

**PENGARUH *REWARD* DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS
ANGGOTA (Studi Kasus Pada Anggota KPRI Guyub Rukun
Banjarmangu, Banjarnegara)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
dalam Ilmu Ekonomi Islam



Disusun Oleh :

ASIH NOVIANTI
1505026011

**PROGRAM STUDI S1 EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2022

Nurudin, S.E., MM
NIP. 19900523 201503 1 004
Fita Nurotul Faizah, M.E
NIP. 19940503 201903 2 026

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks
Hal : Naskah Skripsi
An. Asih Novianti

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang
di Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, serta menjalankan perbaikan seperlunya, bersama dengan ini kami selaku pembimbing berpendapat bahwa naskah saudara :

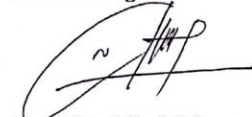
Nama : Asih Novianti
NIM : 1505026011
Judul : Pengaruh *Reward* Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Anggota (Studi Kasus Pada KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara)

Dengan ini kami mohon, kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 17 Mei 2022

Pembimbing I



Nurudin, S.E., MM
NIP. 19900523 201503 1 004

Pembimbing II



Fita Nurotul Faizah, M.E
NIP. 19940503 201903 2 026



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALIASONGO SEMARANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Semarang 50185. Telp./Fax. : (024) 7608454
Website : www.febi.walisongo.ac.id, Email : febi@walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Nama : Asih Novianti

NIM : 1505026011

Judul : Pengaruh *Reward* Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Anggota (Studi Kasus Pada Anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara)

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal: 08 Juni 2022

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2021/2022.

Semarang, 08 Juni 2022

Ketua Sidang

Farah Amalia, S.E., M.M.

NIP. 19940118 201903 2 026

Penguji I

Rakhmat Dwi Pambudi, SE., M.Si.

NIP. 19860731 201903 1 008

Pembimbing I

Nurudin, S.E., MM.

NIP. 19900523 201503 1 004

Sekretaris Sidang

Fita Nurotul Faizah, M.E

NIP. 19940503 201903 2 026

Penguji II

Septiana Na'afi, S.H.I.,M.S.I.

NIP. 19890924 201903 2 018

Pembimbing II

Fita Nurotul Faizah, M.E

NIP. 19940503 201903 2 026

PERSEMBAHAN

1. Kepada Allah SWT yang senantiasa melimpahkan nikmat yang luar biasa tak terhitung, memberi kesulitan agar diri ini ingat dan lebih mendekatkan diri, memberi kemudahan agar diri ini semakin bersyukur dalam melewati segala proses dalam skripsi ini..
2. Kepada Nabi Agung Muhammad SAW yang senantiasa dijadikan sebagai tauladan sehingga mampu menjadikan penulis tidak menyerah dalam melewati rintangan sehingga skripsi ini bisa selesai.
3. Kepada Almarhum Bapak Sukamto dan Almarhumah Ibu Umi Muntofingah sebagai orang tua penulis yang selalu menjadikan kekuatan dan penyemangat penulis untuk menyelesaikan sekripsinya.
4. Kepada seluruh saudara dan kerabat yang selalu mensupport penulis dan membantu baik secara finansial ataupun tenaganya dalam penyusunan skripsi penulis.
5. Kepada sahabat-sahabat tercinta khususnya Lilis Sugiharti yang selalu mensupport dan selalu ada untuk penulis dalam kondisi apapun.
6. Dan terakhir kepada Alumniku UIN Walisongo Semarang, serta pembaca sekalian, semoga dapat mengambil manfaat dari skripsi ini.

MOTTO

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لِّنَا لَعَلَّهٗ يَتَذَكَّرُ اَوْ يَخْشَىٰ ﴿٤٤﴾

Artinya : “maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut”. (QS. Ta-ha;44)

DEKLARASI

Dengan dilandasi kejujuran serta tanggung jawab, penulis menerangkan bahwa skripsi ini tidak memuat materi yang telah ditulis atau diterbitkan orang lain. Serta skripsi ini tidak memuat pikiran-pikiran orang lain, terkecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan sebagai bahan rujukan.

Semarang, 17 Mei 2022

Deklarator

Asih Novianti

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan alih aksara atau alih huruf dari satu abjad ke abjad lainnya. Transliterasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu transliterasi Arab-latin yang merupakan penulisan huruf arab dengan disertai pelengkapannya.

Skripsi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama serta Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1987 serta Nomor : 0543b/U/1987.

ا	A	ط	t
ب	B	ظ	z
ت	T	ع	'
ث	s	غ	gh
ج	J	ف	f
ح	h	ق	q
خ	Kh	ك	k
د	D	ل	l
ذ	Z	م	m
ر	R	ن	n
ز	Z	و	w
س	S	ه	h
ش	Sy	ء	'
ص	s	ي	y
ض	d		

Bacaan madd:

ā = a panjang

i> = i panjang

ii> ū = u panjang

Bacaan diftong:

au = أو

ai = أي

iy = إي

ABSTRAK

Loyalitas Anggota merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan. Karena hal tersebut berkaitan dengan produk yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota serta kepuasan dalam melayani anggota. Pentingnya mengetahui tingkat loyalitas anggota terhadap suatu produk atau jasa karena dapat dijadikan sebuah parameter untuk membuat produk selanjutnya maupun meningkatkan kualitas yang telah ada. Adanya loyalitas anggota tak lepas dari kepuasan dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan juga *reward* kepada para anggota. Adanya *reward* diharapkan mampu meningkatkan loyalitas anggota terhadap koperasi. Selain itu juga diharapkan mampu menarik anggota baru lainnya untuk ikut andil dalam koperasi tersebut.

Tujuan adanya penelitian ini adalah mengetahui keterkaitan antara dua variabel yaitu *reward* dan kepuasan layanan terhadap loyalitas anggota dengan mengambil objek penelitian yaitu KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara.

Pada penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Sedangkan untuk teknik analisis penelitian ini menggunakan teknik deskriptif serta teknik analisis berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Reward* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Anggota. (2) Kepuasan Layanan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Anggota. (3) *Reward* dan Kepuasan Layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota.

Kata Kunci : *Reward, Kepuasan Layanan, Loyalitas Anggota*

KATA PENGANTAR

Segala rahmat & syukur tak lupa penulis haturkan pada Allah SWT yang senantiasa mengasihi hambanya serta melimpahkan segala rahmat maupun hidayah utamanya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan karya sebagai pemenuh syarat mendapatkan gelar sarjana strata I. Shalawat *ma'assalam* tak lupa senantiasa tercurahkan pada baginda Nabi Muhammad SAW.

Ucapan terimakasih serta penghargaan setinggi-tingginya peneliti sampaikan kepada segala pihak yang telah memperlancar penulisan skripsi ini, terkhusus :

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag., selaku Dekan FEBI UIN Walisongo Semarang
3. H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag, selaku Ketua Jurusan S1 Ekonomi Syariah
4. Dr.H. Nur Fatoni, M.Ag, selaku Wali Dosen saya
5. Pembimbing saya terkasih yang sangat baik hati serta senantiasa mendengar keluhan saya hingga bait ini tersusun menjadi Skripsi yaitu Bpk Nurudin, S.E.,MM, serta Ibu Fita Nurotul Faizah, M.E.
6. Bapak dan Ibu dosen, serta Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang senantiasa membantu.
7. Terima kasih kepada kedua orang tua Almarhum Bapak Sukanto Dan Almarhumah Ibu Umi Muntofingah selaku orang tua penulis.
8. Sahabat sahabat penulis khususnya Lilis Sugiharti yang selalu ada di situasi dan kondisi apapun.
9. Seluruh anggota dan Karyawan KPRI Guyub Rukun Banjarmangu.
10. Berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih belum sempurna, untuk itu penulis sangat mengharap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan penelitian di masa mendatang. Semoga Allah SWT senantiasa membalas amal baik yang telah bapak dan ibu dosen berikan. Dan harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri sendiri dan semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, 17 Mei 2022

Peneliti,

Asih Novianti
NIM.1505026011

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
DEKLARASI.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II.....	6
KAJIAN PUSTAKA	6
2.2 <i>Reward</i>	6
2.2.1 Pengertian <i>Reward</i>	6
2.2.2 Faktor- faktor yang mempengaruhi reward.....	8
2.2.3 Tujuan adanya <i>reward</i>	9
2.2.4 <i>Reward</i> Perspektif Islam	9
2.1 Loyalitas	11
2.1 Pengertian Loyalitas	11
2.2 Loyalitas Perspektif Islam	12
2.3 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Loyalitas	14
2.3 Kepuasan	14
2.3.1 Pengertian Kepuasan	14
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan	16

2.4 Penelitian Terdahulu.....	17
2.5 Kerangka Berpikir	19
2.6 Hipotesis	20
BAB III	22
METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Jenis Penelitian serta Sumber Data	22
3.1.1 Jenis Penelitian	22
3.1.2 Sumber Data	22
3.2 Populasi dan Sampel	23
3.2.1 Populasi	23
3.2.2 Sampel	23
3.3 Metode dan Pengumpulan Data.....	24
3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran.....	25
3.4.1 Variabel Penelitian.....	25
3.4.2 Pengukuran.....	25
3.5 Metode Analisis Data	28
3.5.1 Uji Kualitas Data.....	28
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda	32
3.5.4 Uji Hipotesis.....	33
BAB IV.....	35
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 HASIL PENELITIAN.....	35
4.1.1 Gambaran Umum Penelitian.....	35
4.1.2 Karakteristik Responden.....	37
4.1.3 Pengujian Kualitas Data	38
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	40
4.1.5 Analisis Regresi Linier Berganda	44
4.1.6 Pengujian Hipotesis.....	46
4.2 Pembahasan Ouput Penelitian	49
4.2.1 Pengaruh <i>reward</i> terhadap loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu	49
4.2.2 Pengaruh Kepuasan Layanan (X2) Terhadap Loyalitas Anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu	50
BAB V	51
PENUTUP	51

5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	54
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Anggota Koperasi	3
Tabel 1.2	Pendapatan Bidang Usaha.....	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1	Variabel & Pengukuran.....	27
Tabel 4.1	Pengurus/Pengawas Masa Bhakti 2021/2023	36
Tabel 4.2	Karyawan Masa Kontrak 2021/2023.....	37
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.4	karakteristik Lama Menjadi Anggota	38
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Data.....	39
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Penelitian	40
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov- <i>Smirnov</i>	41
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinearitas.....	42
Tabel 4.9	Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Uji <i>glejser</i>	44
Tabel 4.10	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	45
Tabel 4.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	46
Tabel 4.12	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	47
Tabel 4.13	Hasil Uji Parsial (Uji t)	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berfikir	19
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas dengan <i>P-Plot</i>	41
Gambar 4.2	Hasil Uji Heterokedastisitas menggunakan <i>Scatter-Plot</i> ...	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian.....	59
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	60
Lampiran 3 Data Hasil Penelitian.....	62
Lampiran 4 Hasil Uji Karakteristik Responden	68
Lampiran 5 Data Validitas dan Reliabilitas.....	69
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	72
Lampiran 7 Analisis Linier Berganda	74
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis.....	75
Lampiran 8 Dokumentasi	78

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Koperasi merupakan wadah bagi sekelompok orang dalam melakukan kerjasama ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan bersama yang dijalankan sesuai ketentuan yang ditetapkan oleh masing masing koperasi. Dalam koperasi, aktivitas ekonomi dilakukan secara bersama dan saling tolong menolong untuk kepentingan dan tujuan bersama anggota. Koperasi menjadi lembaga yang mempersatukan dan memperkokoh kedudukan dan status anggotanya khususnya dalam bidang ekonomi dan sosial.

Eksistensi lembaga koperasi sebagai wadah kerjasama diharapkan memberi manfaat yang maksimal dalam mewujudkan kemakmuran bersama anggotanya. Oleh sebab itu, berbagai kebijakan telah dilakukan oleh pemerintah agar lembaga ini berkembang dinamis. Berbagai kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan koperasi demikian spesifiknya karena koperasi berbeda dengan bentuk perusahaan-perusahaan lainnya. Koperasi mempunyai prinsip-prinsip tersendiri antara lain (UU No. 25 Tahun 1992): Keanggotaan bersifat terbuka dan sukarela, Pengelolaan dilakukan secara demokratis, Pembagian SHU dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota, Pemberian balas jasa yang terbatas atas modal, Kemandirian, Pendidikan perkoperasian dan Kerjasama antar koperasi.

Koperasi pada intinya adalah pembentukan badan usaha yang bertujuan untuk menggalang modal dan kerja sama untuk mencapai tujuan anggota. Pembentukan badan usaha koperasi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa bagi para anggota, baik yang bersifat individual maupun kelompok. Perekonomian nasional dengan demikian menjadi sangatlah penting dalam usaha mencapai cita-cita yang diharapkan. Perekonomian yang tujuan utamanya adalah pemerataan dan pertumbuhan ekonomi bagi seluruh rakyat Indonesia. Menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 Pasal 1 Ayat 1 tentang perkoperasian menyatakan bahwa koperasi adalah “badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi dan sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan”.

Keberhasilan koperasi dalam mencapai tujuannya dapat diukur dari peningkatan kesejahteraan anggota. Kesejahteraan bermakna sangat luas dan juga bersifat relatif, karena ukuran sejahtera bagi seseorang dapat berbeda satu sama lain. Walaupun demikian, keberhasilan koperasi dalam meningkatkan kesejahteraan sosial ekonomi anggotanya akan lebih mudah diukur, apabila aktivitas ekonomi yang dilakukan anggota melibatkan koperasi, dengan demikian, tujuan koperasi itu dapat diwujudkan. Salah satu faktor dalam mewujudkan kesejahteraan anggota koperasi dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar anggota koperasi menjadi loyal terhadap koperasi.

Sedangkan di era globalisasi sekarang ini kehidupan dunia bisnis mengalami perkembangan dan peningkatang yang semakin pesat, hal ini menimbulkan tingkat persaingan yang semakin tinggi dan semakin kompleks karena antar koperasi akan mengalami lebih banyak pesaing namun dituntut untuk memenuhi target yang telah ditentukan. Persaingan yang semakin ketat ini didasari oleh semakin cerdasnya konsumen dalam memilih produk, kesadaran tingkat harga satu sama lain dan kepuasan konsumen terhadap pelayanan koperasi. Hal tersebut menjadikan koperasi untuk meningkatkan dan menyebar luaskan informasi positif agar anggota semakin bertambah dan anggota yang sudah ada tetap loyal kepada koperasi tersebut.

Dalam konsep manajemen, *reward* merupakan salah satu alat untuk meningkatkan motivasi kinerja sedangkan bagi anggota suatu perusahaan atau organisasi *reward* merupakan metode mengasosiasikan perbuatan dan kelakuan seseorang dengan perasaan bahagia, senang dan biasanya akan membuat mereka melakukan sesuatu perbuatan baik secara berulang-ulang. *Reward* juga bertujuan agar seseorang menjadi semakin giat dalam berpartisipasi dalam berbagai hal yang berkaitan dengan unit usaha yang di jalankan oleh perusahaan yang di maksud disini adalah koperasi.

