

**PENGARUH PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA KOPERASI PUSKOPKAR I
MEDAN**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

**RIAH MALEM
NPM : 10 832 0068**



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

2014

**UDUL : PENGARUH PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA KOPERASI PUSKOPKAR I MEDAN**

NAMA : RIAH MALEM

NTM : 10 832 0068

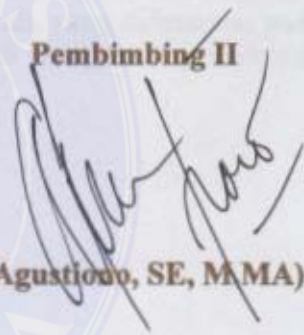
JURUSAN : MANAJEMEN

**Menyetujui :
Komisi Pembimbing**

Pembimbing I


(Drs. H. Miftahuddin, MBA)

Pembimbing II


(Agustiono, SE, MMA)

Mengetahui :

Ketua Jurusan


(Ihsan Effendi, SE, M.Si)

Dekan


(Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, M.Ec)

Tanggal Lulus :

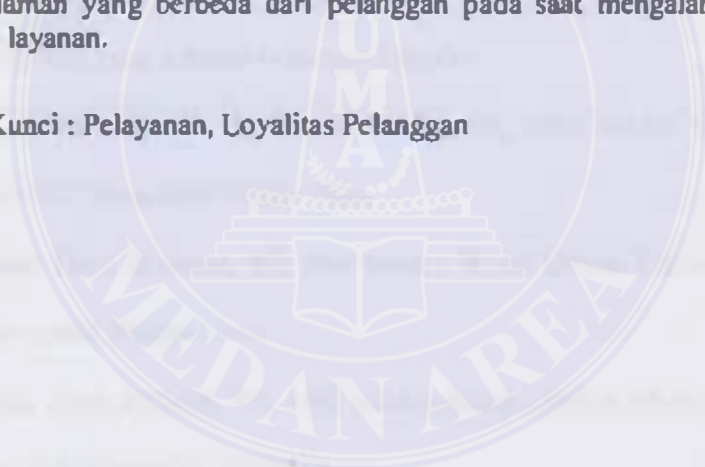
2014

ABSTRAK

RIAH MALEM. NPM. 108320062. "PENGARUH PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KOPERASI PUSKOPKAR I MEDAN". SKRIPSI 2014.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Koperasi Puskopkar I Medan. Jenis penelitian ini adalah *asosiatif*. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan koperasi di Puskopkar I Medan tahun 2013. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, maka pengambilan sampel sebanyak 98 orang responden. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Teknik analisis yang dipergunakan adalah menggunakan uji statistik menggunakan model regresi linier sederhana dengan menggunakan bantuan SPSS *for windows* 17.00. Hasil penelitian menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada Koperasi Puskopkar I Medan dengan demikian hipotesis diterima (H_0). Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan dari suatu perusahaan jasa adalah merupakan suatu hal yang bisa dikatakan kompleks, tersusun dari banyak dimensi unik yang didasarkan pada pengalaman yang berbeda dari pelanggan pada saat mengalami penerimaan proses layanan.

Kata Kunci : Pelayanan, Loyalitas Pelanggan



KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas Berkah, Rahmad dan Karunianya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi di Universitas Medan Area. Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna juga masih banyak terdapat kekurangan serta kejanggalan, baik dari bahasa, isi dan tulisan. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari para pembaca untuk sempurnanya tulisan ini.

Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati tidak lupa mengucapkan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifiddin, SE, MEc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
2. Bapak Hery Syahrial, SE, Msi selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Ushan Effendi, SE, MSi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area
4. Bapak Drs. H. Miftahuddin, MBA selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya, guna membimbing penulis guna menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Agustiono, SE, MMA sebagai Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya guna membimbing penulis dalam menyelesaikan tulisan ini.

6. Ibu Dra Isnaniah Laili KS, SE.M.MA sebagai sekretaris yang telah bersedia meluangkan waktu guna membimbing penulis dalam menyelesaikan tulisan ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta Staff Fakultas Ekonomi yang telah mengajar dan membantu penulis hingga dapat menyelesaikan perkuliahan.
8. Koperasi Puskopkar I Medan yang telah membantu penulis dalam memberikan data dan informasi demi terwujudnya skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman “Seperkuliahan” dan semua teman-teman serta pihak yang telah membantu penulis baik dalam perkuliahan maupun dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca dan bagi penulis khususnya, dan kiranya Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua. Amin.....

