sesuai dengan standar operasional?
   a. Sangat sesuai
   b. Sesuai
   c. Kurang sesuai
   d. Tidak sesuai
2. Apakah menurut Bapak/Ibu kenyataan kinerja sudah sesuai dengan visi dan misi yang diharapkan KUD Makaryo Mino?
   a. Sangat sesuai
   b. Sesuai
   c. Kurang sesuai
   d. Tidak sesuai

2) Keragaman

3. Berapa banyak Bapak/Ibu mengetahui ada berapa jenis produk KUD Makaryo Mino?
   a. Lebih dari 5 produk
   b. 3-5 produk
   c. 1-2 produk
   d. Tidak tahu
4. Apakah menurut Bapak/Ibu produk yang ditawarkan KUD Makaryo Mino menarik/bermanfaat dibandingkan produk lain yang sejenis?
   a. Sangat menarik/bermanfaat
   b. Menarik/bermanfaat
   c. Kurang menarik/bermanfaat
   d. Tidak menarik/bermanfaat

3) Keandalan

5. Ketika Bapak/Ibu memesan barang KUD Makaryo Mino apakah pernah menemukan barang-barang pesanan yang rusak sesampainya ditempat tujuan?
   a. Tidak pernah
   b. Pernah
   c. Kadang-kadang
   d. sering

6. Ketika berbelanja di WASERDA (toko KUD) apakah Bapak/Ibu pernah menjumpai barang dalam keadaan rusak/expired(kadaluarsa)?
   a. Tidak pernah
   b. Pernah
   c. Kadang-kadang
   d. Sering

4) Konformasi

7. Harga produk yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk tersebut?
   a. Sangat sesuai
   b. Sesuai
   c. Kurang sesuai
   d. Tidak sesuai
8. Sebagai anggota setiap Bapak/Ibu melakukan transaksi pembelian ditoko KUD Makaryo Mino pengurus selalu mencatatnya kedalam buku transaksi?
   a. Selalu mencatat
   b. Sering mencatat
   c. Kadang-kadang mencatat
   d. Tidak pernah mencatat

5) Daya Tahan

9. Apakah menurut Bapak/Ibu kualitas produk yang dihasilkan memiliki daya tahan pemakaian lebih baik dibandingkan produk pesaing/ditoko lain?
   a. Sangat setuju
   b. Setuju
   c. Kurang setuju
   d. Tidak setuju

6) Estetika

10. Menurut Bapak/Ibu apakah produk KUD Makaryo Mino memiliki reputasi/nilai yang tinggi dibandingkan pesaingnya?
    a. Sangat setuju
    b. Setuju
    c. Kurang setuju
    d. Tidak setuju

2. Pelayanan

1) Bukti Langsung

11. Menurut Bapak/Ibu apakah ruangan KUD Makaryo Mino tertata dengan baik sehingga memudahkan anggota?
    a. Sangat baik
    b. Baik
    c. Cukup baik
    d. Tidak baik
12. Menurut Bapak/Ibu apakah KUD Makaryo Mino selalu menyediakan alat tulis untuk anggota yang akan mengisi daftar hadir atau lembar pengajuan pinjaman?
    a. Selalu disediakan
    b. Sering disediakan
    c. Kadang-kadang disediakan
    d. Tidak pernah disediakan
13. Apakah menurut Bapak/Ibu gedung yang digunakan sebagai tempat usaha sudah memadai?
    a. Sangat memadai
    b. Memadai
    c. Kurang memadai
    d. Tidak memadai

2) Keandalan

14. Ketika Bapak/Ibu datang ke KUD Makaryo Mino berapa lama Bapak/Ibu menunggu untuk dilayani?
    a. Kurang dari 10 menit
    b. 11-20 menit
    c. 21-30 menit
    d. Lebih dari 31 menit
15. Menurut Bapak/Ibu bagaimana ketepatan karyawan dalam proses pelayanan terhadap anggota saat bertransaksi?
    a. Sangat tepat
    b. Tepat
    c. Cukup tepat
    d. Tidak tepat
16. Berapa lamakah Bapak/Ibu mencairkan pinjaman Bapak/Ibu sampai dengan menerima waktu uangnya?
    a. Satu hari juga setelah pengajuan
    b. 2-7 hari menunggu

c. 8-12 hari menunggu
d. 13-18 hari menunggu

3) Daya Tanggap

17. Bagaimana sikap petugas KUD Makaryo Mino terhadap Bapak/Ibu?
    a. Petugas sangat ramah dalam melayani
    b. Petugas ramah dalam melayani
    c. Petugas cukup ramah dalam melayani
    d. Petugas tidak ramah dalam melayani
18. Apakah Bapak/Ibu pernah menemukan karyawan yang kurang tanggap terhadap anggota dalam memberi pelayanan?
    a. Tidak pernah
    b. Pernah
    c. Kadang-kadang
    d. Sering
19. Pada saat Bapak/Ibu mengurus untuk menjadi anggota KUD Makaryo Mino, berapa lama Bapak/Ibu menunggu sampai menjadi anggota KUD Makaryo Mino?
    a. Kurang dari 1 hari
    b. 1-10 hari
    c. 11-20 hari
    d. Lebih dari 21 hari

4) Jaminan

20. Apakah Bapak/Ibu pernah menemukan kasir melakukan kesalahan perhitungan dalam melayani Bapak/Ibu?
    a. Tidak pernah
    b. Pernah
    c. Kadang-kadang
    d. Sering
21. Pada saat berada di KUD berapa kali Bapak/Ibu menjumpai nada bicara karyawan yang membuat Bapk/Ibu tidak merasa nyaman?
    a. Tidak pernah
    b. 1 kali
    c. 2 kali
    d. Lebih dari 2 kali

22. Apakah Bapak/Ibu merasa aman dan nyaman ketika berada didalam gedung KUD?
    a. Sangat nyaman
    b. Nyaman
    c. Kurang nyaman
    d. Tidak nyaman

5) **Empati**

23. Apakah karyawan selalu memberikan senyuman dan ucapan terima kasih setelah melayani anggota?
    a. Selalu
    b. Sering
    c. Kadang-kadang
    d. Tidak pernah
24. Apakah karyawan selalu menanggapi dengan baik jika Bapak/Ibu menanyakan ketersediaan dana pinjaman lewat telepon?
    a. Selalu
    b. Sering
    c. Kadang-kadang
    d. Tidak pernah
25. Apakah Bapak/Ibu pernah menjumpai petugas yang tidak ramah dalam melayani anggota?
    a. Tidak pernah
    b. Kadang-kadang
    c. Sering
    d. Selalu

3. Kepuasan Konsumen

1) Kepuasan Pelanggan Keseluruhan

26. Apakah Bapak/Ibu selalu mengakses layanan online?
    a. Selalu
    b. Sering
    c. Kadang-kadang
    d. Tidak pernah
27. Apakah Bapak/Ibu merasa puas terhadap pelayanan dari KUD Makaryo Mino?
    a. Sangat puas
    b. Cukup puas
    c. Kurang puas
    d. Tidak puas

2) Tingkat ketidakpuasan pelanggan

28. Apakah Bapak/Ibu memberikan kritik kepada KUD Makaryo Mino mengenaik unit usaha yang ada?
    a. Selalu
    b. Sering
    c. Kadang-kadang
    d. Tidak pernah
29. Bagaimana perbandingan tingkat pelayanan ketika Bapak/Ibu memanfaatkan jasa KUD Makaryo Mino dengan perusahaan sejenis diluar KUD Makaryo Mino?
    a. Lebih baik diKUD karena prosesnya cepat
    b. Cukup baik karena administrasinya tidak berbelit-belit
    c. Sama saja karena prosesnya hampir sama
    d. Pelayanan diluar koperasi lebih baik

4. Loyalitas Anggota

1) Pembelian Ulang

30. Apakah Bapak/Ibu memutuskan untuk selalu membeli barang/kebutuhan di KUD?
    a. Selalu
    b. Sering
    c. Kadang-kadang
    d. Tidak pernah
31. Jika kebutuhan sehari-hari maupun melaut Bapak/Ibu sudah habis atau rusak, apakah Bapak/Ibu membelinya kembali di KUD?
    a. Ya, Selalu
    b. Sering
    c. Kadang-kadang
    d. Tidak pernah

2) Tidak terpengaruh jasa yang lain

32. Ada berapa toko/tempat lain untuk Bapak/Ibu berbelanja kebutuhan?
    a. Tidak, hanya di KUD
    b. Ada 1 toko lain
    c. Ada 2 toko lain
    d. Ada lebih dari 2 toko lain
33. Bapak/Ibu lebih memilih berbelanja di KUD daripada ditempat yang lain?

a. Saya selalu berbelanja di KUD daripada ditempat lain
b. Saya sering berbelanja di KUD daripada ditempat lain
c. Saya kadang-kadang berbelanja di KUD dan kadang-kadang ditempat lain
d. Saya lebih memilih berbelanja ditempat lain

3) Merekomendasikan kepada orang lain

34. Apakah Bapak/Ibu senang membicarakan kelebihan KUD Makaryo lain kepada orang lain?
    a. Selalu
    b. Sering
    c. Kadang-kadang
    d. Tidak pernah
35. Apakah Bapak/Ibu mengajak orang lain berbelanja kebutuhan di KUD Makaryo Mino?
    a. Selalu
    b. Sering
    c. Kadang-kadang
    d. Tidak pernah

TERIMA KASIH

Lampiran 3

Tabulasi Uji Coba Variabel Kualitas Produk (X1)

No	Kode	Kinerja		Keragaman		Keandalan		Konformasi		Daya Tahan	Estetika	Jumlah
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	UC-01	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	14
2	UC-02	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	22
3	UC-03	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	UC-04	2	2	2	4	1	4	1	4	1	1	22
5	UC-05	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	14
6	UC-06	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	35
7	UC-07	1	1	1	2	2	2	3	3	2	1	18
8	UC-08	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
9	UC-09	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
10	UC-10	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	32
11	UC-11	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	25
12	UC-12	2	3	2	4	2	3	2	3	2	2	27
13	UC-13	2	3	2	4	2	3	2	3	2	2	31
14	UC-14	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	31
15	UC-15	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	34
16	UC-16	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	34
17	UC-17	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	33
18	UC-18	3	3	2	2	4	1	2	4	2	3	33
19	UC-19	3	3	3	2	4	1	2	4	2	3	33

20	**UC-20**	2	2	3	2	4	4	4	4	3	3	26
21	**UC-21**	2	2	3	2	4	4	4	4	3	3	27
22	**UC-22**	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	31
23	**UC-23**	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	34
24	**UC-24**	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	34
25	**UC-25**	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	33
26	**UC-26**	3	3	1	3	4	2	3	4	4	2	33
27	**UC-27**	3	3	1	3	4	2	3	4	4	2	29
28	**UC-28**	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	35
29	**UC-29**	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	27
30	**UC-30**	1	1	3	2	1	2	2	2	1	1	16

Tabulasi Uji Coba Variabel Pelayanan (X2)

No	Kode	Bukti Langsung			Keandalan			Daya Tanggap			Jaminan			Empati			Jumlah
		15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	
1	UC-01	1	2	2	2	1	3	1	1	2	2	1	1	1	1	2	23
2	UC-02	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	37
3	UC-03	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	58
4	UC-04	1	3	4	2	1	3	2	1	4	2	4	1	2	1	1	32
5	UC-05	2	2	1	3	1	2	2	1	3	2	2	2	2	1	2	28
6	UC-06	2	4	1	4	2	3	3	2	1	4	4	2	4	4	3	43
7	UC-07	2	2	1	2	1	3	3	1	2	3	3	1	2	2	3	31
8	UC-08	3	3	2	4	4	3	3	4	1	2	4	3	3	3	3	45
9	UC-09	3	3	2	4	4	3	3	4	1	2	4	3	3	3	3	45
10	UC-10	3	4	3	3	3	3	3	3	1	2	4	3	3	3	3	44
11	UC-11	3	4	3	3	3	3	3	3	1	2	4	3	3	3	3	44
12	UC-12	3	4	3	3	2	3	2	4	3	4	3	2	2	3	3	44
13	UC-13	3	4	3	3	2	3	2	4	3	4	3	2	2	3	3	44
14	UC-14	4	4	3	3	2	3	2	4	1	4	3	3	2	1	4	43
15	UC-15	4	4	3	3	2	3	2	4	1	4	3	3	2	1	4	43
16	UC-16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	57
17	UC-17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	57
18	UC-18	3	1	2	3	4	2	3	4	3	4	4	3	3	1	4	44
19	UC-19	3	1	2	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	1	4	45
20	UC-20	3	4	3	3	3	3	2	3	1	4	4	3	4	3	4	47

21	**UC-21**	3	4	3	3	3	3	2	3	1	4	4	3	4	3	4	47
22	**UC-22**	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	57
23	**UC-23**	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	57
24	**UC-24**	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	1	4	53
25	**UC-25**	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	1	4	53
26	**UC-26**	3	4	3	4	2	3	2	2	3	4	2	3	4	3	1	43
27	**UC-27**	3	4	3	4	3	3	2	2	3	4	2	3	4	3	1	44
28	**UC-28**	2	4	1	4	2	3	3	2	1	4	4	2	4	4	3	43
29	**UC-29**	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	52
30	**UC-30**	1	2	1	1	1	3	1	1	1	2	2	2	4	1	2	25

Tabulasi Uji Coba Variabel Kepuasan Anggota (intervening)

No	Kode	Kepuasan Pelanggan		Tingkat Ketidakpuasan pelanggan		Jumlah
		33	34	35	36	
1	UC-01	1	1	1	2	5
2	UC-02	2	2	2	2	8
3	UC-03	3	3	4	4	14
4	UC-04	2	4	4	4	14
5	UC-05	1	1	1	1	4
6	UC-06	1	3	1	4	9
7	UC-07	2	1	2	1	6
8	UC-08	1	3	2	2	8
9	UC-09	2	3	1	1	7
10	UC-10	2	3	2	2	9
11	UC-11	1	3	2	2	8
12	UC-12	4	3	2	2	11
13	UC-13	4	3	2	2	11
14	UC-14	2	3	1	2	8
15	UC-15	2	3	1	2	8
16	UC-16	4	4	3	4	15
17	UC-17	4	4	1	4	13
18	UC-18	1	3	2	2	8
19	UC-19	1	3	2	2	8
20	UC-20	2	2	2	4	10
21	UC-21	2	2	2	4	10
22	UC-22	3	3	2	2	10
23	UC-23	3	3	2	2	10
24	UC-24	1	3	1	4	9
25	UC-25	2	3	1	4	10
26	UC-26	3	2	2	3	10
27	UC-27	3	2	2	3	10
28	UC-28	1	3	1	4	9
29	UC-29	2	4	4	4	14
30	UC-30	1	1	1	1	4