Kepuasan anggota adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kepuasan anggota merupakan perbedaan antara yang diharapkan anggota dengan situasi yang diberikan koperasi didalam usaha memenuhi harapan anggota. Sehingga yang menjadi indikator kepuasan anggota dan harapan anggota antara lain, pelayanan memuaskan, pelayanan sesuai harapan, keterbukaan antara anggota dan koperasi, ketersediaan barang dan jasa, dan minat penggunaan ulang.

Kotler, Haye dan Bloom (2002) menyebutkan ada enam alasan mengapa suatu institusi perlu mendapatkan loyalitas pelanggannya. Pertama: pelanggan yang ada lebih prospektif, artinya pelanggan loyal akan memberi keuntungan besar kepada institusi. Kedua: biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar berbanding menjaga dan mempertahankan pelanggan yang ada. Ketiga: pelanggan yang sudah percaya pada institusi dalam suatu urusan akan percaya juga dalam urusan lainnya. Keempat: biaya operasi institusi akan menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan yang loyal. Kelima: institusi dapat mengurangi biaya psikologis dan sosial dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan institusi. Keenam: pelanggan loyal akan selalu membela institusi bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan.¹

KPRI Guyub Rukun adalah lembaga usaha ekonomi yang didirikan pada tahun 08 Agustus 1962 yang beralamat di Desa Banjarmangu, Kec. Banjarmangu, Kab. Banjarnegara. Tujuan berdirinya KPRI Guyub Rukun adalah sesuai dengan UU Nomer 25 Tahun 1992 Bab II Pasal 3 dengan tujuan untuk mensejahterakan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Bidang usaha yang ditawarkan KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara antara lain adalah unit simpan pinjam, unit pertokoan, Alfamart, Unit usaha lainnya (persewaan, fotocopy dan cucian mobil), bidang permodalan. Kemajuan teknologi komunikasi juga ikut berperan meningkatkan intensitas persaingan, karena memberi pelanggan akses informasi yang lebih banyak tentang berbagai macam produk yang ditawarkan. Artinya pelanggan memiliki pilihan lebih banyak dalam memilih produk yang diinginkan. Oleh karena persaingan yang semakin ketat antar perusahaan jasa pelayanan tersebut KPRI Guyub Rukun Banjarmangu melakukan alternatif dalam menarik konsumen untuk menggunakan jasanya dan anggota yang sudah ada untuk tetap setia kepada perusahaan. Dengan adanya DSN-MUI NO 86/DSN-MUI/XII/2002 perusahaan dapat menarik konsumen dengan menggunakan sistem *reward* kepada anggota dan meningkatkan kepuasan dengan memaksimalkan pelayanannya.

Dilihat dari empat tahun terakhir KPRI Guyub Rukun mengalami penurunan Jumlah anggota walaupun di tahun 2021 mengalami peningkatan jumlah anggotanya

¹ Ahmad Mardaris, *Meraih Loyalitas Pelanggan*, vol.9 no 2 Desember 2005, hal. 111-119.

dan penurunan penghasilan di berbagai bidang usaha yang dijalankan, hal ini dibuktikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1
Jumlah Anggota Koperasi

No	Tahun	Masuk	Keluar	Jumlah
1.	2018	4	14	178
2.	2019	2	15	165
3.	2020	2	14	153
4.	2021	13	8	158

Tabel 1.2
Pendapatan Bidang Usaha

No	Tahun	Laba Pendapatan
1.	2018	50.419.092
2.	2019	45.550.428
3.	2020	41.045.926
4.	2021	40.228.877

Sumber: Hasil Wawancara penelitian, 23 Maret 2022

Hasil observasi diatas menunjukkan penurunan jumlah anggota dari tahun ke tahun yang diakibatkan karena mutasi, pensiun, dan komunikasi yang kurang antara anggota dan pegawai KPRI Guyub Rukun Banjarmasin Banjarnegara, dan penurunan jumlah pendapatan bidang usaha diakibatkan oleh anggota yang kurang komitmen dengan aturan perkeditan atau kredit macet, kurang berpartisipasi anggota terhadap bidang usaha koperasi dan juga persaingan usaha. Di tahun 2020 sampai

sekarang adanya Covid 19 juga berpengaruh dengan penurunan jumlah pendapatan KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara. Hal tersebut sangat berkaitan dengan *reward* dan kepuasan anggota terhadap koperasi.

Dengan adanya *reward* dan kepuasan anggota tentukan akan mempengaruhi loyalitas anggota terhadap koperasi, dengan loyalitas tersebut diharapkan anggota akan terus bergabung dan berpartisipasi dalam semua bidang usaha KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara. Dari latar belakang yang dijabarkan diatas, maka penulis memberi judul penelitian ini **“PENGARUH *REWARD* DAN KEPUASAN ANGGOTA TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA KPRI GUYUB RUKUN BANJARMANGU BANJARNEGARA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Pokok permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pemberian *reward* terhadap loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarmangu?
3. Bagaimana pengaruh simultan pemberian *reward* dan kepuasan nasabah terhadap anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada perumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pemberian *reward* terhadap loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelayanan terhadap loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara.
3. Guna mengetahui pengaruh *reward* dan kepuasan pelayanan secara simultan terhadap loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang dilaksanakan ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Manfaat Praktis

- a. Pihak KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara., hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan pihak koperasi dalam membuat regulasi, khususnya dalam hal pelayanan agar menarik calon anggota koperasi.
- b. Praktisi koperasi, memberikan pengetahuan pengembangan manajemen pemasaran koperasi syariah.

2. Manfaat Teoritis

- a. Memperkaya khasanah ilmu pengetahuan ekonomi khususnya ekonomi islam dalam bidang koperasi.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada ilmu pengetahuan yang nanti bisa digunakan sebagai acuan ataupun referensi untuk penelitian sejenis sebagai pengembangan ilmu ekonomi islam.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan memberikan gambaran yang jelas mengenai sistematika penulisan skripsi ini, penulis membaginya kedalam beberapa sub bab yang dijabarkan seperti dibawah ini:

BAB I PENDAHULUAN :

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA :

Pada bab ini dijelaskan mengenai teori umum yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian. Pembahasan ini meliputi : peneliti terdahulu, kerangka teoritis, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN :

Pada bab ini dijelaskan mengenai pendekatan dan metode penelitian yang digunakan. Uraian yang digunakan meliputi metode penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan sampel, metode penarikan kuisioner, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN :

Pada bab ini diuraikan tentang analisis data, dan pembahasan atas pengolahan data.

BAB V PENUTUP :

Pada bab ini menguraikan kesimpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian, keterbatasan penelitian, dan juga saran-saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.2 *Reward*

2.2.1 *Pengertian Reward*

Menurut bahasa reward ganjaran, upah, hadiah. Sedangkan dalam Kamus Lengkap Psikologi, reward merupakan sembarang perangsang situasi, atau pernyataan lisan yang bisa menghasilkan kepuasan atau menambah kemungkinan suatu perbuatan.²

Porter-Lawler yang dikutip oleh Mulyadi menyatakan terdapat beberapa fungsi reward yaitu individu mampu memperoleh kinerja dengan meningkatkan persepsi bahwa hasil kerja yang baik dapat memberikan reward dari perusahaan, meningkatkan nilai reward untuk penyebab dari kepuasan atas penghargaan dan rasa loyalitas kerja akan meningkat terhadap perusahaan.³

Reward sendiri diklasifikasikan kedalam dua kategori utama yaitu:

a. *Reward* Intrinsik

Reward intrinsik yaitu sebuah penghargaan yang diterima oleh seorang karyawan yang berasal dari dalam diri dari karyawan tersebut. penghargaan ini biasanya berupa rasa puas dan terkadang juga berupa perasaan bangga terhadap sebuah pekerjaan yang telah dikerjakan sebelumnya. Beberapa bentuk penghargaan intrinsik yaitu:

1) Penyelesaian (*Completion*)

Beberapa orang memiliki kebutuhan untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaannya, dan mereka akan merasa puas setelah tugas atau pekerjaan tersebut telah terselesaikan dengan baik. Rasa puas yang diperoleh dari penyelesaian tugas ini dapat menjadi

² J. P. Chapilin, 2004, *Kamus Lengkap Psikologi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hal. 436.

³ Mulyadi, 2007, *Sistem perencanaan dan Pengendalian Manajemen*, Jakarta: Salemba Empat, hal. 358.

motivasi positif terhadap upaya untuk menyelesaikan tugas selanjutnya.

2) Pencapaian (*Achievement*)

Terkadang seseorang akan merasa bangga terhadap dirinya sendiri setelah meraih sebuah tujuan yang menantang. Perasaan bangga tersebut muncul karena mereka telah melalui usaha untuk mencapai tujuan yang lebih sulit dibandingkan orang lain.

3) Otonomi (*Autonomy*)

Sebagai orang memiliki perasan bahwa mereka perlu dihargai dalam sebuah organisasi. Salah satu contoh agar seseorang merasa dihargai adalah diberinya kesempatan untuk mengambil sebuah keputusan penting dalam organisasi.

4) Pertumbuhan Pribadi (*Personal Growth*)

Dengan berbagai macam jenis tugas yang diberikan oleh seseorang karyawan tentu saja akan meningkatkan keterampilan yang dimilikinya.⁴

b. *Reward* Ekstrinsik

Reward ekstrinsik adalah sebuah penghargaan yang dipeikan oleh seseorang yang memiliki jabatan lebih tinggi atas pencapaian seseorang atas capai. Bentuk penghargaan ini mencakup kompensasi langsung (gaji dan upah, tunjangan sosial, asuransi) dan penghargaan bukan uang (promosi jabatan).

Baik reward intrinsik maupun reward ekstrinsik, keduanya memiliki tujuan yang sama yaitu:

- 1) Menarik orang yang memiliki kualifikasi untuk bergabung dengan organisasi.

⁴ Arik Irawati, 2016, *Pengaruh Pemberian Reward Dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada BMT Lim Satu Sejahtera Jepara)*, UIN Walisongo Semarang, hal. 23.

- 2) Mempertahankan karyawan agar terus datang untuk bekerja
- 3) Memberikan motivasi kepada karyawan untuk mencapai tingkat kinerja yang tinggi.
- 4) Kemudahan pengaturan administrasi dan aspek hukum.
- 5) Bersaing dalam keunggulan kompetitif.
- 6) Menjamin keadilan internal dan eksternal dapat terwujud.
- 7) Penghargaan terhadap perilaku yang diinginkan perusahaan.

Jadi *reward* juga berarti ganjaran atau imbalan yang dapat menghasilkan kepuasan dan memperkuat suatu perbuatan dengan memberikan suatu variabel sehingga terjadi pengulangan.⁵

2.2.2 Faktor- faktor yang mempengaruhi reward

Besar dan kecilnya penghargaan atau kompensasi dipengaruhi oleh berbagai faktor yang memaksa departemen sumber daya manusia untuk menyesuaikan supaya sistem pemberian *reward* perusahaan menjadi efektif. Faktor-faktor tersebut antara lain:

a. Loyalitas anggota atau nasabah

Loyalitas adalah suatu kesetiaan kepada suatu objek menurut Mowen dan Minor (1998) loyalitas adalah kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut, dan termasuk untuk meneruskan pembeliannya di masa mendatang.

b. Kemampuan perusahaan memberi reward

Kemampuan perusahaan memberi reward sangat menentukan besaran reward yang harus dibayar. Disamping itu reward juga dipengaruhi oleh kesediaan dan kesanggupan perusahaan menentukan besaran reward terhadap anggotanya.

c. Produktifitas anggota

⁵ Ivan Ceviche, Konopaske dan Matteson, 2006, *Perilaku Manajemen Organisasi*, Jakarta: Erlangga, hal. 226-227.

Prestasi seorang anggota akan sangat menentukan besar kecilnya kompensasi yang diterima. Semakin loyal anggota maka semakin besar berbagai komponen kompensasi yang diterima.

2.2.3 Tujuan adanya *reward*

Dampak Pemberian Reward Perusahaan memiliki tujuan dalam pemberian reward yaitu:

- a. Sebagai pemberian penjelasan terhadap hak maupun kewajiban yang diterima oleh seseorang.
- b. Sebagai pemenuhan keinginan sesuai dengan kesepakatan pihak yang menerima reward.
- c. Sebagai penggambaran karisma perusahaan yang mampu memberi berbagai bentuk reward dengan tepat waktu.
- d. Untuk menjelaskan pada pihak stakeholder, bahwa perusahaan dapat memenuhi likuiditasnya dengan tepat waktu.
- e. Mampu memajukan nama perusahaan sebagai perusahaan yang memiliki loyalitas dan berdedikasi tinggi atas kepedulian dan kesejahteraan sesama.

2.2.4 *Reward* Perspektif Islam

Dalam bahasa arab, reward (ganjaran) diistilahkan dengan tsawab. Kata ini banyak ditemukan dalam Al-Quran, khususnya ketika membicarakan tentang apa yang akan diterima oleh seseorang, baik didunia maupun di akhirat dari amal perbuatannya. Kata tsawab selalu diterjemahkan kepada balasan yang baik. sebagaimana salah satunya dapat dilihat dalam firman Allah pada surat Ali-Imran ayat 145,148 dan An-Nisa ayat 143, sebagai berikut :

وَمَا كَانَ لِنَفْسٍ أَنْ تَمُوتَ إِلَّا بِإِذْنِ اللَّهِ كَتَبْنَا مُوَجَّلًا ۖ وَمَنْ يُرِدْ ثَوَابَ الدُّنْيَا نُؤْتِهِ مِنْهَا ۖ وَمَنْ يُرِدْ
ثَوَابَ الْآخِرَةِ نُؤْتِهِ مِنْهَا ۖ وَسَنَجْزِي الشَّاكِرِينَ - ١٤٥

Artinya : "Dan setiap yang bernyawa adalah mati kecuali dengan ijin Allah, sebagai ketetapan yang telah ditentukan waktunya. Barang

siapa menghendaki pahala dunia, niscaya kami berikan kepadanya pahala (dunia) itu, dan barang siapa menghendaki pahala akhirat, kami berikan pula kepadanya pahala (akhirat) itu, dan kami akan memberi balasan kepada orang-orang yang bersyukur”. (Al-Imran:145).⁶

مُدَبِّبِينَ بَيْنَ ذَلِكَ لَا إِلَى هُوَاءٍ وَلَا إِلَى هُوَاءٍ ۗ وَمَنْ يَضِلَّ اللَّهُ فَلَنْ تَجِدَ لَهُ سَبِيلًا - ١٤٣

Artinya : “Mereka dalam keadaan ragu antara yang demikian (iman atau kafir), tidak termasuk kepada golongan ini (orang beriman) dan tidak (pula) kepada golongan ini (orang kafir). Barang siapa dibiarkan sesat oleh Allah, maka kamu tidak akan mendapatkan jalan (untuk memberi petunjuk) baginya”. (An-Nisa:143).⁷

Dari kedua ayat diatas, maka tsawab identik dengan ganjaran yang baik. Seiring dengan hal ini, maka dari kata *tsawab* dalam kaitan pekerjaan adalah pemberian ganjaran yang baik terhadap anggota yang melakukan kebaikan. Agar hal tersebut senantiasa dilakukan secara berulang sehingga meningkatkan kualitas seseorang.

