

## Pengaruh Citra Koperasi dan Kualitas Layanan di KSPPS Amanah Ummah Cabang Karah Surabaya

Nanda Oktaviani Wachjudin<sup>1</sup>, I Ketut Surabagiarta<sup>2</sup>

Universitas PGRI Adi Buana<sup>1,2</sup>

Email : [nandaow2@gmail.com](mailto:nandaow2@gmail.com)<sup>1</sup>, [i.ketut.surabagiarta51@gmail.com](mailto:i.ketut.surabagiarta51@gmail.com)<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to determine and analyze the cooperative's image and service quality at the KSPPS Amanah Ummah Branch Karah in Surabaya. The number of participant was 100 respondent, non probability sampling method was applied, and the sample type is saturated sampling which included all clients of the KSPPS Amanah Ummah Branch Karah in Surabaya a total of 100 clients. The method of research by quatitative techniques using multiple linear regression analysis techniques. The results of data analysis testing using SPSS, it shows that the cooperative's image has a positive and significant effect on customer loyalty, obtaining  $t_{count}$  of 6,000 with a significant value of 0,0001. Furthermore, the service quality variable has positive and significant effect on customer loyalty obtaining  $t_{count}$  3,453 with a significant value of 0,001. Then, the F test results suggest that the cooperative's image and service quality variable have a simultaneosly a significant and positive effect on customer loyalty, although the t-test results suggest that the cooperative's image and service quality have a partial effect on customer loyalty.*

**Keywords** : *The cooperative's image, Service Quality, and Customer Loyalty.*

### ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Citra Koperasi dan Kualitas Layanan di KSPPS Amanah Ummah Cabang Karah Surabaya. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden, teknik pengambilan sampel menggunakan non probalitiy sampling dan jenis sampel yang digunakan yaitu sampling jenuh dengan pengambilan seluruh nasabah KSPPS Amanah Ummah Cabang Karah Surabaya berjumlah 100 nasabah. Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda. Pada pengujian analisis data menggunakan SPSS menunjukkan bahwa pada variabel Citra Koperasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Loyalty memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,000 dengan nilai signifikan terhadap 0,000. Selanjutnya pada variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Loyalty memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,453 dengan nilai signifikan 0,001. Setelah itu, pada hasil pengujian uji F dapat diketahui variabel Citra Koperasi dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Customer Loyalty dan pada hasil uji-t variabel Citra Koperasi dan Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh terhadap Customer Loyalty.*

**Kata Kunci** : *Citra Koperasi, Kualitas Layanan, dan Customer Loyalty*

### Pendahuluan

Koperasi merupakan suatu badan usaha yang dibentuk berdasarkan asas kekeluargaan yang bertujuan untuk mensejahterakan anggotanya. Hal ini mengacu pada faktor dunia usaha termasuk usaha kecil menengah karena koperasi berperan dalam menumbuhkan dan mengembangkan potensi ekonomi rakyat. Salah satu yang diupayakan di Indonesia dengan adanya pembangunan ekonomi nasional yaitu adanya Koperasi sebagai salah satu bagian dari pembangunan nasional.

Koperasi merupakan fungsi demokrasi dan sosial, serta mempunyai perananan yang penting dalam perekonomian nasional, karena tujuan dari koperasi adalah meningkatkan kesejahteraan para anggotanya dan para anggota koperasi selalu melakukan kerjasama, kegotongroyongan, berdasarkan persamaan hak, kewajiban, dan derajat. Jadi koperasi merupakan tumpuan ekonomi

Indonesia dan oleh sebab itu, koperasi perlu dibina secara profesional agar dapat maju dan terus berkembang.

Menurut UU 17 Tahun 2012 tentang Pengkoperasian yang memuat pembaharuan hukum, Koperasi sebagai organisasi ekonomi yang sehat, kuat, mandiri dan tangguh serta terpercaya sebagai entitas bisnis, yang kegiatannya mendasarkan dalam nilai dan prinsip koperasi. Selain itu, UU 17 Tahun 2012 menegaskan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama atas asas kekeluargaan, dimana ketentuan tersebut sesuai dengan prinsip koperasi.