No	Kode	Pembelian Ulang		Tidak terpengaruh jasa lain		Merekomendasikan kepada orang lain		Jumlah
		37	38	39	40	41	42	
1	UC-01	1	2	1	1	1	1	7
2	UC-02	2	4	3	2	3	3	17
3	UC-03	4	3	4	4	4	4	23
4	UC-04	4	4	4	4	4	4	24
5	UC-05	1	2	2	2	2	1	10
6	UC-06	2	1	4	2	2	1	12
7	UC-07	1	2	2	3	2	2	12
8	UC-08	2	2	3	2	1	1	11
9	UC-09	1	1	1	1	4	4	12
10	UC-10	2	2	3	2	1	1	11
11	UC-11	2	2	3	2	1	1	11
12	UC-12	3	3	2	3	3	2	16
13	UC-13	3	3	2	3	3	2	16
14	UC-14	2	4	3	2	1	1	13
15	UC-15	2	4	3	2	1	1	13
16	UC-16	1	1	1	1	1	1	6
17	UC-17	1	1	1	1	1	1	6
18	UC-18	2	2	1	1	2	2	10
19	UC-19	2	2	1	1	2	2	10
20	UC-20	2	4	3	1	1	1	12
21	UC-21	2	4	3	1	1	1	12
22	UC-22	2	3	3	3	2	2	15
23	UC-23	2	3	3	3	2	2	15
24	UC-24	2	2	1	2	3	2	12
25	UC-25	2	2	1	2	3	2	12
26	UC-26	4	4	3	4	4	4	23
27	UC-27	4	4	2	4	4	4	22
28	UC-28	2	1	4	2	2	1	12
29	UC-29	3	4	4	3	1	1	16
30	UC-30	2	1	1	1	3	3	11

Lampiran 4

Output SPSS Uji Validitas

Variabel Kualitas Produk (X_1)

Correlations

		B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	B12	B13	B14	JUMLAH1
B1	Pearson Correlation	1	.812**	.508**	.374*	.739**	.383*	.528**	.532**	.740**	.469**	.581**	.776**	.681**	.548**	.846**
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.042	.000	.037	.003	.002	.000	.009	.001	.000	.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B2	Pearson Correlation	.812**	1	.399*	.452*	.691**	.431*	.420*	.515**	.675**	.591**	.626**	.825**	.579**	.499**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000		.029	.012	.000	.017	.021	.004	.000	.001	.000	.000	.001	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B3	Pearson Correlation	.508**	.399*	1	.110	.464**	.609**	.466**	.157	.318	.379*	.306	.645**	.226	.566**	.618**
	Sig. (2-tailed)	.004	.029		.563	.010	.000	.009	.409	.087	.039	.100	.000	.231	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B4	Pearson Correlation	.374*	.452*	.110	1	.008	.396*	-.034	.273	.198	.160	.351	.119	.477**	-.020	.354
	Sig. (2-tailed)	.042	.012	.563		.967	.030	.860	.144	.294	.398	.057	.531	.008	.915	.055
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B5	Pearson Correlation	.739**	.691**	.464**	.008	1	.428*	.769**	.735**	.842**	.530**	.716**	.842**	.459*	.485**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.010	.967		.018	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.011	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B6	Pearson Correlation	.383*	.431*	.609**	.396*	.428*	1	.556**	.360	.456*	.197	.622**	.549**	.367*	.503**	.675**

	Sig. (2-tailed)	.037	.017	.000	.030	.018		.001	.051	.011	.296	.000	.002	.046	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B7	Pearson Correlation	.528**	.420*	.466**	-.034	.769**	.556**	1	.477**	.853**	.401*	.696**	.699**	.550**	.680**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.003	.021	.009	.860	.000	.001		.008	.000	.028	.000	.000	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B8	Pearson Correlation	.532**	.515**	.157	.273	.735**	.360	.477**	1	.565**	.304	.587**	.565**	.194	.058	.603**
	Sig. (2-tailed)	.002	.004	.409	.144	.000	.051	.008		.001	.102	.001	.001	.304	.760	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B9	Pearson Correlation	.740**	.675**	.318	.198	.842**	.456*	.853**	.565**	1	.562**	.748**	.707**	.784**	.564**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.087	.294	.000	.011	.000	.001		.001	.000	.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B10	Pearson Correlation	.469**	.591**	.379*	.160	.530**	.197	.401*	.304	.562**	1	.531**	.487**	.458*	.335	.636**
	Sig. (2-tailed)	.009	.001	.039	.398	.003	.296	.028	.102	.001		.003	.006	.011	.071	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B11	Pearson Correlation	.581**	.626**	.306	.351	.716**	.622**	.696**	.587**	.748**	.531**	1	.600**	.559**	.474**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.100	.057	.000	.000	.000	.001	.000	.003		.000	.001	.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B12	Pearson Correlation	.776**	.825**	.645**	.119	.842**	.549**	.699**	.565**	.707**	.487**	.600**	1	.429*	.701**	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.531	.000	.002	.000	.001	.000	.006	.000		.018	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B13	Pearson Correlation	.681**	.579**	.226	.477**	.459*	.367*	.550**	.194	.784**	.458*	.559**	.429*	1	.409*	.704**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.231	.008	.011	.046	.002	.304	.000	.011	.001	.018		.025	.000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B14	Pearson Correlation	.548**	.499**	.566**	-.020	.485**	.503**	.680**	.058	.564**	.335	.474**	.701**	.409*	1	.679**
	Sig. (2-tailed)	.002	.005	.001	.915	.007	.005	.000	.760	.001	.071	.008	.000	.025		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
JUMLAH 1	Pearson Correlation	.846**	.828**	.618**	.354	.858**	.675**	.799**	.603**	.886**	.636**	.820**	.880**	.704**	.679**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.055	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel Pelayanan (X_2)

Correlations

		B15	B16	B17	B18	B19	B20	B21	B22	B23	B24	B25	B26	B27	B28	B29	JUMLAH2
B15	Pearson Correlation	1	.496**	.536**	.637**	.659**	.494**	.494**	.843**	.182	.598**	.430*	.837**	.349	.200	.667**	.850**
	Sig. (2-tailed)		.005	.002	.000	.000	.006	.006	.000	.336	.000	.018	.000	.059	.289	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B16	Pearson Correlation	.496**	1	.554**	.527**	.128	.460*	.207	.320	-.053	.384*	.276	.433*	.402*	.452*	.161	.568**
	Sig. (2-tailed)	.005		.001	.003	.502	.010	.272	.085	.781	.036	.140	.017	.028	.012	.396	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B17	Pearson Correlation	.536**	.554**	1	.338	.407*	.495**	.278	.508**	.528**	.312	.310	.574**	.194	-.086	.249	.611**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001		.067	.025	.005	.136	.004	.003	.093	.095	.001	.305	.650	.184	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B18	Pearson Correlation	.637**	.527**	.338	1	.633**	.411*	.650**	.573**	.232	.501**	.426*	.695**	.547**	.465**	.336	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.067		.000	.024	.000	.001	.218	.005	.019	.000	.002	.010	.070	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B19	Pearson Correlation	.659**	.128	.407*	.633**	1	.352	.549**	.743**	.189	.277	.628**	.761**	.477**	.175	.543**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000	.502	.025	.000		.056	.002	.000	.318	.138	.000	.000	.008	.355	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

B20	Pearson Correlation	.494**	.460*	.495**	.411*	.352	1	.460*	.393*	.342	.332	.270	.500**	.396*	.374*	.369*	.642**
	Sig. (2-tailed)	.006	.010	.005	.024	.056		.010	.032	.064	.073	.149	.005	.030	.042	.045	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B21	Pearson Correlation	.494**	.207	.278	.650**	.549**	.460*	1	.548**	.268	.337	.643**	.619**	.450*	.155	.568**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.006	.272	.136	.000	.002	.010		.002	.152	.069	.000	.000	.013	.413	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B22	Pearson Correlation	.843**	.320	.508**	.573**	.743**	.393*	.548**	1	.146	.520**	.563**	.759**	.244	.136	.773**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.085	.004	.001	.000	.032	.002		.441	.003	.001	.000	.195	.475	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B23	Pearson Correlation	.182	-.053	.528**	.232	.189	.342	.268	.146	1	.275	.000	.232	.055	-.185	-.041	.309
	Sig. (2-tailed)	.336	.781	.003	.218	.318	.064	.152	.441		.141	1.000	.217	.775	.327	.831	.096
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B24	Pearson Correlation	.598**	.384*	.312	.501**	.277	.332	.337	.520**	.275	1	.243	.490**	.457*	.194	.536**	.661**
	Sig. (2-tailed)	.000	.036	.093	.005	.138	.073	.069	.003	.141		.195	.006	.011	.304	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B25	Pearson Correlation	.430*	.276	.310	.426*	.628**	.270	.643**	.563**	.000	.243	1	.497**	.448*	.233	.616**	.661**
	Sig. (2-tailed)	.018	.140	.095	.019	.000	.149	.000	.001	1.000	.195		.005	.013	.216	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

B26	Pearson Correlation	.837**	.433*	.574**	.695**	.761**	.500**	.619**	.759**	.232	.490**	.497**	1	.668**	.123	.621**	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000	.017	.001	.000	.000	.005	.000	.000	.217	.006	.005		.000	.517	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B27	Pearson Correlation	.349	.402*	.194	.547**	.477**	.396*	.450*	.244	.055	.457*	.448*	.668**	1	.354	.273	.632**
	Sig. (2-tailed)	.059	.028	.305	.002	.008	.030	.013	.195	.775	.011	.013	.000		.055	.145	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B28	Pearson Correlation	.200	.452*	-.086	.465**	.175	.374*	.155	.136	-.185	.194	.233	.123	.354	1	.047	.368*
	Sig. (2-tailed)	.289	.012	.650	.010	.355	.042	.413	.475	.327	.304	.216	.517	.055		.805	.046
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B29	Pearson Correlation	.667**	.161	.249	.336	.543**	.369*	.568**	.773**	-.041	.536**	.616**	.621**	.273	.047	1	.681**
	Sig. (2-tailed)	.000	.396	.184	.070	.002	.045	.001	.000	.831	.002	.000	.000	.145	.805		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
JUMLAH2	Pearson Correlation	.850**	.568**	.611**	.796**	.750**	.642**	.719**	.822**	.309	.661**	.661**	.883**	.632**	.368*	.681**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.096	.000	.000	.000	.000	.046	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel Kepuasan Anggota (Variabel *Intervening*)

Correlations

		B30	B31	B32	B33	B34	B35	B36	JUMLAH 3
B30	Pearson Correlation	1	.338	.548**	.332	.130	.421*	-.067	.617**
	Sig. (2-tailed)		.067	.002	.073	.495	.020	.723	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
B31	Pearson Correlation	.338	1	.509**	.352	.086	.299	.020	.615**
	Sig. (2-tailed)	.067		.004	.056	.652	.108	.915	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
B32	Pearson Correlation	.548**	.509**	1	.170	.256	.446*	-.120	.656**
	Sig. (2-tailed)	.002	.004		.370	.172	.014	.527	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
B33	Pearson Correlation	.332	.352	.170	1	.340	.313	.179	.626**
	Sig. (2-tailed)	.073	.056	.370		.066	.092	.344	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
B34	Pearson Correlation	.130	.086	.256	.340	1	.385*	.490**	.616**
	Sig. (2-tailed)	.495	.652	.172	.066		.036	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
B35	Pearson Correlation	.421*	.299	.446*	.313	.385*	1	.330	.733**
	Sig. (2-tailed)	.020	.108	.014	.092	.036		.075	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
B36	Pearson Correlation	-.067	.020	-.120	.179	.490**	.330	1	.439*
	Sig. (2-tailed)	.723	.915	.527	.344	.006	.075		.015
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
JUMLAH 3	Pearson Correlation	.617**	.615**	.656**	.626**	.616**	.733**	.439*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.015	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		B30	B31	B32	B33	B34	B35	B36	JUMLAH 3
B30	Pearson Correlation	1	.338	.548**	.332	.130	.421*	-.067	.617**
	Sig. (2-tailed)		.067	.002	.073	.495	.020	.723	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
B31	Pearson Correlation	.338	1	.509**	.352	.086	.299	.020	.615**
	Sig. (2-tailed)	.067		.004	.056	.652	.108	.915	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
B32	Pearson Correlation	.548**	.509**	1	.170	.256	.446*	-.120	.656**
	Sig. (2-tailed)	.002	.004		.370	.172	.014	.527	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
B33	Pearson Correlation	.332	.352	.170	1	.340	.313	.179	.626**
	Sig. (2-tailed)	.073	.056	.370		.066	.092	.344	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
B34	Pearson Correlation	.130	.086	.256	.340	1	.385*	.490**	.616**
	Sig. (2-tailed)	.495	.652	.172	.066		.036	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
B35	Pearson Correlation	.421*	.299	.446*	.313	.385*	1	.330	.733**
	Sig. (2-tailed)	.020	.108	.014	.092	.036		.075	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
B36	Pearson Correlation	-.067	.020	-.120	.179	.490**	.330	1	.439*
	Sig. (2-tailed)	.723	.915	.527	.344	.006	.075		.015
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
JUMLAH 3	Pearson Correlation	.617**	.615**	.656**	.626**	.616**	.733**	.439*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.015	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel Loyalitas Anggota (Y)

Correlations

		B37	B38	B39	B40	B41	B42	JUMLAH4
B37	Pearson Correlation	1	.605**	.480**	.784**	.581**	.589**	.905**
	Sig. (2-tailed)		.000	.007	.000	.001	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
B38	Pearson Correlation	.605**	1	.474**	.511**	.113	.222	.664**
	Sig. (2-tailed)	.000		.008	.004	.551	.238	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
B39	Pearson Correlation	.480**	.474**	1	.522**	-.056	-.034	.537**
	Sig. (2-tailed)	.007	.008		.003	.769	.859	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30
B40	Pearson Correlation	.784**	.511**	.522**	1	.550**	.527**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.003		.002	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
B41	Pearson Correlation	.581**	.113	-.056	.550**	1	.926**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.001	.551	.769	.002		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
B42	Pearson Correlation	.589**	.222	-.034	.527**	.926**	1	.735**
	Sig. (2-tailed)	.001	.238	.859	.003	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
JUMLAH4	Pearson Correlation	.905**	.664**	.537**	.875**	.707**	.735**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 5

Output SPSS Uji Reliabitas

Variabel Kualitas Produk (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.931	14

Variabel Pelayanan (X_2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	15

Variabel Kepuasan Anggota (Variabel *Intervening*)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.715	7

Variabel Loyalitas Anggota (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	6

Lampiran 6

KISI – KISI INSTRUMEN PENELITIAN

No.	Variabel	Indikator	Butir Soal	Jumlah Soal
1.	Kualitas Produk	A. Kinerja B. Keragaman C. Keandalan D. Konformasi E. Daya Tahan F. Estetika	1,2 3 4,5 6, 7 8 11	2 1 2 2 1 1
2.	Pelayanan	A. Bukti Langsung B. Keandalan C. Daya Tanggap D. Jaminan E. Empati	14, 15, 16 17, 18, 19 20, 21 22, 23, 24 25, 26, 27	3 3 2 3 3
3.	Kepuasan Anggota	A. Kepuasan pelanggan keseluruhan B. Tingkat ketidakpuasan pelanggan	31, 32 33, 34	2 2
4.	Loyalitas Anggota	A. Pembelian ulang B. Tidak terpengaruh jasa lain C. Merekomendasikan kepada orang lain	35, 36 37, 38 39, 40	2 2 2
	Jumlah Soal			33 soal

Lampiran 7

ANGKET PENELITIAN

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama/Kelompok :

Umur :

Jenis kelamin : Laki-laki / Perempuan

Pendidikan terakhir :

Lama menjadi anggota :

Alamat :

II. PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

1. Sebelum menjawab pertanyaan di bawah ini,lengkapilah terlebih dahulu identitas Bapak/Ibu/Saudara.
2. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda (X) pada salah satu jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara paling benar dan tepat sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu/Saudara.
3. Instrumen yang digunakan adalah angket tertutup dengan 4 kemungkinan jawaban. Dengan memberikan skor bertingkat yaitu:
    1. Jawaban a di beri skor 4
    2. Jawaban b di beri skor 3
    3. Jawaban c di beri skor 2
    4. Jawaban d di beri skor 1
4. Peneliti berharap Bapak/Ibu/Saudara memberikan jawaban pada semua pertanyaan.