Medan, 2014
Penulis

(RIAH MALEM)

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II : LANDASAN TEORITIS	
A. Pelayanan	5
B. Loyalitas Pelanggan.....	8
C. Hubungan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	13
D. Penelitian Terdahulu	15
E. Kerangka Konseptual.....	16
F. Hipotesis.....	17
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	18
B. Populasi dan Sampel	19
C. Batasan dan Definisi Operasional.....	20
D. Jenis dan Sumber Data.....	21
E. Teknik Pengumpulan Data.....	22
F. Teknik Analisis Data.....	22

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	25
1. Gambaran Umum Koperasi Puskopkar.....	25
2. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas.....	28
3. Proses Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan Pada Koperasi Puskopkar.....	35
B. Pembahasan.....	36
1. Gambaran Umum Responden.....	36
2. Analisis Deskriptif Responden.....	38
3. Uji Kualitas Data.....	47
4. Uji Normalitas	50
5. Uji Hipotesis	52
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	56
B. Saran	56

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel II.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel III.1	Rincian Penelitian.....	18
Tabel III.2	Defenisi Operasional Variabel.....	21
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Penelitian	37
Tabel IV.2	Pengurus Puskopkar 1 Medan dapat menyelesaikan keluhan pelanggan secara cepat.....	38
Tabel IV.3	Kecepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan oleh Puskopkar 1 Medan.....	39
Tabel IV.4	Pengurus Puskopkar 1 Medan memiliki kemampuan dan pengetahuan yang maksimal	39
Tabel IV.5	Keamanan selama bertransaksi di Puskopkar 1 Medan sangat efektif.....	40
Tabel IV.6	Puskopkar 1 Medan memiliki peralatan teknologi yang memadai.....	40
Tabel IV.7	Penampilan pengurus di Puskopkar 1 Medan sangat menarik	41
Tabel IV.8	Pengurus Puskopkar 1 Medan memiliki kejelasan informasi penyampaian.....	41
Tabel IV.9	Pengurus Puskopkar 1 Medan sangat efektif dalam penanganan keluhan pelanggan	42
Tabel IV.10	Pengurus Puskopkar 1 Medan memiliki kemampuan berkomunikasi dengan pelanggan.....	42
Tabel IV.11	Bapak/Ibu melakukan transaksi secara berulang di Puskopkar 1 Medan.....	43
Tabel IV.12	Bapak/Ibu sering melakukan peminjaman di Puskopkar 1 Medan untuk kebutuhan sehari-hari.....	43

Tabel IV.13	Bapak/Ibu memberi rekomendasi pada anggota lain untuk menjadi pelanggan.....	44
Tabel IV.14	Bapak/Ibu mendapatkan informasi mengenai produk yang diberikan oleh pengurus sangat jelas	44
Tabel IV.15	Pengurus sering membicarakan hal-hal positif mengenai produk koperasi.....	45
Tabel IV.16	Kemampuan pengurus dalam menanggapi dan memberikan pelayanan telah membuat pelanggan merasa puas.....	45
Tabel IV.17	Bapak/Ibu bersedia tetap menjadi pelanggan koperasi ...	46
Tabel IV.18	Bapak/Ibu mendukung kebijakan yang berguna bagi kepentingan pelanggan dan perkembangan Puskopkar...	46
Tabel IV.19	Pelanggan puas akan pelayanan dalam menggunakan jasa Puskopkar I Medan.....	47
Tabel IV.20	Validitas Butir Pernyataan	48
Tabel IV.21	Reliabilitas Variabel	49
Tabel IV.22	Regresi Linier Sederhana.....	52
Tabel IV.23	Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	53
Tabel IV.24	Koefisien Determinasi (R^2).....	54

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Prospek masa depan koperasi sebagai suatu badan usaha yang diharapkan menjadi soko guru perekonomian seperti amanat konstitusi negara (UUD 45) sangat ditentukan oleh mampu tidaknya kemandirian dilaksanakan untuk menjawab tantangan dan ancaman. Sementara dilihat dari fungsi badan usaha, ketangguhan koperasi dapat diukur oleh kemampuannya dalam mengembangkan dan menguasai pasar. Koperasi harus mampu memberikan alternatif rasional bagi pelanggannya (anggota) melalui berbagai kebijakan insentif usaha maupun perbaikan dalam teknis pelayanan pelanggan.

Pelayanan mengandung pengertian setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh suatu pihak yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu (Kotler, 2008:83). Pengertian yang lebih luas juga bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan.