Agar dapat menciptakan koperasi yang maju dan berkembang, koperasi tersebut harus membuktikan bahwa koperasi itu dapat dipercaya. Citra merupakan suatu yang sangat penting dalam sebuah badan usaha. Saat ini banyak sekali organisasi yang memahami perlunya memberi perhatian yang cukup agar terbentuknya suatu citra yang menguntungkan bagi perusahaan tidak hanya melepaskan diri dari terbentuknya kesan publik yang negatif. Citra merupakan salah satu aset terpenting dari sebuah perusahaan atau organisasi mempunyai citra yang baik di mata masyarakat akan menjadi konsekuensi dari pembentukan citra. Citra yang baik akan mampu meningkatkan kesuksesan suatu koperasi dengan begitu koperasi mampu bersaing dan semangat kerja pengurus koperasi akan meningkat sehingga dapat menciptakan *customer loyalty*. Sebaliknya jika citra koperasi buruk maka akan berdampak negatif terhadap *customer loyalty*. Dengan melakukan penelitian terhadap citra koperasi, maka koperasi dapat mengetahui secara pasti sikap nasabah terhadap organisasi maupun terhadap produk barang maupun jasa yang dihasilkan oleh koperasi tersebut.

Untuk mengetahui Koperasi Syariah Amanah Ummah kantor cabang karah surabaya telah memberikan kualitas layanan yang baik dan sesuai yang diharapkan, maka perlu dilakukan evaluasi. Oleh sebab itu, mengingat pentingnya citra koperasi dan kualitas layanan dalam mempengaruhi *customer loyalty* perlu di kaji bagaimana agar kedua unsur tersebut dapat meningkatkan nilai unggul dalam bersaing karena dengan adanya *customer loyalty* maka akan memberikan dampak yang baik pada perkembangan koperasi tersebut. Dan oleh sebab itu, peneliti memilih judul “ Pengaruh Citra Koperasi dan Kualitas Layanan terhadap *Customer Loyalty* di Koperasi Syariah Amanah Ummah Kantor Cabang Karah Surabaya”

## HIPOTESIS

Menurut Rachman (2018:205) hipotesis merupakan jawaban sementara, berupa pertanyaan terhadap masalah yang telah dirumuskan dengan jelas, dan jawaban itu akan diuji kebenarannya melalui data observasi yang dikumpulkan. Berdasarkan hasil teori penelitian yang pernah dilakuka, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

- H<sub>1</sub> : Citra Koperasi berpengaruh terhadap Customer Loyalty di Koperasi Amanah Ummah Kantor Cabang Karah Surabaya
- H<sub>2</sub> : Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Customer Loyalty di Koperasi Amanah Ummah Kantor Cabang Karah Surabaya
- H<sub>3</sub> : Citra Koperasi dan Kualitas Layanan terhadap Customer Loyalty di Koperasi Amanah Ummah Kantor Cabang Karah Surabaya

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Tujuan penelitian kuantitatif ini untuk menguji teori, membangun fakta dan menunjukkan hubungan variabel. Adapun populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu seluruh nasabah di KSPPS Amanah Ummah Cabang Karah yang berjumlah 100 orang dan sampel yang akan diambil berjumlah 100 orang.

Pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dan jenis yang digunakan yaitu *sampling* jenuh. Kriteria pengambilan sampel berdasarkan lama bergabung dan dari populasi yang telah ditentukan maka pengambilan sampel dilakukan secara keseluruhan. Teknik pengambilan data dalam pengambilan ini dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada responden untuk dijawabnya dan pengumpulan data dengan dokumentasi. Adapun pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu :

1. Melakukan permohonan izin secara tertulis kepada pimpinan KSPPS Amanah Ummah dengan dilampiri surat izin penelitian yang telah disetujui oleh pihak universitas untuk melakukan penelitian di KSPPS Amanah Ummah Cabang Karah Surabaya.
2. Menjadwalkan pelaksanaan kegiatan pengambilan data-data penelitian.
3. Pembagian kuisisioner kepada 100 responden
4. Setelah data terkumpul, maka data tersebut diolah
5. Hasil penelitian akan dituangkan dalam laporan hasil penelitian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tabel 1, data menunjukkan bahwa item pernyataan citra koperasi (X1), Kualitas Layanan (X2) dan Customer Loyalty dinyatakan valid, sebab nilai r hitung > 0,3.

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Corrected Item Total Correlation	Nilai Kritis	Keterangan
Citra Koperasi (X1)	Tanggung Jawab Sosial			
	X1.1_1	0,684	0,3	Valid
	X1.1_2	0,580	0,3	Valid
	X1.1_3	0,343	0,3	Valid
	Inovasi			
	X1.2_1	0,633	0,3	Valid
	X1.2_2	0,633	0,3	Valid
	X1.2_3	0,633	0,3	Valid
	Kualitas Manajemen			
	X1.3_1	0,564	0,3	Valid
	X1.3_2	0,796	0,3	Valid
	X1.3_3	0,503	0,3	Valid
	Kepercayaan Masyarakat			
	X1.4_1	0,564	0,3	Valid
	X1.4_2	0,796	0,3	Valid
X1.4_3	0,503	0,3	Valid	
Kualitas Layanan (X2)	Berwujud			
	X2.1_1	0,812	0,3	Valid
	X2.1_2	0,496	0,3	Valid
	X2.1_3	0,675	0,3	Valid
	Empati			
	X2.2_1	0,633	0,3	Valid
	X2.2_2	0,633	0,3	Valid
Keandalan				
X2.3_1	0,955	0,3	Valid	
X2.3_2	0,943	0,3	Valid	