III. DAFTAR PERTANYAAN

1. Kualitas Produk

1) Kinerja

1. Menurut Bapak/Ibu apakah kinerja koperasi sesuai dengan standar operasional?
   a. Sangat sesuai
   b. Sesuai
   c. Kurang sesuai
   d. Tidak sesuai
2. Apakah menurut Bapak/Ibu kenyataan kinerja sudah sesuai dengan visi dan misi yang diharapkan KUD Makaryo Mino?
   a. Sangat sesuai
   b. Sesuai
   c. Kurang sesuai
   d. Tidak sesuai

2) Keragaman

3. Berapa banyak Bapak/Ibu mengetahui ada berapa jenis produk KUD Makaryo Mino?
   a. Lebih dari 5 produk
   b. 3-5 produk
   c. 1-2 produk
   d. Tidak tahu

3) Keandalan

4. Ketika Bapak/Ibu memesan barang KUD Makaryo Mino apakah pernah menemukan barang-barang pesanan yang rusak sesampainya ditempat tujuan?
   a. Tidak pernah
   b. Pernah
   c. Kadang-kadang
   d. sering
5. Ketika berbelanja di WASERDA (toko KUD) apakah Bapak/Ibu pernah menjumpai barang dalam keadaan rusak/expired(kadaluarsa)?
   a. Tidak pernah
   b. Pernah
   c. Kadang-kadang
   d. Sering

4) Konformasi

6. Harga produk yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk tersebut?

a. Sangat sesuai
b. Sesuai
c. Kurang sesuai
d. Tidak sesuai

7. Sebagai anggota setiap Bapak/Ibu melakukan transaksi pembelian ditoko KUD Makaryo Mino pengurus selalu mencatatnya kedalam buku transaksi?
   a. Selalu mencatat
   b. Sering mencatat
   c. Kadang-kadang mencatat
   d. Tidak pernah mencatat

5) Daya Tahan

8. Apakah menurut Bapak/Ibu kualitas produk yang dihasilkan memiliki daya tahan pemakaian lebih baik dibandingkan produk pesaing/ditoko lain?
   a. Sangat setuju
   b. Setuju
   c. Kurang setuju
   d. Tidak setuju

6) Estetika

9. Menurut Bapak/Ibu apakah produk KUD Makaryo Mino memiliki reputasi/nilai yang tinggi dibandingkan pesaingnya?
   a. Sangat setuju
   b. Setuju
   c. Kurang setuju
   d. Tidak setuju

2. Pelayanan

1) Bukti Langsung

10. Menurut Bapak/Ibu apakah ruangan KUD Makaryo Mino tertata dengan baik sehingga memudahkan anggota?
    a. Sangat baik
    b. Baik
    c. Cukup baik
    d. Tidak baik
11. Menurut Bapak/Ibu apakah KUD Makaryo Mino selalu menyediakan alat tulis untuk anggota yang akan mengisi daftar hadir atau lembar pengajuan pinjaman?

a. Selalu disediakan
b. Sering disediakan
c. Kadang-kadang disediakan
d. Tidak pernah disediakan

12. Apakah menurut Bapak/Ibu gedung yang digunakan sebagai tempat usaha sudah memadai?
    a. Sangat memadai
    b. Memadai
    c. Kurang memadai
    d. Tidak memadai

2) Keandalan

13. Ketika Bapak/Ibu datang ke KUD Makaryo Mino berapa lama Bapak/Ibu menunggu untuk dilayani?
    a. Kurang dari 10 menit
    b. 11-20 menit
    c. 21-30 menit
    d. Lebih dari 31 menit
14. Menurut Bapak/Ibu bagaimana ketepatan karyawan dalam proses pelayanan terhadap anggota saat bertransaksi?
    a. Sangat tepat
    b. Tepat
    c. Cukup tepat
    d. Tidak tepat
15. Berapa lamakah Bapak/Ibu mencairkan pinjaman Bapak/Ibu sampai dengan menerima waktu uangnya?
    a. Satu hari juga setelah pengajuan
    b. 2-7 hari menunggu
    c. 8-12 hari menunggu
    d. 13-18 hari menunggu

3) Daya Tanggap

16. Bagaimana sikap petugas KUD Makaryo Mino terhadap Bapak/Ibu?
    a. Petugas sangat ramah dalam melayani
    b. Petugas ramah dalam melayani
    c. Petugas cukup ramah dalam melayani
    d. Petugas tidak ramah dalam melayani

17. Apakah Bapak/Ibu pernah menemukan karyawan yang kurang tanggap terhadap anggota dalam memberi pelayanan?
    a. Tidak pernah
    b. Pernah
    c. Kadang-kadang
    d. Sering

4) Jaminan

18. Apakah Bapak/Ibu pernah menemukan kasir melakukan kesalahan perhitungan dalam melayani Bapak/Ibu?
    a. Tidak pernah
    b. Pernah
    c. Kadang-kadang
    d. Sering
19. Pada saat berada di KUD berapa kali Bapak/Ibu menjumpai nada bicara karyawan yang membuat Bapk/Ibu tidak merasa nyaman?
    a. Tidak pernah
    b. 1 kali
    c. 2 kali
    d. Lebih dari 2 kali
20. Apakah Bapak/Ibu merasa aman dan nyaman ketika berada didalam gedung KUD?
    a. Sangat nyaman
    b. Nyaman
    c. Kurang nyaman
    d. Tidak nyaman

5) **Empati**

21. Apakah karyawan selalu memberikan senyuman dan ucapan terima kasih setelah melayani anggota?
    a. Selalu
    b. Sering
    c. Kadang-kadang
    d. Tidak pernah
22. Apakah karyawan selalu menanggapi dengan baik jika Bapak/Ibu menanyakan ketersediaan dana pinjaman lewat telepon?
    a. Selalu
    b. Sering
    c. Kadang-kadang
    d. Tidak pernah
23. Apakah Bapak/Ibu pernah menjumpai petugas yang tidak ramah dalam melayani anggota?

a. Tidak pernah
b. Kadang-kadang
c. Sering
d. Selalu

3. Kepuasan Konsumen

1) Kepuasan Pelanggan Keseluruhan

24. Apakah Bapak/Ibu selalu mengakses layanan online?
    a. Selalu
    b. Sering
    c. Kadang-kadang
    d. Tidak pernah
25. Apakah Bapak/Ibu merasa puas terhadap pelayanan dari KUD Makaryo Mino?
    a. Sangat puas
    b. Cukup puas
    c. Kurang puas
    d. Tidak puas

2) Tingkat ketidakpuasan pelanggan

26. Apakah Bapak/Ibu memberikan kritik kepada KUD Makaryo Mino mengenaik unit usaha yang ada?
    a. Selalu
    b. Sering
    c. Kadang-kadang
    d. Tidak pernah
27. Bagaimana perbandingan tingkat pelayanan ketika Bapak/Ibu memanfaatkan jasa KUD Makaryo Mino dengan perusahaan sejenis diluar KUD Makaryo Mino?
    a. Lebih baik diKUD karena prosesnya cepat
    b. Cukup baik karena administrasinya tidak berbelit-belit
    c. Sama saja karena prosesnya hampir sama
    d. Pelayanan diluar koperasi lebih baik

4. Loyalitas Anggota

1) Pembelian Ulang

28. Apakah Bapak/Ibu memutuskan untuk selalu membeli barang/kebutuhan di KUD?
    a. Selalu
    b. Sering

c. Kadang-kadang
d. Tidak pernah

29. Jika kebutuhan sehari-hari maupun melaut Bapak/Ibu sudah habis atau rusak, apakah Bapak/Ibu membelinya kembali di KUD?
    a. Ya, Selalu
    b. Sering
    c. Kadang-kadang
    d. Tidak pernah

2) Tidak terpengaruh jasa yang lain

30. Ada berapa toko/tempat lain untuk Bapak/Ibu berbelanja kebutuhan?
    a. Tidak, hanya di KUD
    b. Ada 1 toko lain
    c. Ada 2 toko lain
    d. Ada lebih dari 2 toko lain
31. Bapak/Ibu lebih memilih berbelanja di KUD daripada ditempat yang lain?
    a. Saya selalu berbelanja di KUD daripada ditempat lain
    b. Saya sering berbelanja di KUD daripada ditempat lain
    c. Saya kadang-kadang berbelanja di KUD dan kadang-kadang ditempat lain
    d. Saya lebih memilih berbelanja ditempat lain

3) Merekomendasikan kepada orang lain

32. Apakah Bapak/Ibu senang membicarakan kelebihan KUD Makaryo lain kepada orang lain?
    a. Selalu
    b. Sering
    c. Kadang-kadang
    d. Tidak pernah
33. Apakah Bapak/Ibu mengajak orang lain berbelanja kebutuhan di KUD Makaryo Mino?
    a. Selalu
    b. Sering
    c. Kadang-kadang
    d. Tidak pernah

TERIMA KASIH

Lampiran 8

DAFTAR RESPONDEN
KUD MAKARYO MINO KOTA PEKALONGAN

No.	Nama	Nama Kelompok	Jenis Kelamin	Alamat	Pend. Terkahir	Lama Menjadi Anggota
1	Rohadi	Kakap Merah	L	Perumnel no. 48	SMA	20 tahun
2	Casirin	Tongkol	L	Perumnel no. 12	SD	25 tahun
3	Ninuk	Kakap Merah	P	Perumnel no. 88	SD	15 tahun
4	Tasono	Tongkol	L	Perumnel no. 27	SD	10 tahun
5	Tarmadi	Tongkol	L	Jl. Wr Supratman no. 26	SMP	20 tahun
6	Camad	Kakap Merah	L	Perumnel no. 13	SMP	10 tahun
7	Noor Choliq	Kakap Merah	L	Perumnel no. 63	SMP	25 tahun
8	Mujamil	Tongkol	L	Perumahan Nelayan	SD	20 tahun
9	Herdi	Kakap Merah	L	Perumnel no. 37	SD	15 tahun
10	Tsabit	Tongkol	L	Perumnel Gg. 1/3	SMP	15 tahun
11	Seto	Tapel Gemi	L	Perum nel	SMP	25 tahun
12	Kumpul	Tapel Gemi	L	Perumnel no. 80	SMP	10 tahun
13	Abu Bakar	Tapel Gemi	L	Perumel no. 67	SMP	20 tahun
14	Miswandi	Tapel Gemi	L	Perumnel no. 61	SD	30 tahun
15	Murtadho	Tapel Gemi	L	Perumnel no. 45	SD	45 tahun
16	Bawon Nuriman	Kakap Merah	L	Perumnel no. 39	SD	30 tahun
17	Walman	Kakap Merah	L	Perumnel no. 33	SD	15 tahun

18	Abdul Muin	Tapel Gemi	L	Perumnel no. 81	SD	25 tahun
19	Sukisno	Udang	L	Perumnel no. 73	SMP	30 tahun
20	Nn	Tapel Gemi	L	Perumnel	SD	35 tahun
21	Edi	Tapel Gemi	L	Perumnel no. 55	SD	30 tahun
22	Djazuli	Tapel Gemi	L	Jl. Makadam II no. 13	SD	33 tahun
23	Kunainah	Tapel Gemi	L	Perumnel no. 79	SD	30 tahun
24	Sahuri	Tapel Gemi	L	Pekalongan	SD	32 tahun
25	Satoto	Tongkol	L	Perumnel no. 37	SD	25 tahun
26	Rohadi	Tongkol	L	Perumnel 48		30 tahun
27	Tjahyono	Tongkol	L	Perumnel no. 14	SD	25 tahun
28	Mampuri	Udang	L	Pisangsari Gg. Terinasi	SMP	15 tahun
29	Buchori	Udang	L	Perumnel no. 82	SMP	10 tahun
30	Zaenal	Tapel Gemi	L	Perumnel 89	SMK	15 tahun
31	Azam	Tongkol	L	Perumnel no. 20	SD	15 tahun
32	Karmuni	Tongkol	P	Perumnel no. 46	SD	10 tahun
33	Amat Rofik	Udang	L	Perumnel no. 76	SMP	25 tahun
34	Tutik	Tapel Gemi	P	Perumnel	SD	5 tahun
35	Moch. Bambang	Udang	L	Perumnel no. 51	SMP	30 tahun
36	Erni Asiah	Udang	P	Perumnel nno 31	SD	10 tahun
37	Tjahyo	Tongkol	L	Perumnel no. 41	SD	15 tahun
38	Sumarsono	Kakap Merah	L	Perumnel no. 40	SMP	25 tahun
39	Tjarmadi	Tongkol	L	Pisangsari Gg. Bawal	SD	20 tahun
40	Warsino	Udang	L	Perumnel no. 31b	SMP	26 tahun
41	Tarmudi	Udang	L	Pantaisari Rt. 03	SMP	25 tahun

42	Kasmuni	Tongkol	L	Perumnel no. 46	SD	5 tahun
43	Muchamad Yusuf	Kakap Merah	L	Perumnel no. 41b	SMP	25 tahun
44	Tarchim	Kakap Merah	L	Pantaisari Rt. 03/XV	SMP	25 tahun
45	Jubaidah	Kakap Merah	P	Perumnel no. 19	SD	10 tahun
46	Kasiani	Kakap Merah	L	Pandan Arum	SMP	25 tahun
47	Sarip	Tongkol	L	Perumnel no. 31b	SMP	20 tahun
48	Walduki	Tongkol	L	Perumnel no. 75	SD	25 tahun
49	Ulit	Tongkol	L	Perumnel no. 24	SMP	20 tahun
50	Tjarmunah	Tongkol	P	Perumnel no. 95	SD	20 tahun
51	Lasmu	Tongkol	L	Perumnel no. 32	SD	10 tahun
52	Zaenal Ismail	Kakap Merah	L	Perumnel no. 88	SD	10 tahun
53	Warda'i	Kakap Merah	L	Perumnel no. 62	SD	30 tahun
54	Rudjito	Tongkol	L	Kandang Panjang Gg. 7	SD	15 tahun
55	Rasminah	Tongkol	P	Perumnel no. 77	SD	10 tahun
56	Jono	Kakap Merah	L	Pisang sari	SMP	25 tahun
57	Turiyah	Tongkol	L	Pisangsari Gg. Cucut	SD	20 tahun
58	Diono	Kakap Merah	L	Pantaisari	SMP	26 tahun
59	Latiful	Kakap Merah	L	Perumnel no. 66	SMP	20 tahun
60	Herman	Kakap Merah	L	Pantaisari	SMP	26 tahun
61	Rahmanto	Tongkol	L	Pisang sari Gg. Tongkol	SMP	10 tahun
62	Agus Budi	Udang	L	Perumnel no. 82	SMP	10 tahun
63	Muhaimin	Tongkol	L	Perumnel no. 83	SD	10 tahun
64	Karyono	Tongkol	L	Pantaisari Gg. 1/30	SMP	10 tahun
65	Joko Suhendro	Tongkol	L	Pantaisari Rt. 03	SD	10 tahun