Perhargaan merupakan apresiasi pada suatu kebaikan yang dilakukan oleh seseorang yang dapat dijadikan suatu tauladan. Perhargaan dapat berbagai macam bentuk, seperti materi maupun barang. Dasar dari penghargaan adalah sebagai bentuk menciptakan semangat seseorang maupun kelompok yang telah mencapai suatu kebaikan atau target tertentu. Dengan demikian, Allah SWT memberikan penghargaan pada manusia atas pencapaiannya, yang tertulis dalam Al-Quran sebagai berikut:

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ۗ - ٧

وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ - ٨

Artinya: “Barang siapa yang melakukan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasannya), dan barang siapa

⁶ Qur'an KEMENAG

⁷ Ibid.

yang melakukan kejahatan seberat dzarrahpun, niscaya dia akan melihat balasannya”. (Q.S. Al-Zalzalah: 7-8).⁸

Al-Ghazali menyatakan, bahwa penghargaan dapat berupa hadiah seperti: “Sewaktu-waktu manusia telah terlihat budi pekerti dan perbuatan yang baik serta terpuji, maka selayaknya ia dihargai dan diberi balasan dengan suatu hal yang gembira dan diberi pujian di depan sekumpulan orang”.⁹ Manusia adalah makhluk biologis yang memiliki perasaan. Penghargaan dibutuhkan manusia guna memberikan kekuatan pada dalam kehidupan. Manusia dapat dikatakan sempurna ketika mampu memberikan hasil terbaik serta berdampingan pada perilaku positif yang ada di dalam diri.

2.1 Loyalitas

2.1 Pengertian Loyalitas

Loyalitas pelanggan menurut Wong & Sohal (2003:497) adalah pelanggan yang melakukan pembelian ulang terhadap barang atau jasa dari waktu ke waktu dan mempertahankan sikap baik terhadap barang atau jasa, atau terhadap perusahaan yang memasok barang atau jasa.¹⁰

Sedangkan menurut Oliver (199:34) loyalitas dapat diartikan sebagai komitmen yang dipegang teguh untuk membeli ulang atau berlangganan dengan produk atau jasa yang disukai secara konsisten di masa datang, sehingga menimbulkan pembelian merek atau serangkaian merek yang sama secara berulang, meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran berpotensi untuk menyebabkan perilaku beralih merek.¹¹

⁸ Quran Kemenag.

⁹ Abu Hamid Muhammad al-Ghazali, 2017, *Ihya' Ulumuddin, Juz III, Beirut: Darr al-Kutub alImmiyyah*, Yogyakarta: Lontar Mediatama, hal 78.

¹⁰ Amy dan Amrik Sohal, Wong, 2003, *Service Quality And Customer Loyalty Perspective on Two Level of Retail Relationships, Journal of Services Marketing*, Vol.7 No.5, pp. hal. 495-513.

¹¹ Richard L Oliver, *Whence Consumer Loyalty?*, *Journal of Marketing*, Vol. 63 (Special Issue 1999), hal. 33-44.

Loyalitas merupakan inti dari suatu usaha. Konsep loyalitas dikaitkan dengan perilaku (*behavior*) dari pada sikap, bila seseorang merupakan pelanggan loyal, ia menunjukkan perilaku pembelian *nonrandom* yang diungkapkan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pembelian keputusan (Griffin, 2005:5).¹²

Pengukuran loyalitas lebih dikaitkan dengan pembelian ulang, sehingga dapat diartikan loyalitas sebagai pembelian ulang sebuah merek secara konsisten oleh pelanggan. Loyalitas sendiri tidak terjadi dalam semalam, akan tetapi loyalitas pelanggan datang secara bertahap, selama tahapan-tahapan pengembangan pelanggan maka pelanggan harus dianggap sebagai individu dan diperlakukan sedemikian rupa agar ia tetap loyal dan membantu usaha tumbuh dan berkembang (Griffin, 2005:48).

Didalam memelihara hubungan dengan pelanggan, perilaku terhadap pelanggan merupakan hal yang penting, karena para pelanggan peduli terhadap bagaimana mereka diperlakukan bila melakukan pembelian serta pelayanan yang diterima. Menurut (Griffin, 2005:110) jenis pelayanan yang diterima dapat mengubah pembeli pertama kali menjadi pelanggan berulang terletak pada cara pelanggan memandang konsep pelayanan yang diberikan. Pelanggan akan membandingkan antara harapan terhadap kualitas pelayanan dengan pengalaman yang diterima sebenarnya maka penting untuk memberikan faktor- faktor atau dimensi kualitas pelayanan agar memberikan pengalaman yang positif.¹³

2.2 Loyalitas Perspektif Islam

Loyalitas menurut perspektif Islam adalah *alwala'*. Sedangkan menurut etimologi, *al-wala'* adalah mencintai, mengikuti, menolong dan mendekat pada suatu hal. *Al-wala'* dalam Islam adalah bentuk

¹² Jill Griffin, 2005, *Menumbuhkan Dan Menambahkan Kesetiaan Pelanggan*, Alih Bahasa: Dwi Kartini Yahya, Jakarta: Erlangga, hal. 5.

¹³ Ibid, Griffin, *Menumbuhkan*, hal. 111.

menjalankan syariah Islam sebagai bukti ketaatannya kepada Allah SWT.¹⁴ Seperti dalam firman Allah, sebagai berikut :

وَمِنَ النَّاسِ مَنْ يَشْتَرِي نَفْسَهُ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ وَاللَّهُ رَءُوفٌ بِالْعِبَادِ - ٢٠٧

*Artinya: “Dan diantara umat ada orang yang merelakan hidupnya untuk mengejar ridha Allah. Dan Allah Maha Penyantun kepada seluruh hamba-Nya”. (QS. Al Baqarah: 207).*¹⁵

Muhammad Said Al-Qahthani menjelaskan dalam bukunya, bahwa al-wala’ dapat dikatakan dengan al-muwalat. Ibnu A’rabi juga menjelaskan, bahwa ketika terdapat dua individu dalam keadaan selisih dan setelahnya datang orang ketiga guna memberikan kedamaian, namun orang ketiga tersebut membantu dengan berpihak dan mengarah pada salah satu dari keduanya. Dengan demikian, jika dikatakan “wala fulamim fulanun” yang berarti fulan membantu fulan karena ia mencintainya.¹⁶ Individu yang memiliki loyalitas akan berkeyakinan tinggi serta memberi dukungan pada tujuan dan nilai perusahaan. Individu akan mempunyai keinginan dalam mengerahkan kemampuannya bagi perusahaan serta kemauan tinggi agar mempertahankan posisinya di perusahaan. Loyalitas menjadi sangat penting dan diakui dunia sebab perusahaan telah bergantung pada sikap loyal dari anggota. Individu yang loyal memiliki aspek, salah satunya yaitu mampu mengikuti aturan yang ditentukan.¹⁷

¹⁴ Fitria Solahika Salma dan Ririn Tri Ratnasari, 2015, *Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya*, Jurnal JESIT Vol. 2 No. 4, hal 327.

¹⁵ Qur’an Kemenag.

¹⁶ Muhammad Said Al-Qahthani, 2013, *Al-Wala’ Wal-Bara; Konsep Loyalitas dan Permusuhan Dalam Islam*, Jakarta: Ummul Qura, hal 101.

¹⁷ Elfira Maya Adiba, 2018, *Kepemimpinan Islami, Kepuasan Kerja, Komitmen Kerja dan Loyalitas Kerja Karyawan Bank Syariah Mandiri di Sidoarjo*, Jurnal al-Uqud: Journal of Islamic Economics Vol.2 No.1, hal 71.

2.3 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Loyalitas

Faktor-faktor yang membentuk loyalitas nasabah Swastha dan Handoko menyatakan lima faktor utama yang mempengaruhi loyalitas, sebagai berikut:

1. Kualitas produk, mutu produk yang baik akan terus mempengaruhi kualitas kepuasan nasabah, lalu jika hal tersebut berlanjut secara terus-menerus hendak membuat nasabah tetap memesan ataupun memanfaatkan produk tersebut hal ini disebut dengan loyalitas pelanggan.
2. Kualitas jasa, selain kualitas produk ada beberapa hal berbeda yang meningkatkan loyalitas konsumen ialah kualitas layanan.
3. Emosional, disini diartikan sebagai kepercayaan penjual biar usahanya lebih berkembang. Karyawan tersebut akan memunculkan gagasan yang mampu meningkatkan bisnisnya.
4. Harga, seluruh orang tentu mendapatkan barang dengan harga murah dan bersaing. Jadi, harga disini didefinisikan dengan arti lain, harga yang mahal karena kualitas dari produknya atau harga yang mahal karena kualitas jasa yang sempurna.
5. Biaya, orang berfikir tentang perusahaan yang produknya berkualitas dan bagus menggunakan biaya dalam melakukan promosi atau produksi. Sehingga konsumen meningkatkan kesetiaan pada produk tersebut.¹⁸

2.3 Kepuasan

2.3.1 Pengertian Kepuasan

Menurut Kotler, kepuasan anggota adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja suatu produk yang ia rasakan atau alami terhadap harapannya.¹⁹ Tjipjono mendefinisikan

¹⁸ Basu Swastha dan Hani Handoko, 2014, *Perilaku Komunikasi*, Yogyakarta: BPEF, hal. 83.

¹⁹ Philip Kotler, 1997, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, diterjemah, Hendra Teguh dan Antonius Rusli, Jakarta: Prenhallindo, hal. 36.

kepuasan anggota adalah evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan anggota, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.²⁰

Dalam Islam dijelaskan bahwa kepuasan anggota didapat dengan merasakan pelayanan yang baik. Al-Quran telah memerintahkan agar kaum muslim bersifat simpatik, lembut dengan sapaan yang baik dan sopan manakala ia berbicara dengan orang lain. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 83

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ
وَالْمَسْكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنتُمْ
مُعْرِضُونَ - ٨٣

Artinya : “Dan (ingatlah) ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil, “Janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat-baiklah kepada kedua orang tua, kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin. Dan bertuturkatalah yang baik kepada manusia, laksanakanlah salat dan tunaikanlah zakat.” Tetapi kemudian kamu berpaling (mengingkari), kecuali sebagian kecil dari kamu, dan kamu (masih menjadi) pembangkang”.(QS. Al-Baqarah: 83).²¹

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa secara umum pengertian kepuasan anggota merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara harapan (*expectation*) kinerja yang dirasakan dengan pelayanan yang diterima (kenyataan yang dialami).

a. Faktor-faktor kepuasan anggota

Menurut Al-Arif, faktor utama yang menentukan kepuasan adalah meliputi:

1. *Expectation* (apa yang diharapkan)
2. *Perceived performance* (pelayanan yang diterima)

²⁰ Fandy Tjipjono, 2014, *Pemetaan Jaya, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Surabaya: Andi Publisher, hal. 15-16.

²¹ Quran Kemenag.

2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan

Menurut Rangkuti dalam Atmawati (2004) kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Adapun faktor–Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sebagai berikut:

- a. Nilai pelanggan antara lain:
 1. Menerima atas keluhan pelanggan.
 2. Tanggap atas keluhan pelanggan.
 3. Memiliki banyak jenis pelayanan.
 4. Memberikan informasi dengan baik terhadap sesuatu yang dibutuhkan pelanggan.
- b. Respon pelanggan antara lain :
 1. Tetap setia lebih lama.
 2. Membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk-produk yang ada.
 3. Membicarakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dengan produk-produknya.
 4. Memberi perhatian yang lebih sedikit kepada merek-merek dan iklan- iklan pesaing serta kurang peka terhadap harga.
 5. Menawarkan gagasan jasa atau produk kepada perusahaan.
- c. Persepsi pelanggan antara lain :
 1. Pelanggan merasa puas dengan proses dan pelayanan yang diberikan.
 2. Pelanggan merasa aman dan nyaman selama berurusan dengan perusahaan tersebut.
 3. Memberikan saran untuk keluhan pelanggan baik melalui kotak saran atau e-mail.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang relevan dengan penelitian yang dilakukan, sehingga dapat digunakan sebagai bahan rujukan bagi peneliti agar posisi penelitian menjadi jelas arah dan tujuannya. Tujuan adanya penelitian terdahulu ialah sebagai bahan masukan untuk memperkuat penelitian pengaruh bagi hasil dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung pada bank syariah.

Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi referensi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Tresia Karli kawulur, Dkk (2018)	Pengaruh <i>Reward and Punishment</i> Terhadap Loyalitas Karyawan di PT Columbia Perdana Cabang Manado	<i>Reward</i> berpengaruh positif terhadap Loyalitas Karyawan
2	Mutia Sari (2019).	Evita Pengaruh Reward, Etos Kerja Terhadap Kinerja Petugas Kebersihan Dinas Perumahan Rakyat Kawasan Pemukiman Kebersihan Dan Pertamanan Tanjungpinang dengan Loyalitas Kerja Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Petugas Lepas Bagian Sapu Jalan).	reward tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja dan loyalitas kerja tidak memediasi reward terhadap kinerja
3	Taufiq Risal	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah	Kepuasan anggota mempunyai pengaruh

(2019)	Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada BMT Kampoeng Syariah	positif dan signifikan terhadap loyalitas	
4	Musdalifah dan Fuad Hasan (2020)	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai mediasi di KPRI Makmur Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan	Kepuasan anggota memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas
5	Arian Saputra (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Koperasi Syariah BMT Masyarakat Madani	kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

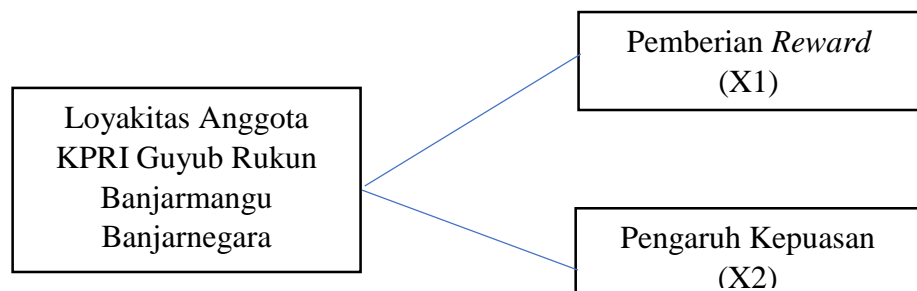
1. Perbedaan penelitian yang di buat oleh Tresia Karli Kawulur dengan penelitian yang saya buat adalah terletak pada perbedaan dari salah satu variabel X, lalu tempat penelitian yang berbeda.
2. Perbedaan penelitian yang di buat oleh Mutia Evita sari dengan penelitian yang saya buat adalah terletak pada perbedaan dari salah satu variabel X, tempat penelitian, dan hasil dari penelitian yang di lakukan oleh Mutia variabel *reward* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, sedangkan penelitian saya lakukan variabel *reward* berpengaruh positif signifikan.
3. Perbedaan penelitian yang di buat oleh Taufik Risal dengan penelitian yang saya buat adalah terletak pada tempat penelitian, sedangkan variabel dan hasil penelitian sama.
4. Perbedaan penelitian yang di buat oleh Musdalifah Dan Fuad Hasan dengan penelitian yang saya buat terletak pada perbedaan tempat penelitian, variabel X yang berbeda dan hasil dari penelitian yang juga berbeda.

5. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Arian Saputra dengan penelitian yang saya buat adalah terletak pada tempat penelitian dan variabel X yang di gunakan.

2.5 Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai hal penting. Untuk dapat mempengaruhi kepuasan nasabah untuk menggunakan jasa maka pihak perbankan syariah perlu menyusun suatu strategi yang tepat terpadu dan berkesinambungan, diantaranya dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan mengoptimalkan bagi hasil. Kerangka berfikir dapat dijelaskan dengan gambar :

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



2.6 Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah simpulan teoritis dan sementara dalam penelitian. Atau bisa dikatakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin atau paling tinggi kebenarannya. Dengan kata lain hipotesis merupakan dugaan yang mungkin benar atau mungkin salah yang membutuhkan pembuktian atau diuji kebenarannya. Berikut gambaran hipotesis penelitian ini:

6. Pengaruh *Reward* Terhadap Loyalitas Anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara

Reward merupakan ganjaran atau imbalan yang dapat menghasilkan kepuasan dan memperkuat suatu perbuatan dengan memberikan suatu variabel sehingga terjadi pengulangan. Pemberian reward secara alternatif untuk menimbulkan rasa loyalitas dan produktivitas kerja diantaranya *congruence*, *equity*, *equality*, dan kebutuhan alokasi.

Dari riset yang telah dilakukan oleh Tresia Karli Dkk (2018) memperoleh hasil bahwa *Reward* berpengaruh positif terhadap Loyalitas Karyawan PT Columbia Perdana Cabang Manado. Maka dari hasil penelitian tersebut, dapat dijadikan hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

H1 = *Reward* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara

2. Pengaruh Kepuasan Anggota Terhadap Loyalitas Anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara

Kepuasan anggota adalah evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan anggota, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Terdapat beberapa faktor yang berpengaruh pada kepuasan dari pelanggan yaitu nilai pelanggan, respon pelanggan serta persepsi pelanggan.

Ketiga hal tersebut yang selanjutnya dapat dijadikan sebuah evaluasi ditubuh perusahaan baik dalam hal pelayanan maupun hal lain.

Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Taufiq Risa (2019) menunjukkan bahwa Kepuasan anggota mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Dari hasil penelitian ini diperoleh hipotesis :

H₂ = Kepuasan anggota mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara

3. Pengaruh *Reward* dan Kepuasan Anggota Terhadap Loyalitas Anggota KPRI Guyub Rukun Banjarnegara Banjarmangu

Loyalitas dapat diartikan sebagai komitmen yang dipegang teguh untuk membeli ulang atau berlangganan dengan produk atau jasa yang disukai secara konsisten di masa datang, sehingga menimbulkan pembelian merek atau serangkaian merek yang sama secara berulang, meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran berpotensi untuk menyebabkan perilaku beralih merek.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tresia Karli dkk (2018) dan Arian Saputra (2018) dengan hasil *reward* dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Maka dari hasil tersebut diperoleh hipotesis pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

H₃ = *Reward* dan kepuasan anggota mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian serta Sumber Data

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif. Sugiyono mengemukakan bahwa penelitian dengan metode kuantitatif merupakan metode dengan landasan filsafat positivism, guna menggali populasi maupun sampel tertentu, dengan cara mengambil sampel secara acak.²² Pendekatan ini dimanfaatkan saat data penelitiannya berbentuk angka serta analisisnya menggunakan SPSS (Statistical Product and Service Solutions).

3.1.2 Sumber Data

Penelitian ini mendapatkan sumber data dari data primer serta sekunder.

1. Data Primer

Data ini merupakan sumber yang didapat langsung dari yang diteliti.²³ Pada penelitian yang telah dilakukan, data primer ini berbentuk jawaban dari pernyataan-pernyataan yang tertuang pada kuesioner yang dibagikan kepada responden.

2. Data Sekunder

Data ini merupakan data yang didapat dari sumber yang tidak langsung diberikan ke peneliti.²⁴ Data sekunder bisa berbentuk output orang lain seperti dokumen yang sudah di publikasi, atau bisa juga dari jurnal, buku, karya ilmiah ataupun skripsi, dan instansi yang berkaitan dengan hal yang diteliti.

²² Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, hal. 13.

²³ Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research & Development)*, Bandung : ALFABETA, hal. 222.

²⁴ *Ibid*, hal. 222.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Cooper (2014) mengemukakan, populasi berhubungan dengan semua kelompok entah itu orang, objek yang menjadi pusat perhatian maupun peristiwa yang bisa untuk diteliti.²⁵

Sedangkan menurut bungin (2010), populasi berarti kelengkapan objek penelitian yang bisa berupa manusia, hewan, udara, peristiwa, tumbuhan, sikap hidup, serta lainnya.²⁶ Untuk mengantisipasi populasi agar tidak cuma kuantitas yang terdapat pada objek ataupun subjek yang dipelajari, akan tetapi mencakup keseluruhan ciri yang dipunya subjek ataupun objek tersebut. Dalam penelitian ini populasinya adalah anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara sejumlah 158 anggota.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan potongan dari jumlah serta ciri yang dipunya populasi tersebut. Jika populasi luas serta tidak memungkinkan peneliti untuk memahami keseluruhan yang berkaitan dengan populasi, seperti terbatasnya dana, waktu, maupun energy. Maka, peneliti bisa memilih opsi sampel yang tepat dipetik dari populasi tersebut.²⁷ Dengan pengambilan sampel kemudian peneliti akan menarik kesimpulan yang akan digeneralisasikan terhadap populasi.

Pengambilan sampel untuk penelitian menurut Suharsimi Arikunto (2010: 112), jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih.

Cara menentukan sampel pada penelitian ini yaitu memakai *probability sampling* atau Teknik *random sampling* yaitu cara mengambil sampel dengan membuka kesempatan yang sama pada tiap komponen populasi guna diseleksi menjadi sampel.

Cara menentukan sampel pada penelitian ini yaitu memakai *probability sampling* yaitu cara mengambil sampel dengan membuka kesempatan yang

²⁵ Sudaryono, 2017, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo, hal. 165.

²⁶ Burhan Bungin, 2011, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik, serta ilmu-ilmu sosial lainnya*, Jakarta: Kencana, hal. 109.

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian dan Pengembangan...*, hal. 136.

sama pada tiap komponen populasi guna diseleksi menjadi sampel. Dengan menggunakan penarikan *sampling purposive* yakni Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.²⁸

Untuk menentukan sampel digunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+(N)e^2}$$

$$n = \frac{158}{1+(158)0,01^2}$$

$$n = 62$$

s = sampel

N = populasi

e = derajat ketelitian atau nilai kritis yang digunakan

Metode pengambilan sampel digunakan dengan cara *sample random*. *Sample random* yaitu mencampur subjek-subjek di dalam populasi, sehingga semua subjek dianggap sama.²⁹ Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah sebagian dari populasi anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara sejumlah 62 responden.

3.3 Metode dan Pengumpulan Data

Pengumpulan menjadi proses terpenting di penelitian, karena berhasil atau tidaknya penelitian ini tergantung pada proses pengumpulan data. Dimana dalam pengumpulan data bahan-bahan yang nantinya akan diolah harus benar-benar dipertanggungjawabkan. Pada penelitian ini memakai cara angket atau kuesioner dan observasi ke lapangan.

Pada penelitian ini kuesioner berperan penting sebagai instrument utama disertai dengan wawancara dan dokumentasi sebagai pendukung.

a. Angket/Kuesioner ini menyebarkan data ke responden berharap agar responden

²⁸ Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung:Alfabeta, hal. 7-8.

²⁹Ghozali, Imam, 2009, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang : Universitas Diponegoro

mengisi daftar pernyataan tersebut.³⁰ Kuesioner ini tertutup, karena jawabannya hanya tertera didalam kuesioner tersebut.

- b. Wawancara merupakan metode untuk mendapatkan jawaban terkait dengan hal yang diteliti dengan Tanya jawab secara langsung.³¹
- c. Observasi merupakan pengumpulan data dengan melihat sesuatu dengan panca indra.

3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran

3.4.1 Variabel Penelitian

Menurut pendapat dari hatch dan farhady, variabel merupakan ciri seseorang atau objek yang memiliki perbedaan satu dengan lainnya. Sedangkan kerlinger berpendapat bahwa variabel merupakan watak atau konstruk yang akan dipelajari.³² Untuk itu bisa diperoleh kesimpulan variabel merupakan sesuatu yang diamati serta sebagai pusat utama penelitian.

Pada penelitian ini terdapat variabel bebas serta variabel terikat

1. Variabel bebas terdiri dari
 - a. *Reward* (X_1)
 - b. Kepuasan (X_2)
2. Variabel Terikat dalam penelitian ini yaitu Loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara (Y).

3.4.2 Pengukuran

Pengukuran merupakan proses deduktif dengan maksud diawali dengan suatu rancangan, serta pikiran atau ide, dilanjut dengan meformulasikan perangkat ukur guna mengamati secara empiris. Adanya pengukuran ini bertujuan guna memilih data yang mau didapat dari parameter pada variabel yang sudah dipilih. Ada 4 macam pengukuran yang sekiranya bisa dipakai pada penelitian, diantaranya pengukuran rasio, ordinal, nominal serta interval. Mengenai penelitian ini, skala ukur yang dipakai yaitu skala likert merupakan skala dengan dasar penghitungan sikap orang-orang kala menjawab pernyataan yang berhubungan dengan parameter suatu pikiran atau variabel

³⁰ Ma'ruf abdullah, 2015, *Metodologi Penelitian (Untuk: Ekonomi, Manajemen, Komunikasi, dan Ilmu sosial lainnya)*, Yogyakarta:Aswaja Pressindo, hal. 248.

³¹ Burhan bungin, *Metodologi Penelitian...*, hal, 136.

³² Rully Indrawan dan Poppy Yaniawati, 2014, *Metodologi Penelitian (kuantitatif, kualitatif, dan campuran untuk manajemen, pembangunan, dan pendidikan)*, Bandung: Refika Aditama, Hal. 12

yang ditakarr. Dalam memakai skala ini jawaban dari pernyataan yang dipakai yaitu:

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Selanjutnya merupakan tabel variabel serta pengukuran yang digunakan penelitian ini:

Tabel 3.1
Variabel & Pengukuran

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Reward</i>	Imbalan atas pencapaian yang ada pada target maupun tidak yang dapat berdampak pada produktivitas kerja.	<ul style="list-style-type: none"> ● Penyelesaian ● Pencapaian ● Otonomi ● pertumbuhan pribadi lebih baik dari sebelumnya 	Diukur melalui angket, diukur melalui skala likert
Kepuasan Pelayanan	Perasaan seseorang setelah membandingkan antara produk yang ia gunakan dengan ekspektasi pada produk tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> ● nilai pelanggan ● respon pelanggan ● persepsi pelanggan 	Diukur melalui angket, diukur melalui skala likert
Loyalitas Anggota	Komitmen anggota dalam menggunakan produk maupun jasa dari instansi tersebut dengan berulang-ulang.	<ul style="list-style-type: none"> ● kualitas produk ● kualitas jasa ● harga ● emosional ● biaya 	Diukur melalui angket, diukur melalui skala likert

3.5 Metode Analisis Data

Teknik yang dipakai guna merespon ringkasan permasalahan atau pengujian sebuah hipotesis pada penelitian ini yaitu:

3.5.1 Uji Kualitas Data

3.5.1.1 Uji Validitas

Validitas merupakan permasalahan yang berkaitan dengan pernyataan sejauh mana alat takar sudah mengukur sesuatu yang sudah seharusnya ia ukur.³³ Aturan dikatakan valid atau tidaknya yaitu jika skala itu dipakai mengukur selaras dengan inferensi yang menjadi output dekat dengan derajat kebenaran. Validitas pengukuran memiliki 3 tipe yaitu :³⁴

1. Validitas Isi (*Content Validity*)

Validitas ini berkaitan dengan hierarki dimana jenis-jenis skala menggambarkan ranah pikiran yang berlangsung diteliti. Suatu pemikiran tertentu pastinya tidak bisa dikalkulasi dimensi keseluruhannya, karena alamat itu terkadang punya label yang sangat banyak atau bisa saja mempunyai sifat yang multidimensional.

2. Validitas Konstruk (*Construct Validity*)

Validitas konstruk berkaitan dengan tingkatan dimana skala merepresentasikan serta bertujuan sebagai pemikiran yang berlangsung pengukurannya. Validitas ini terdapat dua aspek dasar yaitu secara alamiah bersifat teoritis serta statistik.

3. Validitas Kriteria (*Criteria Validity*)

Validitas yang berkaitan dengan hierarki dari masalah dimana skala yang berlangsung dipakai dapat memperkirakan suatu variabel yang dipersiapkan sebagai sebuah barometer.

Sebuah parameter bisa disebut valid ketika parameter itu sudah dipakai mengukur sesuatu yang seharusnya. Uji ini alangkah baiknya digunakan untuk setiap point pernyataan pada validitas yang diuji.

³³ Jusuf Soewadji, 2012, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media, hal. 173.

³⁴ Jonathan Sarwono, 2012, *Metode Riset Skripsi: Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS)*, Jakarta: Elex Media Komputindo, hal. 84.

Untuk itu hasil dari r_{hitung} nantinya dibandingkan dengan r_{tabel} .

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji ini adalah sebuah parameter kesetimbangan serta korespondensi para responden ketika menanggapi persoalan yang berkaitan dengan macam-macam pernyataan yang berupa format sebuah variabel lalu dirangkai dengan berbentuk sebuah kuesioner.

Uji ini bisa diujikan secara serentak pada semua pernyataan. Ketentuannya pada uji ini yaitu nilai $\alpha > 0,60$ akan dikatakan instrumennya reliabel.³⁵

Dalam penghitungan uji ini bisa memakai pendekatan-pendekatan seperti:

- a. Tes Ulang : ini bisa dengan proses mengetes kuesioner pada komunitas tertentu. Lalu kuesioner tersebut dites ke komunitas sama. Kemudian skor dari keduanya di korelasi, jika hasilnya $\geq 0,8$ berarti instrumennya reliabel.
- b. Tes Pararel : caranya yaitu membagikan kuesiner ke komunitas tertentu, lalu komunitas tersebut diuji juga dengan memakai acuan yang identik dengan isi dari pernyataan. Setelahnya nilai uji keduanya dikorelasi, jika hasilnya $\geq 0,8$ berarti instrumennya reliabel.
- c. Tes Belah Dua : caranya yaitu memisahkan nilai-nilai dengan acak berbentuk ganjil serta genap dari keseluruhan tanggapan responden. Lalu hasilnya dikorelasi. Jika hasilnya $\geq 0,8$ berarti reliabel.