	X2.3_3	0,933	0,3	Valid
Daya Tanggap	X2.4_1	0,938	0,3	Valid
	X2.4_2	0,938	0,3	Valid
Keyakinan	X2.5_1	0,533	0,3	Valid
	X2.5_2	0,578	0,3	Valid
	X2.5_3	0,701	0,3	Valid
Repeat Purchase	Y.1_1	0,835	0,3	Valid
	Y.1_2	0,835	0,3	Valid
Retention	Y.2_1	0,969	0,3	Valid
	Y.2_2	0,935	0,3	Valid
	Y.2_3	0,952	0,3	Valid
Referalls	Y.3_1	0,964	0,3	Valid
	Y.3_2	0,964	0,3	Valid

Sumber : Output SPSS (data diolah peneliti)

Berdasarkan tabel 2 hasil uji reliabilitas data yang diperoleh dari nilai penelitian *cronbach's alpha* variabel citra koperasi (X1), kualitas layanan (X2) dan customer loyalty (Y) karena nilai koefisien cronbach's alpha > 0,60.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Citra Koperasi (X1)	Tanggung Jawab Sosial	0,682	0,6	Reliabel
	Inovasi	0,774	0,6	Reliabel
	Kualitas Manajemen	0,766	0,6	Reliabel
Kualitas Layanan (X2)	Kepercayaan Masyarakat	0,859	0,6	Reliabel
	Berwujud	0,793	0,6	Reliabel
	Empati	0,774	0,6	Reliabel
	Keandalan	0,957	0,6	Reliabel
Customer Loyalty (Y)	Daya tangaap	0,957	0,6	Reliabel
	Keyakinan	0,967	0,6	Reliabel
	Repeat Repurchase	0,910	0,6	Reliabel
	Rentention	0,973	0,6	Reliabel
	Referrals	0,982	0,6	Reliabel

Sumber : Output SPSS (data yang diolah peneliti)

Tabel 3. Hasil Uji normalitas

KOLMOGOROV-SMIRNOV TEST

Variable	Statistic	Sig.
Kepercayaan	.944 <sup>a</sup>	.944
Kepercayaan	.944 <sup>a</sup>	.944
Kepercayaan	.944 <sup>a</sup>	.944
Kepercayaan	.944 <sup>a</sup>	.944
Kepercayaan	.944 <sup>a</sup>	.944
Kepercayaan	.944 <sup>a</sup>	.944

Sumber: Output SPSS (data yang diolah peneliti)

Pada tabel 3 hasil uji normalitas *Kolmogrov-Smirnov*, diperoleh nilai sig. Sebesar 0,944 > 0,05 artinya data berdistribusi normal.

Tabel 4. Uji Multikolonieritas

VARIATION INFLATION FACTOR

Model	Predictor	Collinearity Statistics			Tolerance		
		VIF	1/Tolerance	Partial R Squared	Tolerance	1/VIF	Partial R Squared
1	Kepercayaan	1.000	1.000	.000	1.000	1.000	.000
2	Kepercayaan	1.000	1.000	.000	1.000	1.000	.000
3	Kepercayaan	1.000	1.000	.000	1.000	1.000	.000

Sumber : Output SPSS (data yang diolah peneliti)

Pada tabel 4 hasil uji multikolonieritas diperoleh nilai *Variant Inflation Factor (VIF)* tiap variabel < 10 artinya penelitian ini bebas dari multikolonieritas.

Tabel 5. Uji autokolerasi

MODEL SUMMARY

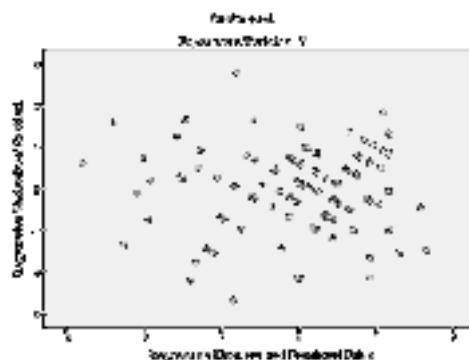
Model	R	Adjusted R Square	Durbin-Watson	Std. Error of the Estimate	Durbin
1	.701 <sup>a</sup>	.401 <sup>a</sup>	1.744	1.907	2.227

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan  
 b. Dependent Variable: Kepercayaan

Sumber : Output SPSS (data yang diolah peneliti)

Pada tabel 5 hasil uji autokolerasi diperoleh nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 2,227 dimana nilai tersebut lebih besar dari du 1,744 dan kurang dari 2,256 (4-du) artinya tidak terdapat autokorelasi

Gambar 6. Uji heterokedastisitas



Sumber : Output SPSS

Pada gambar 6 grafik scatter di atas, titik-titik tidak membentuk pola dan tidak hanya terdapat didaerah 0, artinya tidak ada gejala heterokedastisitas.