66	Hartono	Udang	L	Pantaisari Rt. 08	SD	10 tahun
67	Caswari	Udang	L	Pantai sari Rt. 3 Rw. XV	SD	10 tahun
68	Darisman	Kakap Merah	L	Pantai sari IV	SMP	10 tahun
69	Sumarnato	Kakap Merah	L	Perumnel no. 40	SMP	12 tahun
70	Ahmad Slamet	Kakap Merah	L	Perumnel no. 39	SMP	18 tahun
71	Subechi	Udang	L	Perumnel no. 48	SD	18 tahun
72	Edi Susanto	Udang	L	Perumnel no. 56	SMP	18 tahun
73	Andi Gunawan	Udang	L	Perumnel no. 56	SMP	18 tahun
74	Endangsari	Tongkol	P	Pisangsari Gg. Cucut	SMP	19 tahun
75	Warjuni	Udang	L	Pisang sari Terinasi	SMP	20 tahun
76	Riscahyadi	Udang	L	Kandang Panjang	SD	20 tahun
77	Kantono	Kakap Merah	L	Klego	SD	20 tahun
78	Casudi	Kakap Merah	L	Pantai sari Gg. 2	SD	20 tahun
79	Abdul Rasyid	Udang	L	Pisang sari Gg. Bawal	SD	20 tahun
80	Andi	Udang	L	Perumnel no. 79	SMP	20 tahun
81	Agus Basari	Tapel Gemi	L	Perumnel no. 74	SMP	19 tahun
82	Rais	Tongkol	L	Pisangsari Gg. cucut	SD	19 tahun
83	Trimo Polwadi	Tapel Gemi	L	Pisangsari Gg. Lemuru		27 tahun
84	Subur	Tapel Gemi	L	Perumnel no. 49	SD	25 tahun
85	Iman	Tapel Gemi		Pisang sari	SMP	25 tahun
86	Sutrisno	Udang	L	Perumnel no. 57	SMP	19 tahun
87	Agus Mulyo	Tongkol	L	Pisang sari Gg. Tongkol	SMP	19 tahun

88	Amat Subur	Udang	L	Pisang sari Gg. Lemuru	SMP	18 tahun
89	Martono	Tapel Gemi	L	Pisang sari Gg. Lemuru	SD	26 tahun
90	Mulyadi	Tapel Gemi	L	Pisang sari Gg. Lumba-lumba	SMP	24 tahun
91	Budi Santoso	Udang	L	Perumnel Rt. 06	SD	17 tahun
92	Muludin	Udang	L	Pisang sari Gg. Cucut	SMP	18 tahun
93	Sarifudin	Kakap Merah	L	Perumnel no. 15	SMP	25 tahun

Lampiran 9

Tabulasi Hasil Penelitian

Data hasil Penelitian Variabel Kualitas Produk (X1)

No.	No. Resp	No. Angket																					Skor	Ket
		1	**2**	**∑**	**ket**	**3**	**∑**	**ket**	**4**	**5**	**∑**	**ket**	**6**	**7**	**∑**	**ket**	**8**	**∑**	**ket**	**11**	**∑**	**ket**		
1	R01	1	1	2	TB	1	1	TB	1	1	2	TB	1	3	4	K	1	1	TB	1	1	TB	**11**	TB
2	R02	3	3	6	B	3	3	B	2	2	4	K	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**26**	B
3	R03	2	2	4	K	3	3	B	2	3	5	B	2	2	4	K	2	2	K	2	2	K	**20**	K
4	R04	3	3	6	B	3	3	B	4	4	8	SB	4	4	8	SB	3	3	B	3	3	B	**31**	B
5	R05	3	3	6	B	4	4	SB	4	4	8	SB	4	4	8	SB	3	3	B	3	3	B	**32**	SB
6	R06	4	4	8	SB	4	4	SB	4	4	8	SB	4	4	8	SB	4	4	SB	4	4	SB	**36**	SB
7	R07	2	2	4	K	3	3	B	4	4	8	SB	4	4	8	SB	3	3	B	3	3	B	**29**	B
8	R08	2	2	4	K	2	2	K	1	4	5	B	1	4	5	B	1	1	TB	1	1	TB	**18**	K
9	R09	1	2	3	K	1	1	TB	1	2	3	K	1	2	3	K	1	1	TB	1	1	TB	**12**	TB
10	R10	3	3	6	B	4	4	SB	3	4	7	SB	3	3	6	B	3	3	B	3	3	B	**29**	B
11	R11	3	4	7	SB	3	3	B	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	4	4	SB	**32**	SB
12	R12	1	1	2	TB	1	1	TB	2	2	4	K	3	3	6	B	2	2	K	1	1	TB	**16**	K
13	R13	4	3	7	SB	3	3	B	3	3	6	B	3	3	6	B	3	3	B	3	3	B	**28**	B
14	R14	4	3	7	SB	3	3	B	3	3	6	B	3	3	6	B	3	3	B	3	3	B	**28**	B
15	R15	3	3	6	B	2	2	K	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**29**	B
16	R16	3	3	6	B	2	2	K	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**29**	B
17	R17	2	3	5	B	2	2	K	2	3	5	B	2	3	5	B	2	2	K	2	2	K	**21**	K
18	R18	2	3	5	B	2	2	K	2	3	5	B	2	3	5	B	2	2	K	2	2	K	**21**	K

19	R19	3	3	6	B	3	3	B	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**30**	B
20	R20	3	3	6	B	3	3	B	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**30**	B
21	R21	3	3	6	B	4	4	SB	4	4	8	SB	3	3	6	B	3	3	B	3	3	B	**24**	SB
22	R22	3	3	6	B	4	4	SB	4	4	8	SB	3	3	6	B	3	3	B	3	3	B	**25**	SB
23	R23	3	3	6	B	2	2	K	4	1	5	B	2	4	6	B	2	2	K	3	3	B	**29**	K
24	R24	3	3	6	B	3	3	B	4	1	5	B	2	4	6	B	2	2	K	3	3	B	**29**	B
25	R25	2	2	4	K	3	3	B	4	4	8	SB	4	4	8	SB	3	3	B	3	3	B	**31**	B
26	R26	2	2	4	K	3	3	B	4	4	8	SB	4	4	8	SB	3	3	B	3	3	B	**31**	B
27	R27	3	3	6	B	4	4	SB	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**30**	SB
28	R28	3	3	6	B	4	4	SB	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**30**	SB
29	R29	3	3	6	B	3	3	B	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**26**	B
30	R30	3	3	6	B	3	3	B	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**26**	B
31	R31	3	3	6	B	1	1	TB	4	2	6	B	3	4	7	SB	4	4	SB	2	2	K	**32**	B
32	R32	3	3	6	B	1	1	TB	4	2	6	B	3	4	7	SB	4	4	SB	2	2	K	**25**	B
33	R33	3	4	7	SB	3	3	B	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	4	4	SB	**14**	SB
34	R34	2	3	5	B	2	2	K	3	3	6	B	3	3	6	B	3	3	B	3	3	B	**30**	B
35	R35	1	1	2	TB	3	3	B	1	2	3	K	2	2	4	K	1	1	TB	1	1	TB	**30**	TB
36	R36	3	3	6	B	4	4	SB	3	4	7	SB	4	3	7	SB	3	3	B	3	3	B	**26**	SB
37	R37	3	3	6	B	3	3	B	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**26**	B
38	R38	3	3	6	B	1	1	TB	4	2	6	B	3	4	7	SB	4	4	SB	2	2	K	**21**	B
39	R39	3	3	6	B	1	1	TB	4	2	6	B	3	4	7	SB	4	4	SB	2	2	K	**33**	B
40	R40	2	3	5	B	2	2	K	2	3	5	B	2	3	5	B	2	2	K	2	2	K	**18**	K
41	R41	3	4	7	SB	3	3	B	4	4	8	SB	4	3	7	SB	4	4	SB	4	4	SB	**29**	SB
42	R42	2	2	4	K	2	2	K	1	4	5	B	1	4	5	B	1	1	TB	1	1	TB	**36**	K
43	R43	3	3	6	B	2	2	K	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**27**	B

44	R44	4	4	8	SB	4	4	SB	4	4	8	SB	4	4	8	SB	4	4	SB	4	4	SB	**20**	SB
45	R45	3	3	6	B	1	1	TB	4	4	8	SB	2	3	5	B	4	4	SB	3	3	B	**12**	B
46	R46	2	2	4	K	3	3	B	2	3	5	B	2	2	4	K	2	2	K	2	2	K	**16**	K
47	R47	1	2	3	K	1	1	TB	1	2	3	K	1	2	3	K	1	1	TB	1	1	TB	**28**	TB
48	R48	1	1	2	TB	1	1	TB	2	2	4	K	3	3	6	B	2	2	K	1	1	TB	**32**	K
49	R49	4	3	7	SB	3	3	B	3	3	6	B	3	3	6	B	3	3	B	3	3	B	**28**	B
50	R50	3	4	7	SB	3	3	B	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	4	4	SB	**29**	SB
51	R51	4	3	7	SB	3	3	B	3	3	6	B	3	3	6	B	3	3	B	3	3	B	**11**	B
52	R52	3	3	6	B	2	2	K	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**21**	B
53	R53	1	1	2	TB	1	1	TB	1	1	2	TB	1	3	4	K	1	1	TB	1	1	TB	**30**	TB
54	R54	2	3	5	B	2	2	K	2	3	5	B	2	3	5	B	2	2	K	2	2	K	**24**	K
55	R55	3	3	6	B	3	3	B	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**15**	B
56	R56	3	3	6	B	2	2	K	4	1	5	B	2	4	6	B	2	2	K	3	3	B	**25**	K
57	R57	1	2	3	K	3	3	B	1	2	3	K	2	2	4	K	1	1	TB	1	1	TB	**15**	TB
58	R58	3	3	6	B	3	3	B	4	1	5	B	2	4	6	B	2	2	K	3	3	B	**31**	B
59	R59	2	3	5	B	2	2	K	3	3	6	B	3	3	6	B	3	3	B	3	3	B	**26**	B
60	R60	3	3	6	B	4	4	SB	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**31**	SB
61	R61	3	3	6	B	1	1	TB	4	2	6	B	3	4	7	SB	4	4	SB	2	2	K	**26**	B
62	R62	2	3	5	B	2	2	K	2	3	5	B	2	3	5	B	2	2	K	2	2	K	**21**	K
63	R63	3	3	6	B	2	2	K	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**29**	B
64	R64	3	3	6	B	2	2	K	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**29**	B
65	R65	3	3	6	B	2	2	K	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**29**	B
66	R66	2	3	5	B	2	2	K	2	3	5	B	2	3	5	B	2	2	K	2	2	K	**21**	K
67	R67	2	2	4	K	2	2	K	1	4	5	B	1	1	2	TB	1	1	TB	1	1	TB	**15**	TB
68	R68	3	4	7	SB	3	3	B	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	4	4	SB	**32**	SB

69	R69	4	3	7	SB	3	3	B	3	3	6	B	3	3	6	B	3	3	B	3	3	B	**28**	B
70	R70	3	3	6	B	1	1	TB	4	2	6	B	3	4	7	SB	4	4	SB	2	2	K	**26**	B
71	R71	4	3	7	SB	3	3	B	3	3	6	B	3	3	6	B	3	3	B	4	4	SB	**29**	B
72	R72	1	1	2	TB	1	1	TB	2	2	4	K	3	2	5	B	2	2	K	1	1	TB	**15**	K
73	R73	3	3	6	B	3	3	B	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**30**	B
74	R74	3	3	6	B	4	4	SB	4	4	8	SB	3	3	6	B	3	3	B	3	3	B	**30**	SB
75	R75	3	4	7	SB	3	3	B	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	4	4	SB	**32**	SB
76	R76	3	3	6	B	4	4	SB	4	4	8	SB	3	3	6	B	3	3	B	3	3	B	**30**	SB
77	R77	1	2	3	K	1	1	TB	1	2	3	K	1	2	3	K	1	1	TB	1	1	TB	**12**	TB
78	R78	2	2	4	K	2	2	K	1	4	5	B	1	4	5	B	1	1	TB	1	1	TB	**18**	K
79	R79	2	2	4	K	3	3	B	4	4	8	SB	4	4	8	SB	3	3	B	3	3	B	**29**	B
80	R80	4	4	8	SB	4	4	SB	4	4	8	SB	4	4	8	SB	4	4	SB	4	4	SB	**36**	SB
81	R81	3	3	6	B	4	4	SB	4	4	8	SB	3	3	6	B	3	3	B	3	3	B	**30**	SB
82	R82	1	2	3	K	1	1	TB	1	2	3	K	1	2	3	K	1	1	TB	2	2	K	**13**	TB
83	R83	3	3	6	B	4	4	SB	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**31**	SB
84	R84	3	3	6	B	4	4	SB	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**31**	SB
85	R85	3	3	6	B	4	4	SB	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**31**	SB
86	R86	2	2	4	K	3	3	B	2	3	5	B	2	2	4	K	2	2	K	2	2	K	**20**	K
87	R87	3	3	6	B	3	3	B	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**30**	B
88	R88	3	3	6	B	3	3	B	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**30**	B
89	R89	3	3	6	B	4	4	SB	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**31**	B
90	R90	3	3	6	B	4	4	SB	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**31**	SB
91	R91	4	4	8	SB	4	4	SB	4	4	8	SB	4	4	8	SB	4	4	SB	4	4	SB	**36**	SB
92	R92	2	3	5	B	2	2	K	2	3	5	B	2	3	5	B	2	2	K	2	2	K	**21**	K
93	R93	3	3	6	B	4	4	SB	4	4	8	SB	3	4	7	SB	3	3	B	3	3	B	**31**	SB

Total	2426	

Data hasil Penelitian Variabel Pelayanan (X2)