Selain itu untuk uji reliabilitas bisa memakai rumus *Cronbach's Alpha* dengan ketentuan bahwa suatu butir pertanyaan mempunyai reliabilitas.³⁶

Penelitian ini dalam menguji reliabilitas menggunakan rumus tersebut. Rumus tersebut mulanya disebarluaskan Cronbach (1951) menjadi barometer global dari korespondensi skala banyak produk serta

³⁵ V. Wiratna Sujarweni dan Poly Endrayanto, *Statistika Untuk Penelitian...*, hal. 186.

³⁶ Sarwono, *Metode Riset* , hal. 86

skala likert. Barometer ini merupakan sebuah takaran keselarasan intensi internal, yaitu tentang kedekatan suatu jalinan dari sebuah rangkaian item. Yang berarti suatu kuisioner bisa dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap suatu pertanyaan adalah konsisten. Nilai dari barometer ini ada pada sekitar 0,70 bisa diterima, sedangkan apabila lebih dari 0,80 baik.³⁷

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji ini dimanfaatkan untuk menjalankan tes pada data hasil pengamatan agar tahu status data normal atau tidak. Ciri data bagus atau tidak yaitu apabila data tersebut mempunyai pola semacam penyebaran normal, yaitu penyebarannya tidak miring ke kiri ataupun ke kanan.³⁸ Apabila pola distribusi dari data semacam kurva yang membentuk sebuah lonceng hal itu menandakan bahwa data tersebut mempunyai distribusi yang normal. Kurva seperti itu memiliki 2 ciri inti, diantaranya:

- a. Lebih terpusat pada tengah serta turun di dua sisi
- b. Mempunyai sifat yang selaras.

Cara melihat bagaimana normalitas data yaitu melakukan tes normalitas data yang sekiranya bisa dibuat menjadi output sebuah histogram, normal P-Plot, atau Kurtosis serta Skewness atau bisa juga menggunakan uji kolmogorov smirnov. Acuan signifikansi uji ini yaitu 0,05 yang artinya jika kurang dari itu data tersebut tidak berdistribusi normal.³⁹

³⁷ Suryani dan Hendryadi, 2015, *Metode Riset: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, hal. 141.

³⁸ Singgih Santoso, 2015, *Menguasai Statistik Multivariat Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS*, Jakarta: Kompas Gramedia, hal. 43.

³⁹ Sarwono, *Metode Riset....*, hal. 96.

3.5.2.2 Uji Multikolonieritas

Uji ini dimanfaatkan guna menangkap adakah hubungan antar variabel independen pada model regresi. uji ini baru bisa dilaksanakan apabila ada lebih dari satu variabel independen pada model regresi. *Tolerance* serta VIF merupakan alternatif yang umum dipakai para peneliti sebagai pendeteksi ada tidaknya masalah multikolinearitas di model regresi. acuan yang dianjurkan untuk melihat tidak adanya permasalahan uji ini yaitu dengan nilai dari *tolerance* wajib $>0,10$ serta $VIF <10$.⁴⁰

3.5.2.3 Uji Heterokedastisitas

Uji ini dimanfaatkan karena dapat menginformasikan terkait *variance* dari residual data satu pengamatan ke pengamatan lainnya berlainan atau konstan. Apabila terdapat *variance* dari data yang sama disebut homokedastisitas, dan jika terdapat *variance* dari residual data beda merupakan heterokedastisitas. Bentuk homokedastisitas adalah bentuk regresi yang diinginkan. Terdapat cara-cara yang digunakan mendeteksi permasalahan heterokedastisitas pada model regresi, yakni:

1. Menilik pada grafik *scatterplot*, dengan catatan plotting dari titik berpencair random serta tidak berkelompok di satu posisi. Hal tersebut menjadi acuan bahwa tidak terjadi permasalahan heterokedastisitas.
2. Menjalankan uji *glejser*. Apabila didapat signifikansi variabel independen $> 0,05$, bisa ditarik kesimpulan tidak terdapat permasalahan heterokedastisitas.⁴¹

⁴⁰ Hengky Latan dan Selva Temalagi, 2013, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*, Bandung: Alfabeta, hal. 63.

⁴¹ *Ibid*, hal. 66.

3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut usman dan purnomo Regresi ini merupakan regresi dimana variabel dependen (Y) dikaitkan pada lebih dari satu variabel yang merupakan developer analisis regresi sederhana. Selain itu dipakai sebagai parameter tentang kaitan yang terbentuk antara variabel dependen dengan dua maupun lebih variabel independen. Analisis ini merupakan pendugaan nilai dampak dua variabel independen atau lebih terhadap variabel dependen. Uji ini berfungsi guna melihat ada tidaknya kaitan fungsi atau kaitan kausal antara dua variabel independen atau lebih dengan satu variabel dependen.

Pada penelitian ini, terdapat satu variabel dependen yaitu loyalitas serta dua variabel independen yaitu *reward* serta kepuasan anggota. Karena hal tersebut, penelitian ini masuk dalam kategori regresi berganda.

Rumus umum yang digunakan adalah⁴²

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_n x_n + k$$

Maka rumus persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini adalah $Y = a_0 + b_1 x_1 + b_2 x_2 + k$

Keterangan:

Y = Loyalitas anggota

a_0 = Konstanta

b_1 = Koefisien Regresi X_1

X_1 = *Reward*

b_2 = Koefisien Regresi X_2

X_2 = Kepuasan

K = Faktor Pengganggu

⁴² Poly Endrayanto, *Statistik Untuk Penelitian...*, hal. 88.

3.5.4 Uji Hipotesis

3.5.4.1 Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Uji ini dimanfaatkan guna memperhitungkan seberapa baik garis regresi sesuai aktualnya. Uji ini mengukur prosentase besaran total variasi variabel Y yang dijabarkan oleh variabel X dalam garis regresi/ nilainya terdapat diantara 0 dan 1 atau $0 \leq R^2 \leq 1$. Dengan artian jika R^2 mendekati angka nol berarti terdapat garis regresi yang kurang baik.

3.5.4.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji ini dimanfaatkan ketika akan mempertimbangkan terkait dampak semua variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) atau bisa disebut juga dengan uji signifikansi model regresi. Dalam hal ini cara mengambil kesimpulan didasarkan pada perbandingan antara $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau dengan signifikansi 0,05 maka H_0 tidak dapat diterima namun H_1 diterima. Yang berarti secara bersamaan variabel independen (X) bisa memberi pengaruh pada variabel dependen (Y), hal tersebut juga berlaku sebaliknya.

3.5.4.3 Uji Parsial (t test)

Uji ini dimanfaatkan ketika akan mencari kebenaran terkait variabel independen secara individual itu mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen atau tidak. Dalam hal ini cara mengambil kesimpulan didasarkan pada perbandingan antara nilai t_{hitung} serta tingkat signifikansi yaitu 0,05.⁴³ Cara menarik kesimpulan uji ini didasarkan pada, jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau dengan sig $< 0,05$ maka pada hipotesis H_0 tidak diterima (ditolak) namun hipotesis H_1 diterima, yang berarti adanya pengaruh variabel independen (X) pada variabel dependen.

Acuan pengambilan keputusan pada penelitian ini yaitu.

- H_0 diterima, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$
- H_0 ditolak, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

⁴³ *Ibid*, hal. 22.

Acuan pengambilan keputusan dengan memakai SPSS yaitu:⁴⁴

- Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

⁴⁴ Duwi Priyatno, 2010, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendadaran*, Yogyakarta: Gava Media, hal.. 86.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 HASIL PENELITIAN

4.1.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1.1 Sejarah KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara

Koperasi sebagai salah satu pilar penyangga ekonomi kerakyatan, memiliki peranan yang sangat penting dalam menumbuhkan dan mengembangkan potensi ekonomi rakyat agar terwujud kehidupan ekonomi yang demokratis dengan senantiasa menjaga nuansa kebersamaan, kekeluargaan, keterbukaan, dan kejujuran.

Sesuai dengan UU Nomer 25 tahun 1992 Bab II pasal 3, ditegaskan bahwa Koperasi didirikan sebagai wadah usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum, bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur. Tak terkecuali dengan KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara.

KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara berdiri pada tanggal 08 April tahun 1962, yang dipelopori oleh Aris Munandar (Alm), Abdulah Nuswasito (Alm), Hadi Suarno (Alm), Anjar Digdokawaca (Alm), dan Siswo Daminto. Tujuan berdirinya KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara adalah sebagai wadah untuk meningkatkan dan mementingkan kesejahteraan para pegawai negeri dan masyarakat sekitar di kecamatan Banjarmangu.

4.1.1.2 Visi Dan Misi KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara

1. VISI

Kebersamaan, keterbukaan, dan semangat kekeluargaan untuk mencapai kesejahteraan anggota.

2. MISI

1. Menciptakan hubungan dan iklim kerja yang sehat, dinamis dan kondusif di unit dan lingkungan kerja anggota, pengurus dan karyawan KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara.
2. Menggunakan sisten manajemen yang profesional, transparan dan akuntabel.
3. Mengedepankan dan mengembangkan semangat musyawarah, gotong royong, dan kekeluargaan dalam mengelola roda organisasi.
4. Meningkatkan dan mengembangkan unit usaha yang ada serta mampu menangkap setiap peluang usaha yang memiliki prospek kedepan dan memiliki daya saing.
5. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia, dan mengembangkan manajemen yang profesional dan modern.
6. Mewujudkan koperasi sebagai sebuah perusahaan yang mantap, kuat, kokoh, tanpa mengesampingkan peran sosialnya sehingga mampu mensejahterakan anggota.⁴⁵

4.1.1.3 Struktur Organisasi KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara

Tabel 4.1

**Pengurus/ Pengawas
Masa Bakti 2021-2023**

No	Nama	Jabatan
1.	Muqoddam, S. Pd.I	Ketua
2.	Kasroh, S. Pd. SD	Wakil Ketua
3.	Sudaryono, M. Pd	Sekretaris
4.	T. Athfal, S. Pd. SD	Bendahara
5.	Mulyadi, S. Pd. SD	Pemb. Umum
6.	Santosa WD, S. Pd. SD	Pengawas
7.	Muryanto, S. Pd. SD	Pengawas

Tabel 4.2
Karyawan Masa Kontrak 2021-2023

No	Nama	Jabatan
1.	Wahyu Utami	Kasir
2.	Estina Rahayu	Karyawa toko
3.	Slamet	Penjaga

4.1.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini mesti dipaparkan sebagai gambaran kondisi responden. Untuk membantu menafsirkan hasil penelitian, responden diperbolehkan menginformasikan apapun terkait hal yang diteliti. Pada penelitian ini, terdapat karakteristik responden yang dimasukkan yaitu jenis kelamin, serta lama menjadi anggota yang semuanya berjumlah 62 orang sesuai dengan jumlah sample. dari output penelitian pada 62 orang yang sudah memberikan respon menggunakan kuesioner, diperoleh data antara lain.

4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini adalah data tentang karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	27	44%
Laki-Laki	35	56%
Jumlah Total	62	100%

Sumber : Data Primer yang diolah menggunakan Ms. Excel

Pada tabel 4.3 dapat diketahui ada 27 responden berjenis kelamin perempuan dengan persentase 44% dan ada 35 responden berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 56%. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas

responden yang memberikan tanggapan dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota

Berikut ini adalah data tentang karakteristik responden berdasarkan lama menjadi anggota :

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota

Lama	Frekuensi	Persentase
< 1 Tahun	13	21%
1-5 Tahun	23	37%
5-10 Tahun	17	27%
>10 Tahun	9	15%
Jumlah Total	62	100%

Sumber : Data Primer yang diolah menggunakan Ms. Excel

Dilihat dari tabel 4.4 diatas, menunjukkan anggota yang telah bergabung menjadi anggota di KPRI Guyub Rukun Banjarmangu dengan lama kurang dari 1 tahun sebanyak 13 anggota atau 21%, sedangkan untuk anggota dengan lama 1-5 tahun bergabung sebanyak 23 anggota atau 37%, untuk anggota yang bergabung 5-10 tahun sebanyak 17 anggota atau 27%, serta anggota yang telah bergabung selama lebih dari 10 tahun sebesar 9 orang atau 15%. Dari penjabaran tersebut dapat dilihat bahwa responden terbanyak dari karakter lama menjadi anggota yaitu anggota yang telah bergabung selama 1-5 tahun sebanyak 23 anggota atau 37%.

4.1.3 Pengujian Kualitas Data

4.1.3.1 Uji Validitas Instrumen

Uji ini dijalankan di tiap butir pernyataan yang terdapat pada variabel yang di teliti. Penelitian ini terdiri dari 15 pernyataan yang wajib direspon. Acuan valid tidaknya sebuah pernyataan bisa menggunakan seperti berikut: output r_{hitung} akan diperbandingkan dengan r_{tabel} . Dengan derajat kebebasan = $n-2 = 62-2=60$, diperoleh $r_{tabel} = 0,2500$ ditambah signifikansi 5%. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$,

diperoleh kesimpulan data tidak valid. Ditinjau dari analisis yang sudah dijalankan, output pengujian validitas yaitu:

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Data

Variabel	Item pernyataan	r_{tabel} (df=62- 2=60)	Total Pearson Correlation	Sig-2 Tailed	Keterangan
<i>Reward</i>	X1.1	0.2500	0.755	0.000	Valid
	X1.2	0.2500	0.824	0.000	Valid
	X1.3	0.2500	0.851	0.000	Valid
	X1.4	0.2500	0.803	0.000	Valid
	X1.5	0.2500	0.699	0.000	Valid
Kepuasan Layanan	X2.1	0.2500	0.675	0.000	Valid
	X2.2	0.2500	0.728	0.000	Valid
	X2.3	0.2500	0.665	0.000	Valid
	X2.4	0.2500	0.605	0.000	Valid
	X2.5	0.2500	0.501	0.000	Valid
Loyalitas Anggota	Y1	0.2500	0.843	0.000	Valid
	Y2	0.2500	0.919	0.000	Valid
	Y3	0.2500	0.862	0.000	Valid
	Y4	0.2500	0.888	0.000	Valid
	Y5	0.2500	0.880	0.000	Valid

Dari tabel diatas, dilihat nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, bisa disimpulkan seluruh pernyataan yang dipakai lolos serta uji validitasnya valid.

4.1.3.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Uji ini bisa diujikan secara serentak pada semua pernyataan. Ketentuannya pada uji ini yaitu nilai alpha $>0,60$ akan dikatakan instrumennya reliable. Dilihat dari analisis yang sudah dijalankan, hasil pengujian uji ini yaitu:

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritik	Keterangan
<i>Reward</i>	0.846	>0.60	Reliabel
Kepuasan Layanan	0.610	>0.60	Reliabel
Loyalitas Anggota	0.924	>0.60	Reliabel

Berdasarkan pada table diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* pada item pernyataan variabel *reward* sebesar 0.846, kepuasan layanan 0.610, serta loyalitas anggota sebesar 0.924. dari item pernyataan variabel, entah X1, X2 dan Y mempunyai nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0.60. Untuk itu disimpulkan bahwa kuesioner penelitian ini reliabel.