Tabel 7. Hasil Uji regresi linear berganda

Model	Sum of Squares		df	Mean Square	F	Sig.	Adjusted R Square	
	Between Groups	Within Groups					Adjusted R Square	Total
1	10,318 <sup>a</sup>	10,318	2	5,159	9,477	,000	,286	,286
Total	10,318	10,318	97					
Total Corrected	10,318	10,318	95					

Sumber : Output SPSS

Pada tabel 7 diatas untuk nilai regresi linear berganda adalah  $Y = 5,690 + 0,130X_1 + 0,286X_2 + e$

Tabel 8. Hasil Uji t

Model	Sum of Squares	df		Mean Square	F	Sig.	Adjusted R Square	
		Between Groups	Within Groups				Adjusted R Square	Total
1	10,318 <sup>a</sup>	2	2,818	6,000	,000	,286	,286	
Total	10,318	97						
Total Corrected	10,318	95						

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel 8 diperoleh t tabel pada 100 responden sebesar 2,818 Berdasarkan tabel 4.35 hasil output pada tabel diatas dapat diketahui bahwa :

- Pada Citra Koperasi (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Loyalty, dengan ditunjukkan dari besarnya nilai t hitung = 6,000 > t table = 1,66 dengan tingkat signifikansi 0.000 < 0,05 yang artinya variabel Citra Koperasi (X1) mendukung terhadap Customer Loyalty (Y), dan hasil pengujiannya menyatakan Ho ditolak dan Ha diterima.
- Pada variabel Kualitas Layanan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Loyalty (Y), dengan ditunjukkan dari besarnya nilai t hitung = 8,273 > t table = 1,66 dengan tingkat signifikansi 0,001 < 0,05 yang artinya variabel Kualitas Layanan (X2) mendukung terhadap Customer Loyalty (Y), dan hasil pengujiannya menyatakan Ho ditolak dan Ha diterima.

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Source	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Regression	46,738	2	23,369	46,738	,000 <sup>b</sup>	
Residual	462,164	97	4,764			
Total	508,902	99				

a. Dependent Variable: Y  
b. Predictors: (Constant), X1, X2

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel 9 hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 46,784 sedangkan Ftabel sebesar 3,09 sehingga nilai Fhitung > Ftabel dan nilai (df=99). Nilai signifikansi uji F sebesar 0,000 sehingga nilai signifikansi < 0,05. Karena Fhitung > Ftabel dan nilai signifikansi < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu Citra Koperasi (X1) dan Kualitas Layanan (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Loyalty (Y) di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Amanah Ummah.

**SIMPULAN**

- Citra koperasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Loyalty di KSPPS Amanah Ummah cabang Karah Surabaya

- 2) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Loyalty di KSPPS Amanah Ummah cabang Karah Surabaya
- 3) Citra koperasi dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer loyalty di KSPPS Amanah Ummah Cabang Karah Surabaya

### **IMPLEMENTASI**

Penelitian ini berguna untuk KSPPS Amanah Ummah cabang Karah Surabaya agar memperhatikan Citra Koperasi dan Kualitas Layanan supaya meningkatkannya customer loyalty. Jika citra koperasi baik dan kualitas layanan baik maka akan banyak nasabah yang di KSPPS Amanah Ummah cabang Karah Surabaya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aditya, S. R. K. (2011). *Pengaruh Citra Koperasi, Pelayanan dan Motivasi Anggota Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Pegawai Republik Indonesia Segarbo Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang).
- Amilin, M. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Anggota di Koperasi Syariah Serba Usaha Harum Dhaha Kediri* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Ekawati, R. D. (2014). Pengaruh Citra, Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Anggota Pada Koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga. *Economic Education Analysis Journal*, 3(1).
- Kusdayanti, N. (2016). Pengaruh Citra Koperasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Pegawai Republik Indonesia Setia Kecamatan Mojotengah Kabupaten Wonosobo. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 5(2), 124-131.
- Karuniati, N. M. W., & Sugianingrat, I. A. P. W. (2021). Pengaruh Citra Koperasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Amertha Dana Lestari di Badung. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Parwisata*, 1(1), 394-411.