No.	No. Resp	No. Angket																								Skor	Ket
		14	15	16	∑	ket	17	18	19	∑	ket	20	21	∑	ket	22	23	24	∑	ket	25	26	27	∑	ket		
1	R01	1	2	2	5	K	2	1	3	6	K	1	1	2	TB	2	1	1	4	TB	1	1	2	4	TB	21	TB
2	R02	3	4	4	11	SB	4	3	3	10	B	4	4	8	SB	4	4	4	12	SB	4	1	4	9	B	50	SB
3	R03	2	3	3	8	B	3	3	3	9	B	3	3	6	B	2	3	2	7	K	2	2	2	6	K	36	B
4	R04	3	4	4	11	SB	4	3	3	10	B	4	4	8	SB	4	4	4	12	SB	4	1	4	9	B	50	SB
5	R05	4	4	3	11	SB	4	3	4	11	SB	4	4	8	SB	4	4	4	12	SB	4	4	4	12	SB	54	SB
6	R06	4	4	4	12	SB	4	4	4	12	SB	4	3	7	B	4	4	4	12	SB	4	4	4	12	SB	55	SB
7	R07	3	4	3	10	B	3	3	3	9	B	3	3	6	B	4	4	3	11	SB	4	3	4	11	SB	47	SB
8	R08	1	2	4	7	K	2	1	3	6	K	2	1	3	TB	2	4	1	7	K	2	1	1	4	TB	27	K
9	R09	2	2	1	5	K	3	1	2	6	K	2	1	3	TB	2	2	2	6	K	2	1	2	5	K	25	K
10	R10	4	4	4	12	SB	4	4	4	12	SB	4	4	8	SB	4	4	4	12	SB	4	1	4	9	B	53	SB
11	R11	2	4	1	7	K	4	2	3	9	B	3	1	4	K	4	4	2	10	B	4	4	3	11	SB	41	B
12	R12	2	2	1	5	K	2	1	3	6	K	3	2	5	K	3	3	1	7	K	2	2	3	7	K	30	K
13	R13	3	3	2	8	B	4	4	3	11	SB	3	1	4	K	2	4	3	9	B	3	3	3	9	B	41	B
14	R14	3	3	2	8	B	4	4	3	11	SB	3	1	4	K	2	4	3	9	B	3	3	3	9	B	41	B
15	R15	3	4	3	10	B	3	3	3	9	B	3	1	4	K	2	4	3	9	B	3	3	3	9	B	41	B
16	R16	3	4	3	10	B	3	3	3	9	B	3	1	4	K	2	4	3	9	B	3	3	3	9	B	41	B
17	R17	3	4	3	10	B	3	2	3	8	B	2	3	5	K	4	3	2	9	B	2	3	3	8	B	40	B
18	R18	3	4	3	10	B	3	2	3	8	B	2	3	5	K	4	3	2	9	B	2	3	3	8	B	40	B
19	R19	4	4	3	11	SB	3	2	3	8	B	2	1	3	TB	4	3	3	10	B	2	1	4	7	K	39	B
20	R20	4	4	3	11	SB	3	2	3	8	B	2	1	3	TB	4	3	3	10	B	2	1	4	7	K	39	B
21	R21	4	4	4	12	SB	4	4	4	12	SB	4	4	8	SB	4	4	4	12	SB	4	1	4	9	B	53	SB
22	R22	4	4	4	12	SB	4	4	4	12	SB	4	4	8	SB	4	4	4	12	SB	4	1	4	9	B	53	SB

23	R23	3	1	2	6	K	3	4	2	9	B	3	3	6	B	4	4	3	11	SB	3	1	4	8	B	40	B
24	R24	3	1	2	6	K	3	4	3	10	B	3	3	6	B	4	4	3	11	SB	3	1	4	8	B	41	B
25	R25	3	4	3	10	B	3	3	3	9	B	2	1	3	TB	4	4	3	11	SB	4	3	4	11	SB	44	B
26	R26	3	4	3	10	B	3	3	3	9	B	2	1	3	TB	4	4	3	11	SB	4	3	4	11	SB	44	B
27	R27	4	4	3	11	SB	4	3	4	11	SB	4	3	7	B	4	4	4	12	SB	4	4	4	12	SB	53	SB
28	R28	4	4	3	11	SB	4	3	4	11	SB	4	3	7	B	4	4	4	12	SB	4	4	4	12	SB	53	SB
29	R29	3	4	4	11	SB	4	3	3	10	B	4	3	7	B	4	4	4	12	SB	4	1	4	9	B	49	SB
30	R30	3	4	4	11	SB	4	3	3	10	B	4	3	7	B	4	4	4	12	SB	4	1	4	9	B	49	SB
31	R31	3	4	3	10	B	4	2	3	9	B	2	3	5	K	4	2	3	9	B	4	3	1	8	B	41	B
32	R32	3	4	3	10	B	4	3	3	10	B	2	3	5	K	4	2	3	9	B	4	3	1	8	B	42	B
33	R33	2	4	1	7	K	4	2	3	9	B	3	1	4	K	4	4	2	10	B	4	4	3	11	SB	41	B
34	R34	3	3	3	9	B	4	3	4	11	SB	4	3	7	B	4	3	3	10	B	3	4	4	11	SB	48	SB
35	R35	1	2	1	4	TB	1	1	3	5	K	1	1	2	TB	2	2	2	6	K	4	1	2	7	K	24	TB
36	R36	4	4	4	12	SB	4	4	4	12	SB	4	4	8	SB	4	4	3	11	SB	4	1	4	9	B	52	SB
37	R37	4	4	3	11	SB	3	2	3	8	B	2	4	6	B	4	3	3	10	B	2	1	4	7	K	42	B
38	R38	3	4	3	10	B	4	2	3	9	B	2	2	4	K	4	2	3	9	B	4	3	1	8	B	40	B
39	R39	3	4	3	10	B	4	2	3	9	B	2	2	4	K	4	2	3	9	B	4	3	1	8	B	40	B
40	R40	3	4	3	10	B	3	2	3	8	B	2	4	6	B	4	3	2	9	B	2	3	3	8	B	41	B
41	R41	2	4	1	7	K	4	2	3	9	B	3	2	5	K	4	4	2	10	B	4	4	3	11	SB	42	B
42	R42	1	2	4	7	K	2	1	3	6	K	2	1	3	TB	2	4	1	7	K	2	1	1	4	TB	27	K
43	R43	3	4	3	10	B	3	3	3	9	B	3	3	6	B	2	4	3	9	B	3	3	3	9	B	43	B
44	R44	4	4	4	12	SB	4	1	4	9	B	2	4	6	B	4	4	4	12	SB	4	4	4	12	SB	51	SB
45	R45	3	4	3	10	B	4	2	3	9	B	2	2	4	K	4	2	3	9	B	4	3	1	8	B	40	B
46	R46	2	3	3	8	B	3	3	3	9	B	2	2	4	K	2	3	2	7	K	2	2	2	6	K	34	K
47	R47	2	2	1	5	K	3	1	2	6	K	2	1	3	TB	2	2	2	6	K	2	1	2	5	K	25	K

48	R48	2	2	1	5	K	2	1	3	6	K	3	1	4	K	3	3	1	7	K	2	2	3	7	K	29	K
49	R49	3	3	2	8	B	4	4	3	11	SB	3	4	7	B	2	4	3	9	B	3	3	3	9	B	44	B
50	R50	2	4	1	7	K	4	2	3	9	B	3	2	5	K	4	4	2	10	B	4	4	3	11	SB	42	B
51	R51	3	3	2	8	B	4	4	3	11	SB	3	4	7	B	2	4	3	9	B	3	3	3	9	B	44	B
52	R52	3	4	3	10	B	3	3	3	9	B	3	3	6	B	2	4	3	9	B	3	3	3	9	B	43	B
53	R53	1	2	2	5	K	2	2	1	5	K	3	1	4	K	1	2	1	4	TB	1	1	2	4	TB	22	TB
54	R54	3	4	3	10	B	3	2	3	8	B	2	4	6	B	4	3	2	9	B	2	3	3	8	B	41	B
55	R55	4	4	3	11	SB	3	2	3	8	B	2	4	6	B	4	3	3	10	B	2	1	4	7	K	42	B
56	R56	3	1	2	6	K	3	4	2	9	B	3	4	7	B	4	4	3	11	SB	3	1	4	8	B	41	B
57	R57	1	2	1	4	TB	1	1	3	5	K	1	1	2	TB	2	2	2	6	K	4	1	2	7	K	24	TB
58	R58	3	1	2	6	K	3	4	2	9	B	3	4	7	B	4	4	3	11	SB	3	1	4	8	B	41	B
59	R59	3	3	3	9	B	4	3	4	11	SB	4	4	8	SB	4	3	3	10	B	3	4	4	11	SB	49	SB
60	R60	4	4	3	11	SB	4	3	4	11	SB	4	4	8	SB	4	4	4	12	SB	4	4	4	12	SB	54	SB
61	R61	3	4	3	10	B	4	2	3	9	B	3	2	5	K	4	2	2	8	B	4	3	1	8	B	40	B
62	R62	3	4	3	10	B	3	2	3	8	B	3	4	7	B	4	3	2	9	B	2	3	3	8	B	42	B
63	R63	3	4	3	10	B	3	3	3	9	B	3	3	6	B	1	4	3	8	B	3	3	3	9	B	42	B
64	R64	3	4	3	10	B	3	3	3	9	B	3	3	6	B	2	4	3	9	B	3	3	3	9	B	43	B
65	R65	3	4	3	10	B	3	3	3	9	B	3	3	6	B	2	4	3	9	B	3	3	3	9	B	43	B
66	R66	3	4	3	10	B	3	2	3	8	B	2	4	6	B	4	3	2	9	B	2	3	3	8	B	41	B
67	R67	1	2	4	7	K	2	1	3	6	K	2	1	3	TB	2	4	1	7	K	2	1	1	4	TB	27	K
68	R68	2	4	1	7	K	4	2	3	9	B	3	2	5	K	4	4	2	10	B	4	4	3	11	SB	42	B
69	R69	3	3	2	8	B	4	4	3	11	SB	3	4	7	B	2	4	3	9	B	3	3	3	9	B	44	B
70	R70	3	4	3	10	B	4	2	3	9	B	2	2	4	K	4	2	3	9	B	4	3	1	8	B	40	B
71	R71	3	3	2	8	B	4	4	3	11	SB	3	4	7	B	2	4	3	9	B	3	3	3	9	B	44	B
72	R72	2	2	1	5	K	2	1	3	6	K	3	1	4	K	3	3	1	7	K	2	2	3	7	K	29	K

73	R73	4	4	3	11	SB	3	2	3	8	B	2	4	6	B	4	3	3	10	B	3	1	4	8	B	43	B
74	R74	4	4	4	12	SB	4	4	4	12	SB	4	4	8	SB	4	4	3	11	SB	4	1	4	9	B	52	SB
75	R75	2	4	1	7	K	4	2	3	9	B	3	2	5	K	4	4	2	10	B	4	4	3	11	SB	42	B
76	R76	4	4	4	12	SB	4	4	4	12	SB	4	4	8	SB	4	4	4	12	SB	4	1	4	9	B	53	SB
77	R77	2	2	1	5	K	3	1	2	6	K	2	1	3	TB	2	2	2	6	K	2	1	2	5	K	25	K
78	R78	1	2	4	7	K	2	1	3	6	K	2	1	3	TB	2	4	1	7	K	2	1	1	4	TB	27	K
79	R79	3	4	3	10	B	3	3	3	9	B	3	2	5	K	3	4	4	11	SB	3	4	3	10	B	45	B
80	R80	4	4	4	12	SB	4	4	4	12	SB	2	4	6	B	4	4	4	12	SB	4	4	4	12	SB	54	SB
81	R81	4	4	4	12	SB	4	4	4	12	SB	4	4	8	SB	4	4	4	12	SB	4	3	4	11	SB	55	SB
82	R82	2	2	1	5	K	3	1	2	6	K	2	1	3	TB	2	2	2	6	K	2	1	2	5	K	25	K
83	R83	4	4	3	11	SB	4	3	4	11	SB	4	4	8	SB	3	4	4	11	SB	4	4	4	12	SB	53	SB
84	R84	4	4	3	11	SB	4	3	4	11	SB	4	4	8	SB	3	4	4	11	SB	4	4	4	12	SB	53	SB
85	R85	4	4	3	11	SB	4	3	4	11	SB	4	4	8	SB	3	4	4	11	SB	4	4	4	12	SB	53	SB
86	R86	2	3	3	8	B	3	3	3	9	B	2	2	4	K	2	3	2	7	K	2	2	2	6	K	34	K
87	R87	3	4	3	10	B	3	2	3	8	B	2	4	6	B	1	4	3	8	B	2	1	4	7	K	39	B
88	R88	4	4	3	11	SB	3	2	3	8	B	2	4	6	B	4	3	3	10	B	2	1	4	7	K	42	B
89	R89	4	4	3	11	SB	4	3	4	11	SB	4	4	8	SB	3	4	4	11	SB	4	4	4	12	SB	53	SB
90	R90	4	4	3	11	SB	4	3	4	11	SB	4	4	8	SB	3	4	4	11	SB	4	4	4	12	SB	53	SB
91	R91	4	4	4	12	SB	4	1	4	9	B	2	4	6	B	4	4	4	12	SB	4	4	4	12	SB	51	SB
92	R92	3	4	3	10	B	3	2	3	8	B	2	4	6	B	4	3	2	9	B	2	3	3	8	B	41	B
93	R93	4	4	3	11	SB	4	3	4	11	SB	4	4	8	SB	3	4	4	11	SB	4	4	4	12	SB	53	SB
Total																										3902	

Data hasil Penelitian Variabel Kepuasan Anggota (*intervening*)

No.	No. Resp	No. Angket								Skor	Ket
		31	32	∑	ket	33	34	∑	ket		
1	R01	1	1	2	TT	1	2	3	TT	5	TT
2	R02	1	3	4	K	1	4	5	K	9	K
3	R03	2	2	4	K	2	2	4	K	8	K
4	R04	1	3	4	K	1	4	5	K	9	K
5	R05	1	3	4	K	2	2	4	K	8	T
6	R06	3	3	6	T	4	4	8	ST	14	ST
7	R07	1	2	3	TT	2	4	6	T	9	K
8	R08	3	4	7	T	4	4	8	ST	15	ST
9	R09	1	1	2	TT	1	1	2	TT	4	TT
10	R10	1	2	3	TT	1	4	5	K	8	TT
11	R11	1	3	4	K	1	4	5	K	9	K
12	R12	2	1	3	TT	2	1	3	TT	6	TT
13	R13	1	3	4	K	2	2	4	K	8	K
14	R14	2	3	5	K	1	1	2	TT	7	K
15	R15	2	3	5	K	2	2	4	K	9	K
16	R16	1	3	4	K	2	2	4	K	8	K
17	R17	4	3	7	T	2	2	4	K	11	T
18	R18	4	3	7	T	2	2	4	K	11	T
19	R19	2	3	5	K	1	2	3	TT	8	K
20	R20	2	3	5	K	1	2	3	TT	8	K
21	R21	4	4	8	ST	3	4	7	T	15	T
22	R22	4	4	8	ST	1	4	5	K	13	K
23	R23	1	3	4	K	2	2	4	K	8	K
24	R24	1	3	4	K	2	2	4	K	8	K
25	R25	2	2	4	K	2	4	6	T	10	K
26	R26	2	2	4	K	2	4	6	T	10	K
27	R27	3	3	6	T	2	2	4	K	10	T
28	R28	3	3	6	T	2	2	4	K	10	T
29	R29	1	3	4	K	1	4	5	K	9	K
30	R30	2	3	5	K	1	4	5	K	14	K
31	R31	3	2	5	K	2	3	5	K	4	T
32	R32	3	2	5	K	2	3	5	K	13	T