4.1.4 Uji Asumsi Klasik

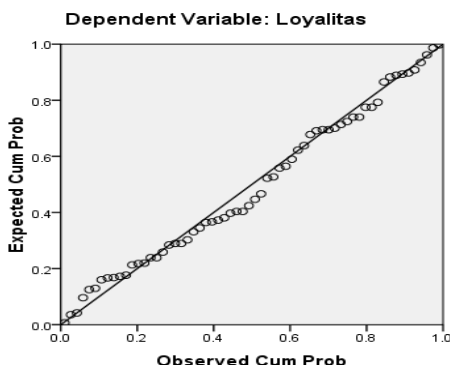
4.1.4.1 Uji Normalitas

Uji ini dimanfaatkan untuk menjalankan tes pada data hasil pengamatan agar tahu status data normal atau tidak. Ciri data bagus atau tidak yaitu apabila data tersebut mempunyai pola semacam penyebaran normal, yaitu penyebarannya tidak miring ke kiri ataupun ke kanan. Acuan signifikansi uji ini yaitu 0,05 yang artinya jika kurang dari itu data tersebut tidak berdistribusi normal.

Berikut hasil uji normalitas menggunakan *P-Plot* :

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Dilihat dari grafik *P-Plot* diatas, maka bisa dikatakan bahwa titik-titik tersebut atau data observasi tersebar disekitar garis diagonal (analisis) dan mengikuti arah garis diagonal. Bisa diartikan bahwa pola tersebut memiliki distribusi normal. Hal ini dikuatkan dengan hasil uji Kolmogorov Smirnov yaitu :

Tabel 4.7
Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		62
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.58847168
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.082
	Negative	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		.644
Asymp. Sig. (2-tailed)		.802
a. Test distribution is Normal.		

Berdasarkan pada table diketahui bahwa nilai signifikansinya adalah 0,802 yang berarti $0,802 > 0,05$ dari hal tersebut ditarik kesimpulan bahwa data tersebut terdistribusi dengan normal.

4.1.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji ini dimanfaatkan guna menangkap adakah hubungan antar variabel independen pada model regresi. uji ini baru bisa dilaksanakan apabila ada lebih dari satu variabel independen pada model regresi. *Tolerance* serta VIF merupakan alternatif yang umum dipakai para peneliti sebagai pendeteksi ada tidaknya masalah multikolinieritas di model regresi. acuan yang dianjurkan untuk melihat tidak adanya permasalahan uji ini yaitu dengan nilai dari *tolerance* wajib $> 0,10$ serta $VIF < 10$.

Berikut adalah output uji multikolinieritas:

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	-2.721	3.461		-.786	.435		
	Reward	.761	.103	.666	7.377	.000	.996	1.004
	Kepuasan	.409	.155	.239	2.646	.010	.996	1.004

a. Dependent Variable: Loyalitas

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas diatas bisa dilihat bahwa variabel X1 (*Reward*) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,996 dan variabel X2 (*Kepuasan Layanan*) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,996, maka dapat ditarik kesimpulan variabel X1 (*Reward*) dan variabel X2 (*Kepuasan Layanan*) tidak terjadi multikolinieritas dikarenakan nilai *tolerance*-nya $> 0,10$. Selain dilihat dari nilai *tolerance* dapat juga dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* seluruh variabel diatas yang menunjukkan nilai VIF variabel X1 sebesar 1,004 dan nilai variabel X2 sebesar 1.004 sehinggannya nilai dari kedua variabel tersebut

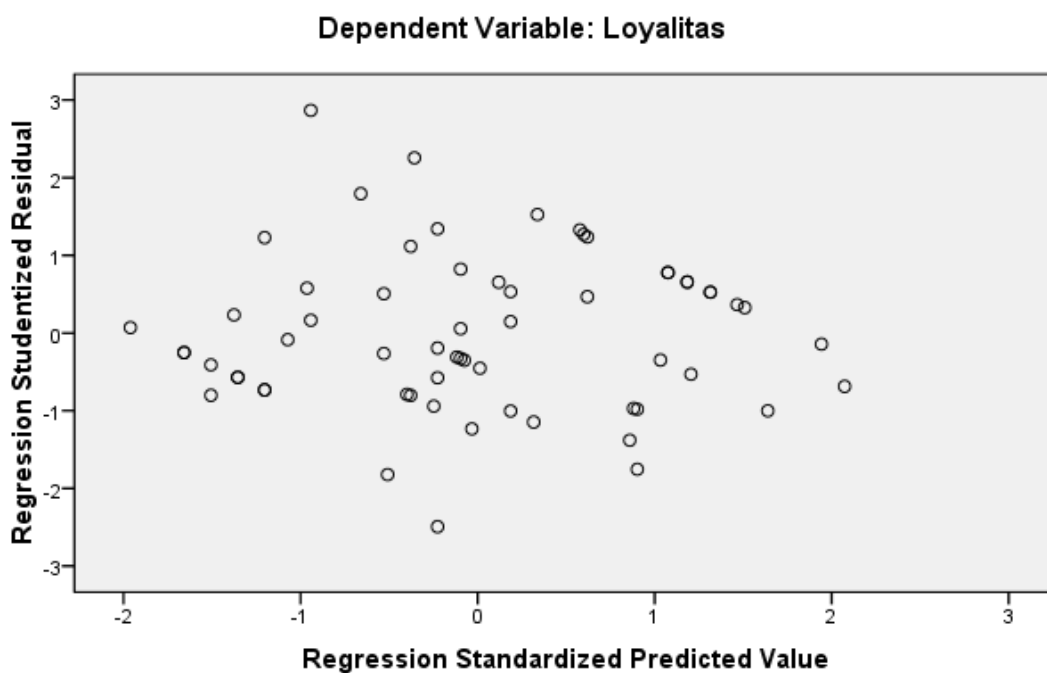
dias $<10,0$. Maka, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang disertakan dalam penelitian ini tidak mengalami multikolinieritas.

4.1.4.3 Uji Heterokedastisitas

Uji ini dimanfaatkan karena dapat menginformasikan terkait *variance* dari residual data satu pengamatan ke pengamatan lainnya berlainan atau konstan. Apabila terdapat *variance* dari data yang sama disebut homokedastisitas, dan jika terdapat *variance* dari residual data beda merupakan heterokedastisitas. Bentuk homokedastisitas adalah bentuk regresi yang diinginkan.

Berikut adalah hasil uji heterokedastisitas:

Gambar 4.2
Hasil Uji Heterokedastisitas
Scatterplot



Dilihat pada gambar diatas menjelaskan tidak ada pola yang jelas serta titik-titiknya berpencar secara random, entah diatas ataupun dibawah angka 0 di sumbu Y. maka dapat ditarik kesimpulan tidak ada heterokedastisitas pada model regresi.

Sebagai penguat bahwa tidak terdapat heterokedastisitas memakai model diatas, maka peneliti mencoba memakai uji glejser. Dengan acuan keputusan ialah apabila didapati signifikansi variabel independen $> 0,05$ untuk itu ditarik kesimpulan tak ada permasalahan heterokedastisitas.

Berikut hasil uji heterokedastisitas dengan uji glejser:

Tabel 4.9
Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Uji *Glejser*

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.632	2.061		.792	.432
	Reward	.008	.061	.018	.138	.891
	Kepuasan	.014	.092	.020	.152	.880

a. Dependent Variable: RES2

Berdasarkan pada table diatas, dilihat nilai signifikansi variabel *reward* sebesar 0,891. dan nilai signifikansi variabel kepuasan layanan sebesar 0.880. Kedua variabel tersebut memiliki nilai signifikansi diatas 0,05 ditarik kesimpulan penelitian ini tidak terdapat gejala heterokedastisitas pada model regresi.

4.1.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini merupakan pendugaan nilai dampak dua variabel independen atau lebih terhadap variabel dependen. Uji ini berfungsi guna melihat ada tidaknya kaitan fungsi atau kaitan kausal antara dua variabel independen atau lebih dengan satu variabel dependen.

Pada penelitian ini, terdapat satu variabel dependen yaitu kinerja serta dua variabel independen yaitu kualitas pelayanan serta bagi hasil. Karena hal tersebut, penelitian ini masuk dalam kategori regresi berganda. Hasil dari penelitian yaitu:

Tabel 4.10
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.721	3.461		-7.86	.435
	Reward	.761	.103	.666	7.377	.000
	Kepuasan	.409	.155	.239	2.646	.010

a. Dependent Variable: Loyalitas

Dilihat dari table diatas didapati nilai konstanta -2,721, nilai koefisien regresi variabel *reward* 0,761, serta nilai koefisien regresi variabel kepuasan layanan 0,409. Jadi, model persamaan regresi yang didapat yaitu:

$$Y = -2.721 + 0.761 X_1 + 0.409 X_2 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda diatas dijabarkan seperti:

- a. Nilai konstanta (a) yaitu -2,178 dengan simbol negatif. Yang berarti apabila variabel *reward* serta kepuasan layanan tidak ditaruh pada penelitian ini, loyalitas anggota mempunyai rata-rata nilai -2,721.
- b. Nilai koefisien regresi *reward* 0,761 serta mempunyai tanda yang positif. Hal tersebut menjelaskan *reward* mempunyai korelasi selaras dengan loyalitas anggota. Yang artinya setiap kenaikan *reward* satu satuan, maka variabel loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu (Y) akan naik 0,761/76,1% dengan dugaan variabel lain dianggap tetap.
- c. Nilai regresi kepuasan layanan 0,409 dengan tanda positif, ini menjelaskan kepuasan layanan mempunyai korelasi yang selaras dengan loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu akan naik 0,409/40,9% dengan dugaan variabel bebas lainnya dianggap tetap.

Maka bisa ditarik kesimpulan variabel *reward* memiliki pengaruh yang sangat menonjol dibandingkan dengan kepuasan layanan.

4.1.6 Pengujian Hipotesis

4.1.6.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dimanfaatkan guna memperhitungkan seberapa baik garis regresi sesuai aktualnya. Uji ini mengukur prosentase besaran total variasi variabel Y yang dijabarkan oleh variabel X dalam garis regresi/ nilainya terdapat diantara 0 dan 1 atau $0 \leq R^2 \leq 1$. Dengan artian jika R^2 mendekati angka nol berarti terdapat garis regresi yang kurang baik. Berikut adalah output uji R^2 yaitu:

Tabel 4.11

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.721 ^a	.520	.504	2.632

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Reward

Dilihat dari table diatas, dapat dilihat pada penelitian tersebut nilai *Adjusted R Square* 0,504, ini mengartikan 50,4% variasi dari loyalitas anggota bisa dijabarkan dari kedua variabel X. Adapun selebihnya (100% - 50,4% = 49,6%) mendapatkan pengaruh dari variabel yang tidak disebutkan disini.

4.1.6.2 Uji Simultan atau Uji F

Uji ini dimanfaatkan ketika akan mempertimbangkan terkait dampak semua variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) atau bisa disebut juga dengan uji signifikansi model regresi. Dalam hal ini cara mengambil kesimpulan didasarkan pada perbandingan antara $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau dengan signifikansi 0,05 maka H_0 tidak dapat diterima namun H_1 diterima. Yang berarti secara bersamaan variabel independen (X) bisa memberi pengaruh pada variabel dependen (Y), hal tersebut juga berlaku sebaliknya.

Berikut merupakan output uji F yang diolah dengan SPSS:

Tabel 4.12
Hasil Uji Simultan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	443.498	2	221.749	32.011	.000 ^a
	Residual	408.711	59	6.927		
	Total	852.210	61			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Reward

b. Dependent Variable: Loyalitas

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dilihat nilai F_{hitung} 45,339 disertai *degree of freedom* (df) sebagai pembilang = $k-1 = 3 - 1 = 2$ dan df sebagai penyebut = $n - k = 62 - 3 = 59$ dengan signifikansi 0,05. Maka f_{tabel} sebesar 3,15. Dengan demikian dapat disimpulkan $F_{hitung} 32,011 > f_{tabel} 3,15$ dengan dikuatkan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan itu ditarik kesimpulan kedua variabel independen tersebut (Variabel *reward* dan kepuasan layanan) secara bersamaan serta simultan mempunyai pengaruh pada loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmasin Banjarnegara (Y).

4.1.6.3 Uji Parsial atau Uji t

Uji ini dimanfaatkan ketika akan mencari kebenaran terkait variabel independen secara individual itu mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen atau tidak. Dalam hal ini cara mengambil kesimpulan didasarkan pada perbandingan antara nilai t_{hitung} serta tingkat signifikansi yaitu 0,05. Cara menarik kesimpulan uji ini didasarkan pada, jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau dengan $sig < 0,05$ maka pada hipotesis H_0 tidak diterima (ditolak) namun hipotesis H_1 diterima, yang berarti adanya pengaruh variabel independen (X) pada variabel dependen (Y). cara tersebut berlaku sebaliknya. Determinasi table $df = (n-k) = 62-3 = 59$, maka didapati $t_{tabel} 2,001$.

Berikut adalah output dari uji t:

Tabel 4.13
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.721	3.461		-.786	.435
	Reward	.761	.103	.666	7.377	.000
	Kepuasan	.409	.155	.239	2.646	.010

a. Dependent Variable: Loyalitas

Berdasarkan tabel di atas disimpulkan seperti berikut:

1. Nilai t_{hitung} variabel *reward* yaitu 5,542 sedangkan signifikansi 0,000. Hal tersebut mengartikan $t_{hitung} 7,377 > t_{tabel} 2,001$ serta $0,000 < 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan H_1 diterima dan H_0 tidak diterima. Artinya : variabel *reward* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu.
2. Nilai t_{hitung} pada variabel kepuasan layanan yaitu 2,646 sedangkan signifikansi 0,029. Hal tersebut mengartikan $t_{hitung} 2,646 > t_{tabel} 2,001$ serta $0,010 < 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan H_1 diterima dan H_0 tidak diterima. Artinya: variabel kepuasan layanan mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu.