Ada dua faktor yang dijadikan pedoman anggota yaitu layanan yang diterima dan harapannya tentang layanan yang akan diberikan. Ketika anggota memutuskan untuk bertransaksi dalam bentuk apapun pada koperasi sebenarnya mereka sudah mempunyai harapan tentang layanan seperti apa yang akan diperoleh berdasarkan pengalamannya, komunikasi dari mulut - kemulut yang pernah didengarnya, informasi lain yang pernah diterima serta dipengaruhi oleh kebutuhannya. Selain dipengaruhi oleh pengalaman, harapan yang ada pada

pelanggan koperasi atau anggota koperasi juga dipengaruhi oleh komunikasi eksternal yang dilakukan oleh pengurus atau pengelola mengenai koperasi kepada anggota atau masyarakat. Dalam hal ini diperlukan pentingnya promosi yang sesuai dengan kenyataan karena jika tidak memuaskan layanan akan mengecewakan, oleh karena itu diperlukan komunikasi pemasaran yang dilakukan secara tepat agar dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan dari aparat anggota.

Sebuah perusahaan yang didirikan tak ada artinya tanpa adanya pelanggan. "Tujuan perusahaan adalah untuk menciptakan pelanggan", pendapat di atas dapat dipahami bahwa pelanggan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Pada organisasi koperasi, pelanggannya adalah anggota sendiri, koperasi merupakan organisasi yang anggotanya sebagai pemilik dan sekaligus sebagai pelanggan. upaya untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan hendaknya menjadi prioritas yang lebih besar bagi perusahaan. Lebih dari itu hendaknya perusahaan juga terus berupaya agar pelanggan dapat menjadi pelanggan yang loyal. Salah satu upaya untuk menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan hubungan yang lebih baik dengan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas secara konsisten dan lebih baik, serta memberikan pelayanan yang lebih unggul dari pada pesaing. Intinya, "bagaimana menciptakan *performance* yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Fenomena yang dijumpai di Puskopkar I Medan dilihat dari pelayanan jasa perkoperasian tersebut tidak sesuai dengan persepsi pelanggan maka, kemungkinan besar pelanggan tersebut akan melakukan catatan negatif dari

DAFTAR PUSTAKA

- Cristina Widya Ummi, 2006. *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern)*, Salemba Empat, Jakarta.
- Foster, Brian, F. John W. Cadogan. 2000. *Relationship Selling and Customer Loyalty : an empirical investigation*. *Marketing Intelligence & Planning*,
- Griffin, Jill. 2006. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Ginting, Paham dan Syafrizal Helmi Situmorang, 2008, *Filosafat Ilmu dan Metode Riset*, Usu Press, Medan
- Huniyanti, Ratih. 2006. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Harahap, Yulika Ervina, 2008. *Skripsi Pengaruh Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Indosat, Tbk Medan*, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
- Jogiyanto. 2004. *Metodologi Penelitian Bisnis*. BPFE, Yogyakarta
- Kuncoro, Mudrajat. 2005. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, Edisi 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran. Jilid 2, PT. Indeks Kelompok Gramedia*, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2007, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.
- Manurung, Adler Haymans, 2009, *Berinvestasi dan Perlindungan Investor di Pasar Modal*, Jakarta.
- Pailati, Aida. 2006. *Pengaruh Nilai, Kepuasan Terhadap Perbankan di Sulawesi Selatan*, *Jurnal Ekonomi Pemasaran*. www.petra.co.id.
- Parasuraman, Ziethmal dan Berry (2008)" *Pelayanan Pelanggan Yang Sempurna*, Edisi Revisi, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.

Payne, Adrian, (2007), **Pemasaran Jasa**, Cetakan I, Edisi I, Penerbit Andi offset, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy dan Diana Anastasia, 2009. **Penerapan Sistem Kualitas Dalam Industri Jasa Berdasarkan Konsep Quality Service**, Manajemen dan Usahawan – LMFE – UL, Jakarta

Tjiptono, Fandy, 2008. **Manajemen Pemasaran Jasa**, Bayumedia, Malang.

Sugiyono. 2012. **Metode Penelitian Bisnis**. CV. Alfabeta, Bandung.

Umar, Husein. 2004. **Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen**. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Dinda Monika Mediana Bahri, (2010) Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pasa Bank BRI Cabang Pattimura Semarang), Universitas Diponegoro Semarang.

Wiguna, Irfan Setya, (2008) Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT.Armada Safari Suci Bandung, Universitas Widyatama Semarang

Titis Dwitiya Paramarta, (2011), Pengaruh Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Perusahaan "Couple Distro" Malang), Universitas muhammadiyah, Malang

Jurnal :

Winarti Setyorini, 2011, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Mahkota Di Pangkajene, Fakultas Ekonomi Universitas Antakusuma (UNTAMA) Pangkalan Bun, FEBRUARI 2011, VOLUME 3 NOMOR 1