33	R33	1	3	4	K	1	4	5	K	9	K
34	R34	2	4	6	T	4	4	8	ST	14	ST
35	R35	1	1	2	TT	1	1	2	TT	4	TT
36	R36	4	4	8	ST	1	4	5	K	13	K
37	R37	2	3	5	K	1	2	3	TT	8	K
38	R38	3	2	5	K	2	3	5	K	10	T
39	R39	4	3	7	T	2	3	5	K	12	T
40	R40	4	3	7	T	2	2	4	K	11	T
41	R41	3	3	6	T	1	4	5	K	11	K
42	R42	2	4	6	T	4	4	8	ST	14	T
43	R43	1	3	4	K	2	2	4	K	8	K
44	R44	3	3	6	T	4	4	8	ST	14	ST
45	R45	3	2	5	K	2	3	5	K	10	T
46	R46	2	2	4	K	2	2	4	K	8	K
47	R47	1	1	2	TT	1	1	2	TT	4	TT
48	R48	1	1	2	TT	2	1	3	TT	5	TT
49	R49	1	3	4	K	2	2	4	K	8	K
50	R50	1	3	4	K	1	4	5	K	9	K
51	R51	1	3	4	K	1	1	2	TT	6	K
52	R52	1	3	4	K	2	2	4	K	8	K
53	R53	1	1	2	TT	1	2	3	TT	5	TT
54	R54	3	3	6	T	2	2	4	K	10	T
55	R55	2	3	5	K	1	2	3	TT	8	K
56	R56	1	3	4	K	2	2	4	K	8	K
57	R57	1	1	2	TT	1	1	2	TT	4	TT
58	R58	1	3	4	K	2	2	4	K	8	K
59	R59	2	4	6	T	4	4	8	ST	14	ST
60	R60	1	3	4	K	2	2	4	K	8	T
61	R61	3	2	5	K	2	3	5	K	10	T
62	R62	4	3	7	T	2	2	4	K	11	T
63	R63	3	3	6	T	2	2	4	K	10	K
64	R64	1	3	4	K	2	2	4	K	8	K
65	R65	1	3	4	K	2	2	4	K	8	K
66	R66	4	3	7	T	2	2	4	K	11	T
67	R67	2	4	6	T	4	4	8	ST	14	T
68	R68	3	3	6	T	1	4	5	K	11	K
69	R69	1	3	4	K	1	1	2	TT	6	K

70	R70	3	2	5	K	2	3	5	K	10	T
71	R71	1	3	4	K	2	2	4	K	8	K
72	R72	1	1	2	TT	2	1	3	TT	5	TT
73	R73	2	2	4	K	1	2	3	TT	7	K
74	R74	4	4	8	ST	1	4	5	K	13	K
75	R75	1	3	4	K	1	4	5	K	9	K
76	R76	1	2	3	TT	1	4	5	K	8	TT
77	R77	1	1	2	TT	1	1	2	TT	4	TT
78	R78	2	4	6	T	4	4	8	ST	14	T
79	R79	1	2	3	TT	2	4	6	T	9	K
80	R80	3	3	6	T	4	4	8	ST	14	ST
81	R81	4	4	8	ST	1	4	5	K	13	K
82	R82	1	1	2	TT	1	1	2	TT	4	TT
83	R83	1	3	4	K	2	2	4	K	8	T
84	R84	1	3	4	K	2	2	4	K	8	T
85	R85	1	3	4	K	2	2	4	K	8	T
86	R86	2	2	4	K	2	2	4	K	8	K
87	R87	2	3	5	K	1	2	3	TT	8	K
88	R88	2	3	5	K	1	2	3	TT	8	K
89	R89	1	3	4	K	2	2	4	K	8	T
90	R90	1	3	4	K	2	2	4	K	8	T
91	R91	3	3	6	T	4	4	8	ST	14	ST
92	R92	4	3	7	T	2	2	4	K	11	T
93	R93	1	3	4	K	2	2	4	K	8	T
Total										852	

Data hasil Penelitian Variabel Loyalitas Anggota (*Y*)

No.	No. Resp	No. Angket												Skor	Ket
		35	36	∑	ket	37	38	∑	ket	39	40	∑	ket		
1	R01	1	2	3	TT	1	1	2	TT	1	1	2	TT	7	TT
2	R02	2	2	4	K	1	2	3	TT	3	2	5	K	12	K
3	R03	2	4	6	T	3	2	5	K	3	3	6	T	17	T
4	R04	2	2	4	K	1	2	3	TT	3	2	5	K	12	K
5	R05	2	3	5	K	3	3	6	T	2	2	4	K	15	K
6	R06	4	3	7	T	4	4	8	ST	4	4	8	ST	23	ST
7	R07	2	4	6	T	3	1	4	K	1	1	2	TT	12	K
8	R08	4	4	8	ST	4	4	8	ST	4	4	8	ST	24	ST
9	R09	1	2	3	TT	2	2	4	K	2	2	4	K	11	K
10	R10	1	1	2	TT	1	1	2	TT	1	1	2	TT	6	TT
11	R11	2	1	3	TT	4	2	6	T	2	1	3	TT	12	K
12	R12	1	2	3	TT	2	3	5	K	2	2	4	K	12	K
13	R13	2	2	4	K	3	2	5	K	1	1	2	TT	11	K
14	R14	1	1	2	TT	1	1	2	TT	4	4	8	ST	12	K
15	R15	2	2	4	K	3	2	5	K	1	1	2	TT	11	K
16	R16	2	2	4	K	3	2	5	K	1	1	2	TT	11	K
17	R17	3	3	6	T	2	3	5	K	3	2	5	K	16	T
18	R18	3	3	6	T	2	3	5	K	3	2	5	K	16	T
19	R19	2	4	6	T	3	2	5	K	1	1	2	TT	13	K
20	R20	2	4	6	T	3	2	5	K	1	1	2	TT	13	K
21	R21	1	1	2	TT	1	1	2	TT	1	1	2	TT	6	TT
22	R22	1	1	2	TT	1	1	2	TT	1	1	2	TT	6	TT
23	R23	2	2	4	K	1	1	2	TT	2	2	4	K	10	TT
24	R24	2	2	4	K	1	1	2	TT	2	2	4	K	10	TT
25	R25	2	4	6	T	3	1	4	K	1	1	2	TT	12	K
26	R26	2	4	6	T	3	1	4	K	1	1	2	TT	12	K
27	R27	2	3	5	K	3	3	6	T	2	2	4	K	15	K
28	R28	2	3	5	K	3	3	6	T	2	2	4	K	15	K
29	R29	2	2	4	K	1	2	3	TT	3	2	5	K	12	K
30	R30	2	2	4	K	1	2	3	TT	3	2	5	K	12	K
31	R31	4	4	8	ST	3	4	7	T	4	4	8	ST	23	ST
32	R32	4	4	8	ST	2	4	6	T	4	4	8	ST	22	ST

33	R33	2	1	3	TT	4	2	6	T	2	1	3	TT	12	K
34	R34	3	4	7	T	4	3	7	T	1	1	2	TT	16	T
35	R35	2	1	3	TT	1	1	2	TT	3	3	6	T	11	K
36	R36	1	1	2	TT	1	4	5	K	1	1	2	TT	9	TT
37	R37	2	4	6	T	3	2	5	K	1	1	2	TT	13	K
38	R38	4	4	8	ST	2	4	6	T	4	4	8	ST	22	ST
39	R39	4	4	8	ST	2	4	6	T	4	4	8	ST	22	ST
40	R40	3	3	6	T	2	3	5	K	3	2	5	K	16	T
41	R41	2	1	3	TT	4	2	6	T	2	1	3	TT	12	K
42	R42	4	4	8	ST	4	4	8	ST	4	4	8	ST	24	ST
43	R43	2	2	4	K	3	2	5	K	1	1	2	TT	11	K
44	R44	4	3	7	T	4	4	8	ST	4	4	8	ST	23	ST
45	R45	4	4	8	ST	2	4	6	T	4	4	8	ST	22	ST
46	R46	2	4	6	T	3	2	5	K	3	3	6	T	17	T
47	R47	1	2	3	TT	2	2	4	K	2	1	3	TT	10	TT
48	R48	1	2	3	TT	2	3	5	K	2	2	4	K	12	K
49	R49	2	2	4	K	3	2	5	K	1	1	2	TT	11	K
50	R50	2	1	3	TT	4	2	6	T	2	1	3	TT	12	K
51	R51	1	1	2	TT	1	1	2	TT	4	4	8	ST	12	K
52	R52	2	2	4	K	3	2	5	K	1	1	2	TT	11	K
53	R53	1	2	3	TT	1	1	2	TT	1	1	2	TT	7	TT
54	R54	3	3	6	T	2	3	5	K	3	2	5	K	16	T
55	R55	2	4	6	T	3	2	5	K	1	1	2	TT	13	K
56	R56	2	2	4	K	1	1	2	TT	2	2	4	K	10	TT
57	R57	2	1	3	TT	1	1	2	TT	3	3	6	T	11	K
58	R58	2	2	4	K	1	1	2	TT	2	2	4	K	10	TT
59	R59	3	4	7	T	4	3	7	T	1	1	2	TT	16	T
60	R60	2	3	5	K	3	3	6	T	2	2	4	K	15	K
61	R61	4	4	8	ST	2	4	6	T	4	4	8	ST	22	ST
62	R62	3	3	6	T	2	3	5	K	3	2	5	K	16	T
63	R63	2	2	4	K	3	2	5	K	1	1	2	TT	11	K
64	R64	2	2	4	K	3	2	5	K	1	1	2	TT	11	K
65	R65	2	2	4	K	3	2	5	K	1	1	2	TT	11	K
66	R66	3	3	6	T	2	3	5	K	3	2	5	K	16	T
67	R67	4	4	8	ST	4	4	8	ST	4	4	8	ST	24	ST
68	R68	2	1	3	TT	4	2	6	T	2	1	3	TT	12	K
69	R69	1	1	2	TT	1	1	2	TT	4	4	8	ST	12	K

70	R70	4	4	8	ST	2	4	6	T	4	4	8	ST	22	ST
71	R71	2	2	4	K	3	2	5	K	1	1	2	TT	11	K
72	R72	1	2	3	TT	2	3	5	K	2	2	4	K	12	K
73	R73	2	4	6	T	3	2	5	K	1	1	2	TT	13	K
74	R74	1	1	2	TT	1	4	5	K	1	1	2	TT	9	TT
75	R75	2	1	3	TT	4	2	6	T	2	1	3	TT	12	K
76	R76	1	1	2	TT	1	1	2	TT	1	1	2	TT	6	TT
77	R77	1	2	3	TT	2	2	4	K	2	2	4	K	11	K
78	R78	4	4	8	ST	4	4	8	ST	4	4	8	ST	24	ST
79	R79	2	4	6	T	3	1	4	K	1	1	2	TT	12	K
80	R80	4	3	7	T	4	4	8	ST	4	4	8	ST	23	ST
81	R81	1	1	2	TT	1	1	2	TT	1	1	2	TT	6	TT
82	R82	1	2	3	TT	2	2	4	K	2	1	3	TT	10	TT
83	R83	2	3	5	K	3	3	6	T	2	2	4	K	15	K
84	R84	2	3	5	K	3	3	6	T	2	2	4	K	15	K
85	R85	2	3	5	K	3	3	6	T	2	2	4	K	15	K
86	R86	2	4	6	T	3	2	5	K	3	3	6	T	17	T
87	R87	2	4	6	T	3	2	5	K	1	1	2	TT	13	K
88	R88	2	4	6	T	3	2	5	K	1	1	2	TT	13	K
89	R89	2	3	5	K	3	3	6	T	2	2	4	K	15	K
90	R90	2	3	5	K	3	3	6	T	2	2	4	K	15	K
91	R91	4	3	7	T	4	4	8	ST	4	4	8	ST	23	ST
92	R92	3	2	5	K	3	3	6	T	3	2	5	K	16	T
93	R93	2	3	5	K	3	3	6	T	2	2	4	K	15	K
Total														1295	

Lampiran 10

PENENTUAN ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL

1. Variabel Kualitas Produk (X_1)

Output SPSS Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00001	93	11.00	36.00	25.9462	6.43254
Valid N (listwise)	93				

1. Nilai maksimal = 4 x 9 = 36
2. Nilai minimal = 1 x 9 = 9
3. Rentang = 36 - 9 = 27

   Jadi jangkauannya 36 – 9 = 27. Berarti dari nilai 9 sampai dengan 36 terdapat 28 bilangan.

4. Interval = 28/4 = 7

No	Interval	Frekuensi	Kriteria
1.	31 – 37	25	Sangat Baik
2.	24 – 30	41	Baik
3.	17 – 23	18	Kurang Baik
4.	10 – 16	9	Tidak Baik
Jumlah		93	

1.1 Indikator Kinerja

1 Nilai maksimal = 4 x 2 = 8

2 Nilai minimal = 1 x 2 = 2

3 Rentang = 8 – 2 = 6

Jadi jangkauannya 8 – 2 = 6. Berarti dari nilai 2 sampai dengan 8 terdapat 7 bilangan

4 Interval = 7/4 = 1,75 dibulatkan keatas menjadi = 2

No	Interval	Frekuensi	Kriteria
1.	7 – 8	16	Sangat Baik
2.	5 – 6	55	Baik
3.	3 – 4	16	Kurang Baik
4.	1 – 2	6	Tidak Baik
Jumlah		93	

1.2 Indikator Keragaman

5. Nilai maksimal = 4 x 1 = 4

6. Nilai minimal = 1 x 1 = 1

7. Rentang = 4 – 1 = 3

Jadi jangkauannya 4 – 1 = 3. Berarti dari nilai 1 sampai dengan 4 terdapat 4 bilangan

8. Interval = 4/4 = 1

No	Interval	Frekuensi	Kriteria
1.	4	21	Sangat Baik
2.	3	34	Baik
3.	2	22	Kurang Baik
4.	1	16	Tidak Baik
Jumlah		93	

1.3 Indikator Keandalan

5. Nilai maksimal = 4 x 2 = 8
6. Nilai minimal = 1 x 2 = 2
7. Rentang = 8 – 2 = 6

Jadi jangkauannya 8 – 2 = 6. Berarti dari nilai 2 sampai dengan 8 terdapat 7 bilangan

8. Interval = 7/4 = 1,75 dibulatkan keatas menjadi = 2

No	Interval	Frekuensi	Kriteria
1.	7 – 8	49	Sangat Baik
2.	5 – 6	32	Baik
3.	3 – 4	10	Kurang Baik
4.	1 – 2	2	Tidak Baik
Jumlah		93	

1.4 Indikator Konformasi

5. Nilai maksimal = 4 x 2 = 8
6. Nilai minimal = 1 x 2 = 2

7. Rentang = 8 – 2 = 6

Jadi jangkauannya 8 – 2 = 6. Berarti dari nilai 2 sampai dengan 8 terdapat 7 bilangan

8. Interval = 7/4 = 1,75 dibulatkan keatas menjadi = 2

No	Interval	Frekuensi	Kriteria
1.	7 – 8	49	Sangat Baik
2.	5 – 6	32	Baik
3.	3 – 4	11	Kurang Baik
4.	1 – 2	1	Tidak Baik
Jumlah		93	

1.5 Indikator Daya Tahan

5. Nilai maksimal = 4 x 1 = 4
6. Nilai minimal = 1 x 1 = 1
7. Rentang = 4 – 1 = 3

   Jadi jangkauannya 4 – 1 = 3. Berarti dari nilai 1 sampai dengan 4 terdapat 4 bilangan

8. Interval = 4/4 = 1

No	Interval	Frekuensi	Kriteria
1.	4	12	Sangat Baik
2.	3	52	Baik
3.	2	17	Kurang Baik
4.	1	12	Tidak Baik
Jumlah		93	

1.7 Indikator Estetika

5. Nilai maksimal = 4 x 1 = 4
6. Nilai minimal = 1 x 1 = 1
7. Rentang = 4 – 1 = 3

   Jadi jangkauannya 4 – 1 = 3. Berarti dari nilai 1 sampai dengan 4 terdapat 4 bilangan
8. Interval = 4/4 = 1

No	Interval	Frekuensi	Kriteria
1.	4	11	Sangat Baik
2.	3	51	Baik
3.	2	17	Kurang Baik
4.	1	14	Tidak Baik
Jumlah		93	

2. Variabel Pelayanan (X_2)

Output SPSS Analisis Deskriptif Pelayanan (X_2)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pelayanan	93	21.00	55.00	41.9570	8.85992
Valid N (listwise)	93				

1. Nilai maksimal = 4 x 14 = 56
2. Nilai minimal = 1 x 14 = 14

3. Rentang = 56 - 14 = 42

   Jadi jangkauannya 56 – 14 = 42. Berarti dari nilai 14 sampai dengan 56 terdapat 43 bilangan.