4.2 Pembahasan Ouput Penelitian

Perbandingan ini bertujuan mengetahui tentang pengaruh *reward* dan kepuasan layanan terhadap loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu. Dalam uji validitas menunjukkan nilai r_{hitung} pada poin pernyataan yang diuji mempunyai hasil positif serta lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,2500 dengan signifikansi dari masing-masing variabel kurang dari 0,05. Sehingga bisa dikatakan masing-masing poin pernyataan menunjukkan hasil valid. Uji reliabilitas mendapati nilai *cronbach alpha* dari masing-masing variabel bernilai lebih besar dari 0,60. Hal ini menunjukkan kalau kuesioner yang berisi indikator-indikator dari variabel terkait adalah reliabel. Uji normalitas data yang menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* menghasilkan nilai signifikansi 0.802, yang berarti lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Pada penelitian ini diperoleh persamaan regresi linier berganda seperti berikut:

$$Y = -2.721 + 0.761 X_1 + 0.409 X_2 + e$$

Dilihat dari persamaan diatas bisa dijabarkan jika variabel *reward* dan kepuasan layanan tidak dihadirkan ke penelitian ini, berdampak pada loyalitas anggota dengan rata-rata sekitar -2.721. Hal tersebut diakibatkan oleh pengaruh variabel lain selain *reward* dan kepuasan layanan. adapun penjelasan lebih lanjut mengenai output penelitian ini yaitu :

4.2.1 Pengaruh *reward* terhadap loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu

Hasil penelitian untuk analisis regresi linear berganda, diketahui nilai koefisien regresi variabel *reward* sebesar 0,761, berarti jika variabel *reward* (X_1) dengan indikator penyelesaian, pencapaian, otonomi, dan pertumbuhan pribadi lebih baik dari sebelumnya, maka loyalitas anggota akan meningkat sebesar 76%. Artinya apabila ke-empat indikator tersebut tercapai, tentunya citra instansi tersebut akan menjadi baik. Seperti halnya ketika target bulanan dari pinjaman maupun tabungan tercapai, tentu akan berdampak pada aset instansi dan juga bonus pada investasi dari anggota seperti besaran bunga tabungan yang diberikan kepada anggota akan meningkat ataupun SHU yang dibagikan akan meningkat.

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *reward* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmasin. Hal ini dapat dibuktikan dengan *reward* memiliki nilai t hitung sebesar 7,377 lebih besar daripada nilai t tabel sebesar 2.001 dengan nilai signifikansi t sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Sehingga bisa dikatakan hipotesis tersebut diterima.

Arah pengaruh yang positif dapat dijelaskan sebagaimana bahwa semakin tinggi *reward* yang diberikan kepada anggota, maka akan berdampak pada tingginya loyalitas anggota tersebut.

4.2.2 Pengaruh Kepuasan Layanan (X2) Terhadap Loyalitas Anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmasin

Hasil penelitian untuk analisis regresi linear berganda, diketahui nilai koefisien regresi variabel kepuasan layanan sebesar 0,409, berarti jika variabel kepuasan layanan (X1) dengan indikator nilai pelanggan, respon pelanggan, dan persepsi pelanggan maka loyalitas anggota akan meningkat sebesar 40,9%. Artinya apabila ke-tiga indikator tersebut berjalan dengan baik, diharapkan menjadikan anggota memiliki loyalitas yang tinggi pada instansi tersebut. Seperti ketika anggota mempunyai keluhan ataupun permasalahan tentang perbedaan pembiayaan yang satu dengan yang lainnya, diharapkan instansi mampu memahami dengan baik kepada anggota terkait hal-hal yang berkaitan dengan hal tersebut. Hal tersebut dimaksudkan agar anggota merasa benar-benar dipedulikan oleh instansi tersebut.

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kepuasan layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmasin. Hal ini dapat dibuktikan dengan kepuasan layanan memiliki nilai t hitung sebesar 2,646 lebih besar daripada nilai t tabel sebesar 2.001 dengan nilai signifikansi t sebesar 0,010 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Sehingga bisa dikatakan hipotesis tersebut diterima.

Arah pengaruh yang positif dapat dijelaskan sebagaimana semakin baik kepuasan layanan yang dirasakan oleh anggota, maka akan berdampak baik pada tingginya loyalitas anggota tersebut.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian tentang pengaruh *reward* dan kepuasan layanan terhadap loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu serta pembahasan yang terdapat pada bab IV, dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

1. *Reward* yang dilakukan pihak KPRI Guyub Rukun mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu dengan dibuktikan dengan nilai signifikansi yaitu 0,000 yang artinya signifikansi tersebut kurang dari 0,05 (Sig 0,000 < 0,05). Dengan t_{hitung} 7,377 serta t_{tabel} 2,001 yang artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($7,377 > 2,001$). Dilihat dari penjabaran diatas, disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Maka bisa disimpulkan bahwa variabel *reward* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu. Apabila variabel *reward* (X1) dengan indikator penyelesaian, pencapaian, otonomi, dan pertumbuhan pribadi lebih baik dari sebelumnya, maka loyalitas anggota akan meningkat sebesar 76%. Artinya apabila keempat indikator tersebut tercapai, tentunya citra instansi tersebut akan menjadi baik. Seperti halnya ketika target bulanan dari pinjaman maupun tabungan tercapai, tentu akan berdampak pada aset instansi dan juga bonus pada investasi dari anggota seperti besaran bunga tabungan yang diberikan kepada anggota akan meningkat ataupun SHU yang dibagikan akan meningkat.
2. Pengaruh kepuasan layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu dibuktikan dengan nilai signifikansi yaitu 0,010 yang artinya signifikansi tersebut kurang dari 0,05 (Sig 0,010 < 0,05). Dengan t_{hitung} 2,646 serta t_{tabel} 2,001 yang artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,646 > 2,001$). Dilihat dari penjabaran diatas, disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal

itu menunjukkan bahwa faktor kepuasan layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmasin. Jika variabel kepuasan anggota (X_2) dengan indikator nilai pelanggan, respon pelanggan, dan persepsi pelanggan maka loyalitas anggota akan meningkat sebesar 40,9%. Artinya apabila ke-tiga indikator tersebut berjalan dengan baik, diharapkan menjadikan anggota memiliki loyalitas yang tinggi pada instansi tersebut. Seperti ketika anggota mempunyai keluhan ataupun permasalahan tentang perbedaan pembiayaan yang satu dengan yang lainnya, diharapkan instansi mampu memahami dengan baik kepada anggota terkait hal-hal yang berkaitan dengan hal tersebut. Hal tersebut dimaksudkan agar anggota merasa benar-benar dipedulikan oleh instansi tersebut.

3. Pengaruh *reward* dan kepuasan layanan secara simultan terhadap loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmasin dapat dibuktikan dengan melihat nilai F_{hitung} pada output spss yaitu $F_{hitung} 32,011 > f_{tabel} 3,15$ dengan dikuatkan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan itu ditarik kesimpulan kedua variabel independen tersebut (Variabel *reward* dan kepuasan layanan) secara bersamaan serta simultan mempunyai pengaruh pada loyalitas anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmasin (Y). Selain itu dilihat dari nilai *adjusted R Square* 0,504 berarti 50,4% variasi variabel dependen yaitu loyalitas anggota KPRI dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu *reward* dan kepuasan anggota sedangkan sisanya ($100\% - 50,4\% = 49,6\%$) dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

5.2 Saran

Meninjau dari output pada penelitian, pembahasannya serta kesimpulan yang diperoleh, untuk itu saran yang kiranya dapat digunakan yaitu :

1. Bagi Pihak KPRI Guyub Rukun Banjarmasin

Berdasarkan penilaian dari responden dalam penelitian ini, saran untuk pihak KPRI Guyub Rukun adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kualitas pelayanan seperti, nama baik perusahaan yang harus selalu dijaga, karena calon anggota dapat mengakses informasi apapun yang berkaitan dengan instansi, kebermanfaatan produk bagi anggota, menerima kritik serta saran anggota yang kemudian segera ditindak lanjuti.
- b. Kepuasan layanan yang senantiasa dipertahankan sebagaimana mestinya dan senantiasa ditingkatkan lagi dalam hal menangani keluhan anggota.

2. Bagi Anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu

untuk anggota KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara diharapkan untuk berpartisipasi dalam berbagai unit usaha yang dijalankan oleh KPRI guyub Rukun, agar stabilisasi dan peningkatan pendapatan dari semua unit usaha yang di jalankan mengalami kenaikan pendapatan.

3. Bagi Peneliti Lebih Lanjut

- a. Hasil uji R^2 menunjukkan terdapat variabel-variabel lain yang harus diperhatikan dalam penelitian ini. Dengan memasukan variabel-variabel yang dapat mempengaruhi loyalitas anggota.
- b. Variabel kepuasan layanan yang orientasinya pada RAT dan *branding* produk setidaknya dapat dijadikan sebagai variabel lain untuk dijadikan bahan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Griffin, Jill, 2005, *Menumbuhkan Dan Menambahkan Kesetiaan Pelanggan*, Alih Bahasa: Dwi Kartini Yahya, Jakarta: Erlangga.

Mardaris, Ahmad, *Meraih Loyalitas Pelanggan*, vol.9 no 2 Desember 2005.

Ririn Tri Ratnasari, Fitri Solahika Salma, 2015, *Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya*, Jurnal JESIT.

Said Al-Qahthani, Muhammad, 2013, *Al-Wala' Wal-Bara; Konsep Loyalitas dan Permusuhan Dalam Islam*, Jakarta: Ummul Quran.

Maya Adiba, Elfira, 2018, *Kepemimpinan Islami, Kepuasan Kerja, Komitmen Kerja dan Loyalitas Kerja Karyawan Bank Syariah Mandiri di Sidoarjo*, Jurnal al-Uqud: Journal of Islamic Economics.

Hani Handoko, Basu Swatsa, 2014, *Perilaku Komunikasi*, Yogyakarta: BPEF.

Mulyadi, 2007, *Sistem perencanaan dan Pengendalian Manajemen*, Jakarta: Salemba Empat.

Muhammad al-Ghazali, Abu Hamid, 2017, *Ihya' Ulumuddin, Juz III*,
Beirut: Darr al-Kutub alIlmiyyah, Yogyakarta: Lontar Mediatama.

J. P. Chapilin, 2004, *Kamus Lengkap Psikologi*, Jakarta: PT Raja Grafindo
Persada.

Qur'an KEMENAG

Irawati, Arik, 2016, *Pengaruh Pemberian Reward Dan Punishment
Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada BMT Lim Satu Sejatara Jepara)*,
UIN Walisongo Semarang

Arrvian, Rivai Veithzal, 2010, *Islamic Banking: sebuah teorikonep dan
aplikasi*, Jakarta: Bumi Aksara.

Abdullah, Ma'ruf, 2014, *Manajemen Bisnis Syariah*, , Yogyakarta: Aswaja
Pressindo.

Herdiana, Nana, 2013, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*,
Bandunng: Pustaka Setia.

Rahmawaty, Anita, 2011, *Ekonomi Mikro Islam*, , Kudus: Nora Media
Enterprise.

Amy Dan Amrik Sohal, Wong, 2003, *Service Qualiti And Customer Loyalty Perspective on Two Level of Retail Reationships*, *Journal of Sevices Marketing*.

L Oliver, Richard, *Whence Consumer Loyalty?*, *Journal of Marketing*, Vol. 63 (Special Issue 1999).

Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research & Development)*, Bandung : ALFABETA.

Sudaryono, 2017, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo.

Bungin, Burhan, 2011, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik, serta ilmu-ilmu sosial lainnya*, Jakarta: Kencana.

Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang : Universitas Diponegoro.

Abdullah, Ma'ruf, 2015, *Metodologi Penelitian (Untuk: Ekonomi, Manajemen, Komunikasi, dan Ilmu sosial lainnya)*, Yogyakarta:Aswaja Pressindo.

Poppy Yaniawati, Rully Indrawan, 2014, *Metodologi Penelitian (kuantitatif, kualitatif, dan campuran untuk manajemen, pembangunan, dan pendidikan)*, Bandung: Refika Aditama.

Soewadji, Jusuf, 2012, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media.

Sarwono, Jonathan, 2012, *Metode Riset Skripsi: Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS)*, Jakarta: Elex Media Komputindo.

Poly Endrayanto, V. Wiratna Sujarweni, 2012, *Statistika Untuk Penelitian*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Hendryadi, Suryani, 2015, *Metode Riset: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana.

Santoso, Singgih, 2015, *Menguasai Statistik Multivariat Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS*, Jakarta: Kompas Gramedia.

Selva Temalagi, Hengky Latan, 2013, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*, Bandung: Alfabeta.

Priyatno, Duwi, 2010, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendarasan*, Yogyakarta: Gava Media.

Ivan Ceviche, Konopaske, Matteson, 2006, *Perilaku Manajemen Organisasi*, Jakarta: Erlangga

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
 website : febi. Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

Nomor : 2055/Un.10.5/D1/PG.00.00/06/2021

23 Juni 2021

Sifat : Biasa

Lamp. :-

Hal : Permohonan Ijin Riset / Penelitian

Kedada Yth :

Ketua KPRI Guyub Rukun / Bpk. Muqoddam, S. Pd. I

Di Tempat.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak / Ibu memberikan izin riset kepada :

Nama	: ASIH NOVIANTI
Nim	: 1505026011
Semester	: XIV
Jurusan / Prodi	: S1 Ekonomi Islam
Alamat	: Desa Kesenet RT. 05 RW. 01 kec. Banjarmangu, Kab.Banjarnegara
Tujuan Penelitian	: Mencari data untuk penyusunan Skripsi
Judul Skripsi	: PENGARUH REWARD DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA KPRI GUYUB RUKUN BANJARMANGU BANJARNEGARA
Waktu Penelitian	: 24 Juni 2021
Lokasi Penelitian	: ds Banjarmangu RT001 RW01 Banjarnegara

Demikian surat permohonan riset, dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

A.n. Dekan
 Wakil Dekan Bidang Akademik
 Lembaga,



Tembusan :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian

DAFTAR PERNYATAAN (KUESIONER)**PENGARUH *REWARD* DAN KEPUASAN LAYANAN TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA**

(Studi Kasus pada KPRI Guyub Rukun Banjarmangu Banjarnegara)

1. Petunjuk pengisian :

- a. Mohon dipahami dengan baik serta bandingkan dengan praktek kerja anda yang sebenarnya.
- b. Berilah **tanda checklist** pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan pendapat Anda sebagai karyawan pada komponen variabel, pilihan jawaban mempunyai makna sebagai berikut:
 SS : Apabila jawaban tersebut sangat setuju
 S : Apabila jawaban tersebut setuju
 N : Apabila jawaban tersebut Netral/Ragu-ragu
 TS : Apabila jawaban tersebut tidak setuju
 STS : Apabila jawaban tersebut sangat tidak setuju
- c. Diharap tidak menjawab lebih dari satu pilihan jawaban.

2. Identitas Responden

- a. Nama
- b. Nomor Hp (Boleh tidak diisi) :
- c. Jenis Kelamin :
 - Perempuan
 - Laki-laki
- d. Lama Bekerja :
 - <1 Tahun
 - 1-5 Tahun
 - 6-10 Tahun
 - >10 Tahun

A. Variabel *Reward*

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Saya dapat menyelesaikan tugas dengan baik					
2.	Saya bangga dengan pencapaian saya					
3.	Saya selalu diberi kepercayaan dalam mengambil setiap keputusan					
4.	Saya dapat dengan bebas mengemukakan pendapat					
5.	Saya merasa kemampuan saya bertambah setiap waktu					

B. Variabel Kepuasan Layanan

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Fasilitas penunjang yang dimiliki oleh Koperasi sudah cukup lengkap.					
2.	Transaksi yang saya lakukan diproses secara cepat oleh petugas.					
3.	Petugas bersedia membantu apabila saya mengalami suatu kendala.					
4.	Asuransi yang ditawarkan oleh koperasi sudah cukup baik.					
5.	Petugas koperasi memberikan pelayanan yang adil kepada setiap anggota.					

