SARI

Mustofa, Arif. 2010. *Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Distribusi, Kepercayaan Anggota Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Pada KUD Adil Makmur Di Kabupaten Brebes*. Jurusan Ekonomi Pembangunan. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
Dosen Pembimbing I : Dr. P. Eko Prasetyo, SE., M. Si , Dosen Pembimbing II : Dr. Etty Susilowati, M. Si.

Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Distribusi, Kepercayaan, Loyalitas Anggota

Koperasi didirikan dengan tujuan untuk mencapai keperluan hidupnya dengan ongkos yang semurah-murahnya. Tujuan tersebut dapat tercapai bila setiap kebijakan didasari pada profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga tercapai suatu hubungan yang saling menguntungkan di antara koperasi dan anggotanya. Hubungan yang saling menguntungkan dapat menimbulkan loyalitas yang tinggi terhadap koperasi. Banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota koperasi, seperti produk, harga, promosi, distribusi dan kepercayaan. Obyek penelitian ini adalah KUD "Adil Makmur", Jl. Raya Jatibarang – Brebes KM 8, Kendawa, Jatibarang, Brebes pada awal berdiri mempunyai anggota sebanyak 9.990 orang yang tersebar di 16 Desa. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh produk, harga, promosi, distribusi dan kepercayaan secara parsial terhadap loyalitas anggota KUD "Adil Makmur" Brebes, baik secara parsial maupun secara bersama-sama.

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota KUD "Adil Makmur" Brebes yang melakukan pembelian dari bulan Januari – Desember 2009 yang berjumlah 5.546 orang. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian anggota KUD "Adil Makmur" Brebes " yang melakukan pembelian dari bulan Januari – Juli 2010 yang berjumlah 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1). Produk, harga, promosi, distribusi dan kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. (2). Produk, harga, promosi, distribusi dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. (3). Pengaruh produk, harga, promosi, distribusi dan kepercayaan terhadap loyalitas pada KUD "Adil Makmur" sebesar 86,7%. (4). Produk menjadi variabel terbesar yang mempengaruhi loyalitas anggota, diikuti distribusi, kepercayaan, harga, promosi.