4. Interval = 43/4 = 10,75 dibulatkan ke atas menjadi = 11

No.	Interval	Frekuensi	Kriteria
1	47 – 57	28	Sangat Baik
2	36 – 46	48	Baik
3	25 – 35	13	Kurang Baik
4	14 – 24	4	Tidak Baik
	Jumlah	93	

2.1 Indikator Bukti Langsung

5. Nilai maksimal = 4 x 3 = 12
6. Nilai minimal = 1 x 3 = 3
7. Rentang = 12 – 3 = 9

   Jadi jangkauannya 12 – 3 = 9. Berarti dari nilai 3 sampai dengan 12 terdapat 10 bilangan

8. Interval = 10/4 = 2,5 dibulatkan keatas menjadi = 3

No	Interval	Frekuensi	Kriteria
1.	11 – 13	31	Sangat Baik
2.	8 – 10	37	Baik
3.	5 – 7	23	Kurang Baik
4.	2 – 4	2	Tidak Baik
Jumlah		93	

2.2 Indikator Keandalan

5. Nilai maksimal = 4 x 3 = 12
6. Nilai minimal = 1 x 3 = 3
7. Rentang = 12 – 3 = 9

   Jadi jangkauannya 12 – 3 = 9. Berarti dari nilai 3 sampai dengan 12 terdapat 10 bilangan

8. Interval = 10/4 = 2,5 dibulatkan keatas menjadi = 3

No	Interval	Frekuensi	Kriteria
1.	11 – 13	27	Sangat Baik
2.	8 – 10	51	Baik
3.	5 – 7	15	Kurang Baik
4.	2 – 4	0	Tidak Baik
Jumlah		93	

2.3 Indikator Daya Tanggap

5. Nilai maksimal = 4 x 2 = 8
6. Nilai minimal = 1 x 2 = 2
7. Rentang = 8 – 2 = 6

   Jadi jangkauannya 8 – 2 = 6. Berarti dari nilai 2 sampai dengan 8 terdapat 7 bilangan

8. Interval = 7/4 = 1, 75 dibulatkan keatas menjadi = 2

No	Interval	Frekuensi	Kriteria
1.	8 – 9	18	Sangat Baik
2.	6 – 7	34	Baik
3.	4 – 5	26	Kurang Baik
4.	2 – 3	15	Tidak Baik
Jumlah		93	

2.4 Indikator Jaminan

5. Nilai maksimal = 4 x 3 = 12
6. Nilai minimal = 1 x 3 = 3
7. Rentang = 12 – 3 = 9

   Jadi jangkauannya 12 – 3 = 9. Berarti dari nilai 3 sampai dengan 12 terdapat 10 bilangan

8. Interval = 10/4 = 2,5 dibulatkan keatas menjadi = 3

No	Interval	Frekuensi	Kriteria
1.	11 – 13	33	Sangat Baik
2.	8 – 10	42	Baik
3.	5 – 7	16	Kurang Baik
4.	2 – 4	2	Tidak Baik
Jumlah		93	

2.5 Indikator Empati

5. Nilai maksimal = 4 x 3 = 12
6. Nilai minimal = 1 x 3 = 3
7. Rentang = 12 – 3 = 9

   Jadi jangkauannya 12 – 3 = 9. Berarti dari nilai 3 sampai dengan 12 terdapat 10 bilangan

8. Interval = 10/4 = 2,5 dibulatkan keatas menjadi = 3

No	Interval	Frekuensi	Kriteria

1. 2. 3. 4.	11 – 13 8 – 10 5 – 7 2 – 4	26 43 18 6	Sangat Baik Baik Kurang Baik Tidak Baik
Jumlah		93	

3. Variabel Kepuasan Anggota (Variabel *Intervening*)

Output SPSS Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00001	93	3.00	16.00	8.1290	1.60316
Valid N (listwise)	93				

1. Nilai maksimal = 4 x 7 = 28

2. Nilai minimal = 1 x 7 = 7

3. Rentang = 28 – 7 = 21

Jadi jangkauannya 28 – 7 = 21. Berarti dari nilai 7 sampai dengan 28 terdapat 22 bilangan.

4. Interval = 22/4 = 5, 5 dibulatkan ke atas menjadi = 6

No.	Interval	Frekuensi	Kriteria
1	14 – 17	7	Sangat Tinggi
2	10 – 13	28	Tinggi
3	6 – 9	45	Kurang Tinggi
4	3 – 6	13	Tidak Tinggi
	Jumlah	93	

3.1 Indikator Kepuasan Pelanggan Keseluruhan

5. Nilai maksimal = 4 x 2 = 8
6. Nilai minimal = 1 x 2 = 2
7. Rentang = 8 – 2 = 6

   Jadi jangkauannya 8 – 2 = 6. Berarti dari nilai 2 sampai dengan 8 terdapat 7 bilangan
8. Interval = 7/4 = 1, 75 dibulatkan keatas menjadi = 2

No	Interval	Frekuensi	Kriteria
1.	8 – 9	5	Sangat Tinggi
2.	6 – 7	23	Tinggi
3.	4 – 5	50	Kurang Tinggi
4.	2 – 3	15	Tidak Tinggi
Jumlah		93	

3.2 Indikator Tingkat ketidakpuasan Pelanggan

5. Nilai maksimal = 4 x 2 = 8
6. Nilai minimal = 1 x 2 = 2
7. Rentang = 8 – 2 = 6

   Jadi jangkauannya 8 – 2 = 6. Berarti dari nilai 2 sampai dengan 8 terdapat 7 bilangan
8. Interval = 7/4 = 1, 75 dibulatkan keatas menjadi = 2

No	Interval	Frekuensi	Kriteria
1.	8 – 9	10	Sangat Tinggi
2.	6 – 7	5	Tinggi
3.	4 – 5	57	Kurang
4.	2 – 3	21	Tidak Tinggi
Jumlah		93	

4. Variabel Loyalias Anggota (Y)

Output SPSS Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Loyalitas	93	6.00	24.00	13.9247	4.70716
Valid N (listwise)	93				

1. Nilai maksimal = 4 x 6 = 24

2. Nilai minimal = 1 x 6 = 6

3. Rentang = 24 – 6 = 18

Jadi jangkauannya 24 – 6 = 18. Berarti dari nilai 6 sampai dengan 24 terdapat 19 bilangan.

4. Interval = 19/4 = 4,75 dibulatkan keatas menjadi = 5

No.	Interval	Frekuensi	Kriteria
1	21 – 25	15	Sangat Tinggi
2	16 – 20	12	Tinggi
3	11 – 15	51	Kurang Tinggi
4	6 – 10	15	Tidak Tinggi
	Jumlah	93	

4.1 Indikator Pembelian Ulang

5. Nilai maksimal = 4 x 2 = 8
6. Nilai minimal = 1 x 2 = 2
7. Rentang = 8 – 2 = 6

   Jadi jangkauannya 8 – 2 = 6. Berarti dari nilai 2 sampai dengan 8 terdapat 7 bilangan

8. Interval = 7/4 = 1, 75 dibulatkan keatas menjadi = 2

No	Interval	Frekuensi	Kriteria
1.	8 – 9	11	Sangat Tinggi
2.	6 – 7	26	Tinggi
3.	4 – 5	29	Kurang Tinggi
4.	2 – 3	27	Tidak Tinggi
Jumlah		93	

4.2 Indikator Tidak Terpengaruh Jasa Lain

5. Nilai maksimal = 4 x 2 = 8
6. Nilai minimal = 1 x 2 = 2
7. Rentang = 8 – 2 = 6

Jadi jangkauannya 8 – 2 = 6. Berarti dari nilai 2 sampai dengan 8 terdapat 7 bilangan

8. Interval = 7/4 = 1, 75 dibulatkan keatas menjadi = 2

No	Interval	Frekuensi	Kriteria
1.	8 – 9	8	Sangat Tinggi
2.	6 – 7	26	Tinggi
3.	4 – 5	39	Kurang Tinggi
4.	2 – 3	20	Tidak Tinggi
Jumlah		93	

4.3 Indikator Merekomendasikan kepada Orang Lain

5. Nilai maksimal = 4 x 2 = 8
6. Nilai minimal = 1 x 2 = 2
7. Rentang = 8 – 2 = 6

   Jadi jangkauannya 8 – 2 = 6. Berarti dari nilai 2 sampai dengan 8 terdapat 7 bilangan

8. Interval = 7/4 = 1, 75 dibulatkan keatas menjadi = 2

No	Interval	Frekuensi	Kriteria
1.	8 – 9	18	Sangat Tinggi
2.	6 – 7	5	Tinggi
3.	4 – 5	30	Kurang Tinggi
4.	2 – 3	40	Tidak Tinggi
Jumlah		93	

Lampiran 11

Hasil Uji Asumsi Klasik

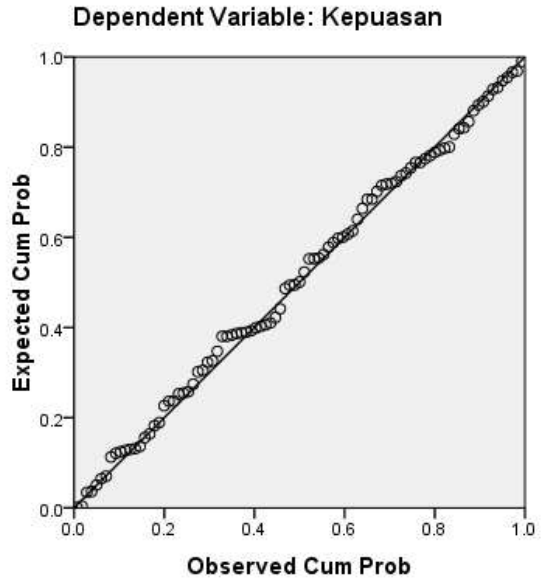
Uji Normalitas dengan Kepuasan sebagai Y_1

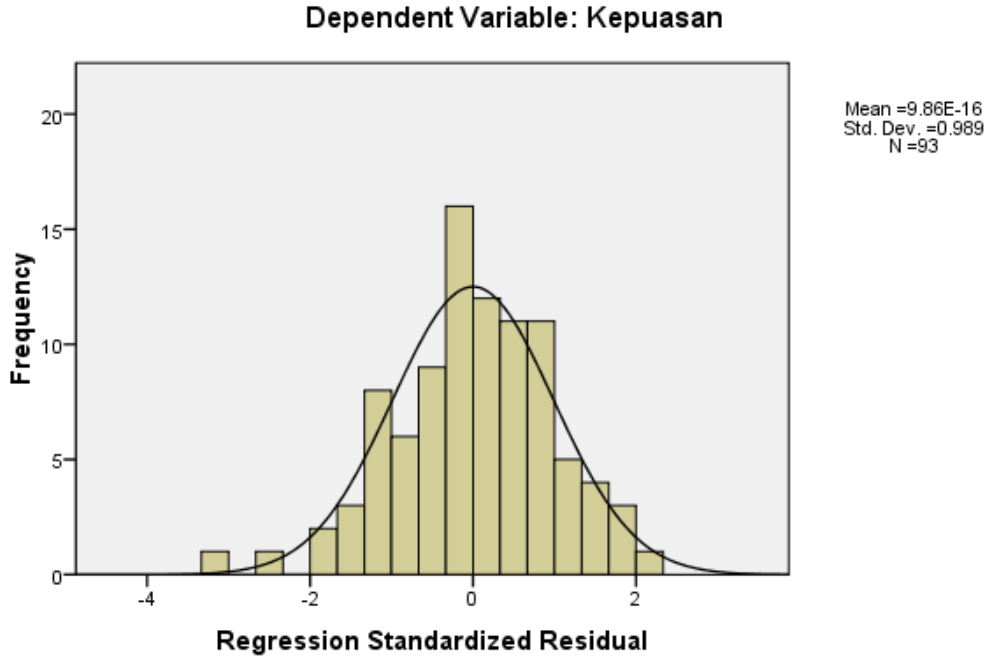
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.43392097
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.040
	Negative	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		.761
Asymp. Sig. (2-tailed)		.609

a. Test distribution is Normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual





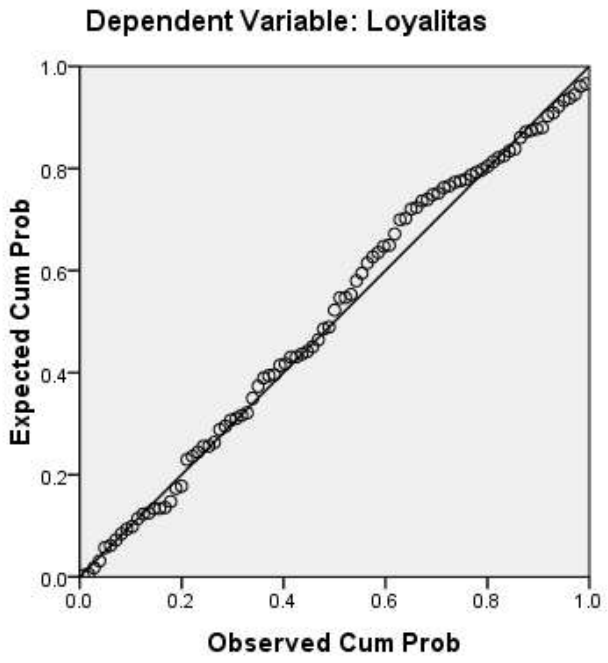
Uji Normalitas dengan Loyalitas sebagai Y_2

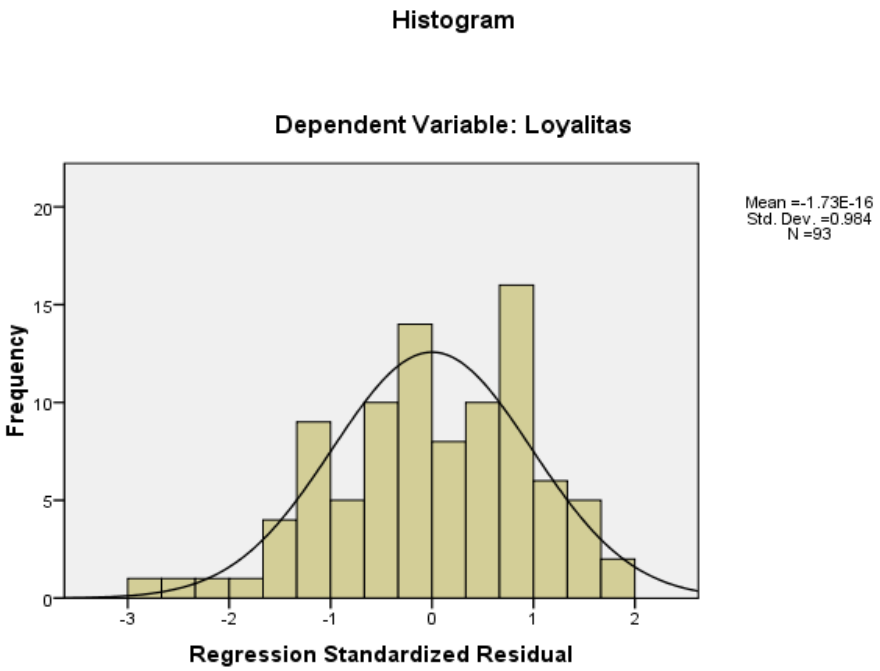
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.06823642
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.036
	Negative	-.057
Kolmogorov-Smirnov Z		.546
Asymp. Sig. (2-tailed)		.927

a. Test distribution is Normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual




Histogram
Dependent Variable: Loyalitas
Mean =-1.73E-16
Std. Dev. =0.984
N =93
Frequency
20
15
10
5
0
-3
-2
-1
0
1
2
Regression Standardized Residual

Lampiran 12

Uji Multikolinieritas

Hasil Uji Multikolinieritas dengan Kepuasan sebagai Y_1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.403	1.914		8.569	.000		
	KualitasProduk	.052	.063	.119	.828	.410	.466	2.148
	Pelayanan	.086	.047	.262	1.815	.073	.466	2.148

a. Dependent Variable: Kepuasan

Hasil Uji Multikolinieritas dengan Loyalitas sebagai Y_2

Coefficients[a]

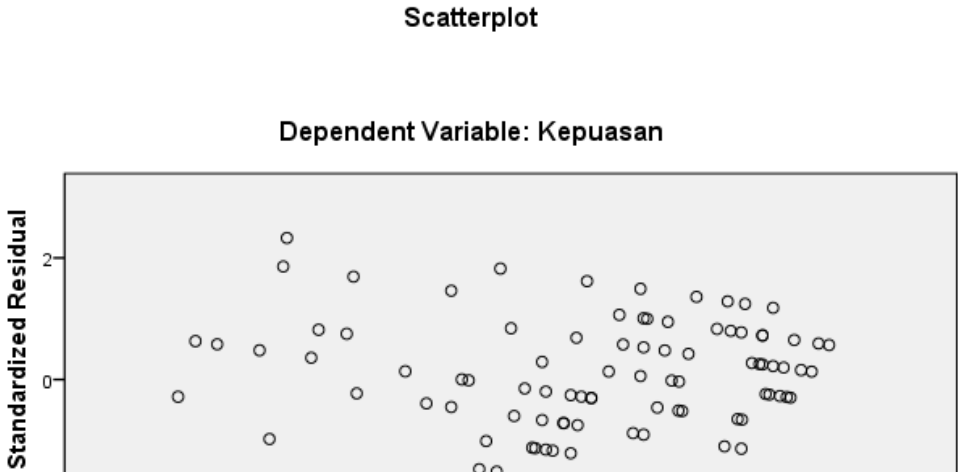
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.717	3.052		2.528	.013		
	KualitasProduk	.055	.075	.105	.732	.466	.462	2.164
	Pelayanan	.025	.057	.063	.433	.666	.449	2.226
	Kepuasan	.373	.125	.312	2.988	.004	.871	1.147

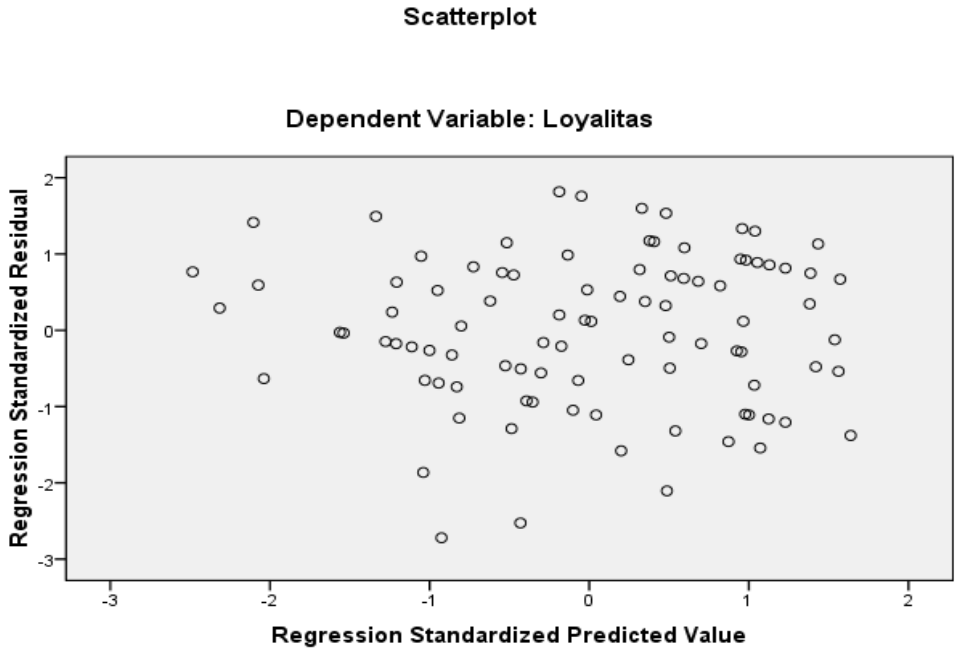
a. Dependent Variable: Loyalitas

Lampiran 13

Uji Heteroskedastisitas

a.





a. Uji Glejser

Uji Glejser dengan Kepuasan sebagai Y_1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.766	1.140		3.304	.001
	KualitasProduk	-.025	.038	-.099	-.658	.512
	Pelayanan	-.023	.028	-.122	-.810	.420

a. Dependent Variable: AbsUt1

Uji Glejser dengan Loyalitas sebagai Y_2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.234	1.660		.141	.888
	KualitasProduk	.022	.041	.080	.533	.596
	Pelayanan	-.056	.031	-.272	-1.788	.077
	Kepuasan	.148	.068	.238	1.178	.052

a. Dependent Variable: AbsUt2

Lampiran 14

Output SPSS Hasil Analisis Jalur

Hasil Analisis Jalur Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.358[a]	.129	.109	2.091

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, KualitasProduk

b. Dependent Variable: Kepuasan

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.403	1.914		8.569	.000
	KualitasProduk	.052	.063	.119	3.828	.041
	Pelayanan	.086	.047	.262	2.815	.003

a. Dependent Variable: Kepuasan

Hasil Analisis Jalur Kualitas Produk, Pelayanan, dan Kepuasan Anggota terhadap Loyalitas Anggota

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.395[a]	.156	.127	2.475

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, KualitasProduk, Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.717	3.052		2.528	.013
	KualitasProduk	.055	.075	.105	2.732	.046
	Pelayanan	.025	.057	.063	3.433	.033
	Kepuasan	.373	.125	.312	2.988	.004

a. Dependent Variable: Loyalitas

Lampiran 15

Dokumentasi

Lampiran 16

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG (UNNES)
FAKULTAS EKONOMI (FE)
Alamat: Gedung C-6, Kampus Sekaran Gunungpati, Semarang.
Telp/Fax. (024) 8508015, *website* : http://fe.unnes.ac.id

Nomor : 338 /UN37.L7/PP/2015 09.... Februari 2015
H a l . : **Ijin Observasi**

Yth. Pengurus KUD Makaryo Mino
JL. WR. Supratman no. 224 Pekalongan

Diberitahukan dengan hormat bahwa, mahasiswa kami:

N a m a : Ajeng Kurnia Rahmanti
N I M : 710 1411364
Jur./Konsentrasi : Pend. Ekonomi / Pend. Koperasi

Bermaksud akan menyusun skripsi dengan tema " Pengaruh Permodalan Koperasi, Lokasi Usaha, dan Fasilitas Koperasi terhadap Loyalitas Anggota KUD Makaryo Mino di Kota Pekalongan ". Berkenaan dengan hal tersebut mohon kiranya agar mahasiswa yang bersangkutan dapat diijinkan untuk dapat melakukan observasi di tempat yang Saudara pimpin dengan alokasi waktu bulan Februari 2015 sd. selesai.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih.

Dekan
Pembantu Dekan Bidang Akademik,

Drs. Heri Yanto, MBA.PhD.
NIP 19637181987021001

Tembusan Yth :
1. Dekan Fakultas Ekonomi
2. Kajur Pendidikan Ekonomi Unnes

FM-05-AKD-24

Lampiran 17

KUD "MAKARYO MINO"
KOTA PEKALONGAN

Badan Hukum No. 2871e/BH/PAD/KWK.11/X/96 tanggal 31-10-1996
Jl. WR. Supratman 224 Telp. (0285) 421657 - 421658 - 423979 - 423257 Fax. (0285) 423257 Pekalongan 51141
website : www.kudmakaryomino.com e-mail : info@kudmakaryomino.com

SURAT KETERANGAN
No. 35 /MM/I.33/II-2015

Yang bertanda tangan di bawah ini Manager KUD Makaryo Mino Kota Pekalongan, menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

N a m a	: Ajeng Kurnia Rahmanti
NIM	: 710 1411364
Jurusan/Konsentrasi	: Pendidikan Ekonomi / Pend. Koperasi
Universitas	: Universitas Negeri Semarang (UNNES)
	Fakultas Ekonomi (FE)

Telah melaksanakan Observasi di KUD Makaryo Mino Kota Pekalongan dalam rangka penyusunan skripsi pada tanggal 9 s/d 14 Pebruari 2015 dengan tema *" Pengaruh Permodalan Koperasi Lokasi Usaha, dan Fasilitas Koperasi terhadap Loyalitas Anggota KUD Makaryo Mino di Kota Pekalongan."*

Demikian Surat Keterangan ini untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 20 Pebruari 2015

KUD MAKARYO MINO
KOTA PEKALONGAN
Manager,

MUSA'AT MUNARIS

Lampiran 18

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG (UNNES)
FAKULTAS EKONOMI (FE)
Alamat: Gedung C-6, Kampus Sekaran Gunungpati, Semarang.
Telp/Fax. (024) 8508015, *website* : http://fe.unnes.ac.id

Nomor : 909 /UN37.1.7/PP/2015 06 April 2015
H a l : **Ijin Penelitian**

Yth. Kepala KUD Makaryo Mino kota Pekalongan
Jl. WR. Supratman No. 224
Pekalongan

Diberitahukan dengan hormat bahwa, mahasiswa kami:

N a m a : Ajeng Kurnia Rahmanti
N I M : 710 1411364
Jurusan/Konsentrasi : Pend. Ekonomi / Pend. Koperasi

Bermaksud akan menyusun skripsi dengan judul " Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota KUD Makaryo Mino Kota Pekalongan ". Berkenaan dengan hal tersebut mohon kiranya yang bersangkutan dapat diijinkan untuk dapat melakukan penelitian di Instansi yang Saudara pimpin dengan alokasi waktu bulan April 2015 sd. selesai.

Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

a.n. Dekan
Pembantu Dekan Bidang Akademik,

Dr. Heri Yanto, MBA. PhD.
NIP 196311181987021001

Tembusan Yth.:
1. Dekan
2. Kejur. Pend. Ekonomi
Fakultas Ekonomi Unnes

FM-05-AKD-24

Lampiran 19

KUD "MAKARYO MINO"
KOTA PEKALONGAN

Badan Hukum No. 2871e/BH/PAD/KWK.11/X/96 tanggal 31-10-1996
Jl. WR. Supratman 224 Telp. (0285) 421657 - 421658 - 423979 - 423257 Fax. (0285) 423257 Pekalongan 51141
website : www.kudmakaryomino.com e-mail : info@kudmakaryomino.com

Pekalongan, 22 April 2015.

Kepada Yth :
Bapak / Sdr. Anggota
KUD Makaryo Mino
di-
PEKALONGAN

SURAT PENGANTAR

Dasar : Surat dari Universitas Negeri Semarang (UNNES) Fakultas Ekonimi (FE) nomor 904/UN37.I.7/PP/2015 tanggal 6 April 2015 perihal Ijin Penelitian.

Bersama ini kami mohon bantuan Bapak / Saudara untuk dapat membantu pengisian data keperluan skripsi kepada mahasiswa :

Nama	: Ajeng Kurnia Rahmawanti
NIM	: 710 1411364
Jurusan	: Pend. Ekonomi / Pend. Koperasi

Demikian atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

KUD MAKARYO MINO
KOTA PEKALONGAN
Bag Umum,

Widi Susilo

Lampiran 20

KUD "MAKARYO MINO"
KOTA PEKALONGAN

Badan Hukum No. 2871e/BH/PAD/KWK.11/X/96 tanggal 31-10-1996
Jl. WR. Supratman 224 Telp. (0285) 421657 - 421658 - 423979 - 423257 Fax. (0285) 423257 Pekalongan 51141
website : www.kudmakaryomino.com e-mail : info@kudmakaryomino.com

SURAT KETERANGAN
No.: 69 /MM/I.33/IV-2015

Yang bertanda tangan di bawah ini Manager KUD Makaryo Mino Kota Pekalongan, menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

N a m a	: Ajeng Kurnia Rahmanti
NIM	: 710 1411364
Jurusan/Konsentrasi	: Pendidikan Ekonomi / Pend. Koperasi
Universitas	: Universitas Negeri Semarang (UNNES)
	Fakultas Ekonomi (FE)

Telah melaksanakan penelitian di KUD Makaryo Mino Kota Pekalongan pada tanggal 22 s/d 27 April 2015 dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul *" Kwalitas Produk dan Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota KUD Makaryo Mino Kota Pekalongan. "*

Demikian Surat Keterangan ini untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 27 April 2015

KUD MAKARYO MINO
KOTA PEKALONGAN
Manager,

MUSRAT MUNARIS