C. Variabel Loyalitas Anggota

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Produk yang ditawarkan koperasi sesuai dengan kebutuhan saya					
2.	Pelayanan yang diberikan memuaskan					
3.	Petugas selalu mempunyai inovasi dalam meningkatkan produknya					
4.	Biaya administrasi sangat terjangkau					
5.	Saya memperoleh produk dengan harga terjangkau					

Lampiran 3 : Data Hasil Penelitian

A. Variabel Reward

	Variabel Reward					
1	5	4	4	4	4	21
2	3	3	3	3	3	15
3	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	5	5	23
6	3	3	3	3	3	15
7	3	3	3	3	3	15
8	3	3	3	3	3	15
9	4	4	5	5	5	23
10	5	5	5	5	4	24
11	3	3	3	3	3	15
12	3	3	3	3	3	15
13	4	5	5	5	4	23
14	3	3	3	3	4	16
15	3	3	3	3	3	15
16	3	3	3	3	3	15
17	3	3	3	3	3	15
18	5	4	4	5	4	22
19	3	3	3	3	3	15
20	5	5	5	5	4	24
21	4	4	4	4	4	20
22	5	5	5	5	4	24
23	5	5	5	5	5	25
24	5	4	4	4	4	21
25	3	4	4	4	3	18
26	5	4	4	4	5	22
27	4	4	4	3	3	18
28	5	5	5	5	5	25
29	5	4	5	4	5	23
30	5	5	5	5	4	24
31	5	5	5	5	4	24
32	4	5	4	4	4	21
33	5	5	5	5	5	25
34	3	3	3	5	3	17
35	4	4	5	4	5	22
36	5	5	4	4	4	22
37	5	5	5	5	4	24
38	5	5	5	5	4	24
39	3	2	4	3	5	17

40	5	3	3	3	4	18
41	5	3	4	2	5	19
42	5	5	4	4	4	22
43	5	4	3	3	4	19
44	4	5	4	5	5	23
45	3	4	5	4	3	19
46	3	3	4	5	4	19
47	3	4	5	5	5	22
48	4	5	3	4	3	19
49	4	4	4	4	4	20
50	3	3	3	4	4	17
51	5	4	3	3	3	18
52	3	4	5	4	3	19
53	4	3	4	5	4	20
54	3	4	3	4	5	19
55	4	3	4	5	5	21
56	3	3	3	4	3	16
57	3	3	4	3	4	17
58	4	4	4	4	4	20
59	5	4	3	4	3	19
60	5	5	3	3	3	19
61	5	5	5	5	5	25
62	4	4	5	4	4	21

B. Variabel Kepuasan Layanan

	Variabel Kepuasan Layanan					
1	4	3	4	4	4	19
2	4	4	3	3	4	18
3	3	4	3	4	5	19
4	4	3	3	4	3	17
5	4	4	3	5	3	19
6	4	4	3	4	3	18
7	5	4	4	4	3	20
8	4	5	4	4	3	20
9	4	4	4	4	3	19
10	4	5	3	4	3	19
11	4	4	4	4	3	19
12	4	3	3	4	3	17
13	3	4	3	4	3	17
14	3	4	3	4	3	17
15	4	4	4	4	3	19
16	3	3	3	3	3	15
17	3	4	3	4	3	17
18	4	3	3	4	3	17
19	4	4	4	4	4	20
20	4	4	4	4	3	19
21	4	4	3	4	3	18
22	4	4	3	3	3	17
23	3	4	4	4	3	18
24	3	4	4	4	3	18
25	4	4	4	4	3	19
26	4	4	4	4	3	19
27	5	4	3	4	4	20
28	3	4	4	4	3	18
29	5	5	4	4	5	23
30	3	3	3	3	3	15
31	3	4	4	4	3	18
32	4	3	4	4	3	18
33	5	4	4	5	5	23
34	5	5	5	5	5	25
35	4	5	4	5	4	22
36	4	5	4	5	4	22
37	5	5	4	5	5	24
38	4	5	4	5	4	22
39	3	3	3	4	5	18
40	3	3	3	5	4	18

41	3	3	3	4	5	18
42	3	3	4	5	4	19
43	3	3	4	4	5	19
44	4	4	4	5	4	21
45	4	4	4	4	3	19
46	3	3	3	4	5	18
47	3	3	3	3	3	15
48	4	4	4	3	5	20
49	3	3	4	4	4	18
50	5	5	5	4	5	24
51	3	3	3	3	4	16
52	3	3	4	4	5	19
53	3	3	4	3	5	18
54	3	3	4	4	3	17
55	3	3	3	4	3	16
56	4	4	5	3	3	19
57	5	3	4	3	3	18
58	4	3	2	4	3	16
59	3	2	3	4	5	17
60	3	4	4	4	4	19
61	3	3	3	3	3	15
62	3	4	3	3	5	18

C. Variabel Loyalitas Anggota

	Variabel Loyalitas Anggota					
1	5	5	5	5	5	25
2	2	3	3	3	3	14
3	5	5	5	5	5	25
4	3	3	4	4	3	17
5	4	4	3	4	3	18
6	3	3	3	3	3	15
7	3	3	3	3	3	15
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	4	20
10	5	5	5	5	5	25
11	3	3	3	3	3	15
12	3	3	3	3	3	15
13	5	5	5	5	5	25
14	3	4	3	4	3	17
15	3	3	3	3	3	15
16	3	3	3	3	3	15
17	3	3	3	3	3	15
18	3	4	4	4	3	18
19	3	3	3	3	3	15
20	5	5	5	5	5	25
21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	20
23	5	5	5	5	5	25
24	3	3	4	4	4	18
25	2	3	3	3	3	14
26	5	5	5	5	5	25
27	5	5	5	5	5	25
28	5	5	5	5	5	25
29	5	5	5	5	5	25
30	5	5	5	5	5	25
31	4	5	4	5	4	22
32	4	5	4	5	4	22
33	5	5	4	5	5	24
34	4	5	4	5	4	22
35	5	5	5	5	5	25
36	5	5	5	5	5	25
37	5	5	5	5	5	25
38	5	5	4	4	4	22
39	5	5	5	5	5	25
40	5	5	5	4	4	23

41	4	5	4	4	5	22
42	5	4	5	4	5	23
43	4	5	5	5	4	23
44	5	4	4	4	5	22
45	3	3	4	5	4	19
46	4	3	3	3	4	17
47	5	4	3	3	4	19
48	3	4	3	4	5	19
49	4	5	4	4	5	22
50	3	3	3	4	4	17
51	3	4	5	3	4	19
52	3	3	3	2	2	13
53	3	4	5	4	3	19
54	4	4	4	4	4	20
55	5	4	3	4	3	19
56	3	4	4	3	3	17
57	5	4	3	3	3	18
58	4	3	3	3	4	17
59	3	4	4	4	3	18
60	3	4	4	4	3	18
61	5	4	3	4	3	19
62	4	4	4	4	5	21

Lampiran 4 : Karakteristik Responden

A. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	27	44%
Laki-Laki	35	56%
Jumlah Total	62	100%

B. Lama Menjadi Anggota

Lama	Frekuensi	Persentase
< 1 Tahun	13	21%
1-5 Tahun	23	37%
5-10 Tahun	17	27%
>10 Tahun	9	15%
Jumlah Total	62	100%

Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

A. Variabel Reward**Correlations**

		X1.1	X2.1	X3.1	X4.1	X5.1	Reward
X1.1	Pearson Correlation	1	.695**	.451**	.373**	.420**	.755**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.003	.001	.000
	N	62	62	62	62	62	62
X2.1	Pearson Correlation	.695**	1	.613**	.601**	.302*	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.017	.000
	N	62	62	62	62	62	62
X3.1	Pearson Correlation	.451**	.613**	1	.698**	.594**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	62	62	62	62	62	62
X4.1	Pearson Correlation	.373**	.601**	.698**	1	.483**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000		.000	.000
	N	62	62	62	62	62	62
X5.1	Pearson Correlation	.420**	.302*	.594**	.483**	1	.699**
	Sig. (2-tailed)	.001	.017	.000	.000		.000
	N	62	62	62	62	62	62
Reward	Pearson Correlation	.755**	.824**	.851**	.803**	.699**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	62	62	62	62	62	62

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	5

B. Variabel Kepuasan Layanan

Correlations

		X1.2	X2.2	X3.2	X4.2	X5.2	Kepuasan
X1.2	Pearson Correlation	1	.528**	.361**	.252*	.033	.675**
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.048	.798	.000
	N	62	62	62	62	62	62
X2.2	Pearson Correlation	.528**	1	.427**	.359**	.030	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.004	.820	.000
	N	62	62	62	62	62	62
X3.2	Pearson Correlation	.361**	.427**	1	.232	.170	.665**
	Sig. (2-tailed)	.004	.001		.070	.187	.000
	N	62	62	62	62	62	62
X4.2	Pearson Correlation	.252*	.359**	.232	1	.175	.605**
	Sig. (2-tailed)	.048	.004	.070		.174	.000
	N	62	62	62	62	62	62
X5.2	Pearson Correlation	.033	.030	.170	.175	1	.501**
	Sig. (2-tailed)	.798	.820	.187	.174		.000
	N	62	62	62	62	62	62
Kepuasan	Pearson Correlation	.675**	.728**	.665**	.605**	.501**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	62	62	62	62	62	62

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.610	5

C. Variabel Loyalitas Anggota

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Loyalitas
Y1	Pearson Correlation	1	.761**	.579**	.624**	.701**	.843**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	62	62	62	62	62	62
Y2	Pearson Correlation	.761**	1	.766**	.806**	.716**	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	62	62	62	62	62	62
Y3	Pearson Correlation	.579**	.766**	1	.759**	.706**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	62	62	62	62	62	62
Y4	Pearson Correlation	.624**	.806**	.759**	1	.731**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	62	62	62	62	62	62
Y5	Pearson Correlation	.701**	.716**	.706**	.731**	1	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	62	62	62	62	62	62
Loyalitas	Pearson Correlation	.843**	.919**	.862**	.888**	.880**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	62	62	62	62	62	62

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

Reliability Statistics

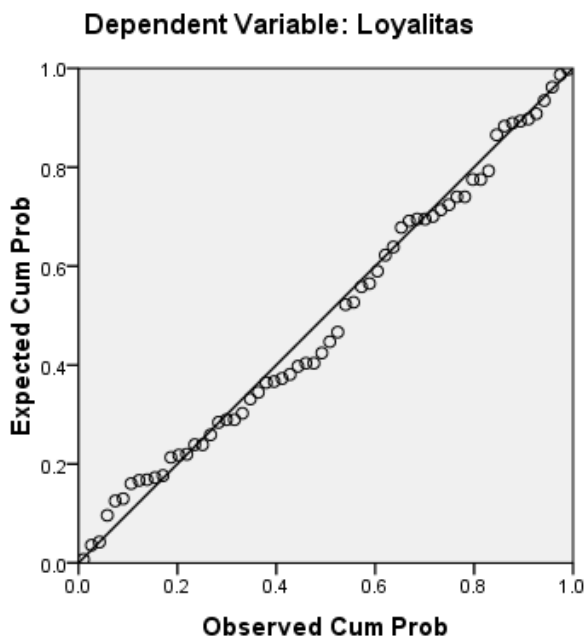
Cronbach's Alpha	N of Items
.924	5

Lampiran 6 : Hasil Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

1. P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



2. Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		62
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.58847168
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.082
	Negative	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		.644
Asymp. Sig. (2-tailed)		.802
a. Test distribution is Normal.		

B. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

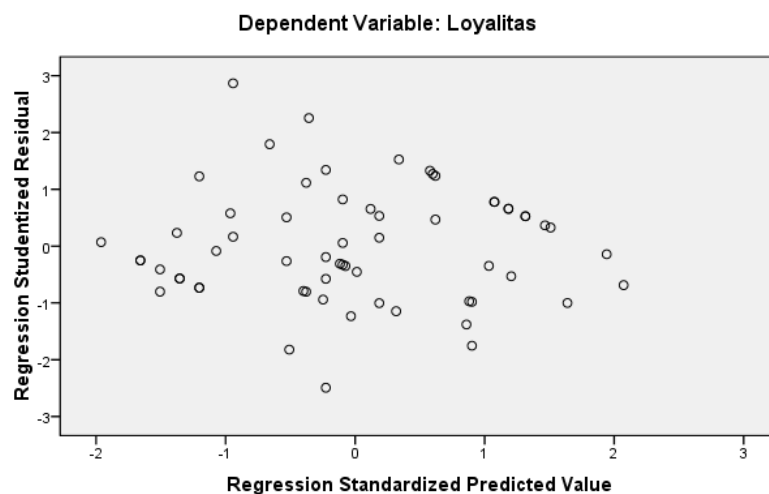
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-2.721	3.461		-.786	.435		
Reward	.761	.103	.666	7.377	.000	.996	1.004
Kepuasan	.409	.155	.239	2.646	.010	.996	1.004

a. Dependent Variable: Loyalitas

C. Uji Heterokedastisitas

1. Scatter-plot

Scatterplot



2. Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.632	2.061		.792	.432
Reward	.008	.061	.018	.138	.891
Kepuasan	.014	.092	.020	.152	.880

a. Dependent Variable:

RES2

Lampiran 7 : Hasil Uji Analisis Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.721	3.461		-.786	.435
	Reward	.761	.103	.666	7.377	.000
	Kepuasan	.409	.155	.239	2.646	.010

a. Dependent Variable: Loyalitas

Lampiran 8 : Hasil Uji Hipotesis

A. Uji Koefisien Determinasi (R^2)**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.721 ^a	.520	.504	2.632

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Reward

B. Uji Simultan (F)**ANOVA^b**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	443.498	2	221.749	32.011	.000 ^a
	Residual	408.711	59	6.927		
	Total	852.210	61			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Reward

b. Dependent Variable: Loyalitas

C. Uji Parsial (t)**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.721	3.461		-.786	.435
	Reward	.761	.103	.666	7.377	.000
	Kepuasan	.409	.155	.239	2.646	.010

a. Dependent Variable: Loyalitas

Lampiran 9 : Dokumentasi





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Asih Novianti
Tempat, Tanggal Lahir : Banjarnegara, 01 November 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Desa Kesener RT05 RW01 Kec. Banjarmangu Kab. Banjarnegara
Status : Belum Menikah
Kewarganegaraan : Indonesia
Nama Ayah : Sukamto
Pekerjaan : Wira swasta
Nama Ibu : Umi Muntofingah
Pekerjaan Ibu : Ibu rumah tangga
No. Telepon : 081227877380
Email : antiasihnovi@gmail.com

Jenjang Pendidikan

1. SD (2003 – 2009) : SDN 1 Kesenet
2. SMP (2009-2012) : SMPN 1 Banjarmangu
3. MA (2012-2015) : MAN 2 Banjarnegara
4. S1 (2015-2022) : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang