

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SUKU BUNGA DENGAN KEPUASAN  
SEBAGAI VARIABEL MODERATING TERHADAP LOYALITAS NASABAH  
(Studi pada Nasabah Koperasi Simpan Pinjam Sumber Makmur di Kebakkramat)**

**Rudi Kusdi Harto**<sup>1)</sup>

**SL Triyaningsih**<sup>2)</sup>

**Retno Susanti**<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup> Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta

e-mail: <sup>1)</sup> rudykusdiharto@gmail.com

<sup>2)</sup> dra.sl.triyaningsih.mm@gmail.com

<sup>3)</sup> tnos\_santi@yahoo.com

**ABSTRACT**

*The purpose of this study are: 1) To analyze the significance of the influence of service quality, interest rates, and satisfaction on customer loyalty in Sumber Makmur Credit Unions in Kebakkramat. 2) To analyze the effect of moderating the influence of satisfaction on service quality and the interest rate on customer loyalty in Sumber Makmur Credit Unions in Kebakkramat. The population is all credit customers Sumber Makmur Credit Unions in Kramat kebak of the 3000 customers with a sample of 100 customers. Data analysis techniques used classical assumption test, multiple linear regression analysis, t test, F test, the coefficient of determination, and a test of the absolute value of the difference. The conclusion of each hypothesis test results show that (1) the quality of service significantly affects customer loyalty Sumber Makmur Credit Unions in Kebakkramat, as evidenced by the t test generates a probability value  $(0,028) < 0,05$ . (2) the interest rate had no significant effect on customer loyalty Sumber Makmur Credit Unions in Kebakkramat, as evidenced by the t test generates a probability value  $(0,318) < 0,05$ . (3) the satisfaction significantly affect customer loyalty Sumber Makmur Credit Unions in Kebakkramat, as evidenced by the t test generates a probability value  $(0,005) < 0,05$ . (4) satisfaction does not moderate the impact of service quality on customer loyalty Sumber Makmur Credit Unions in Kebakkramat, is evident from the test absolute value of the difference that generates a probability value  $(0,315) < 0,05$ . (5) the satisfaction does not moderate the effect of interest rates on customer loyalty Sumber Makmur Credit Unions in Kebakkramat, is evident from the test absolute value of the difference that generates a probability value  $(0,803) < 0,05$ . Based on the results of the analysis showed that satisfaction does not moderate the impact of service quality and the interest rate on customer loyalty Credit Unions Sumber Makmur in Kebakkramat, so that the position satisfaction variables more appropriate as an independent variable because a significant effect on customer loyalty Credit Unions Sumber Makmur in Kebakkramat.*

**Keywords:** service quality, interest rates, satisfaction, customer loyalty

**PENDAHULUAN**

Koperasi merupakan salah satu organisasi ekonomi yang memiliki ruang gerak dan kesempatan usaha yang menyangkut kepentingan kehidupan ekonomi rakyat. Dengan demikian kemajuan dan pembangunan kope-

rasi semakin berperan dalam perekonomian nasional. Menurut Joko (2008:5) menyatakan pandangan masyarakat pada umumnya, khususnya masyarakat "Modern", terhadap koperasi tidak terlalu positif di mana koperasi dianggap lebih sebagai suatu lembaga sosial

yang tujuannya untuk membantu orang miskin.

Koperasi Simpan Pinjam Sumber Makmur merupakan salah satu koperasi simpan pinjam yang berlokasi di Kebakkramat Kabupaten Karanganyar. Koperasi ini sudah berdiri sejak 10 tahun yang lalu dan sudah memiliki banyak nasabah dari berbagai kalangan usaha kecil menengah terutama kaum pedagang warung wedangan di pinggir jalan. Koperasi Simpan Pinjam Sumber Makmur selalu menjaga hubungan yang baik dengan para nasabahnya tersebut demi kelangsungan kegiatan bisnisnya.

Koperasi Simpan Pinjam Sumber Makmur di Kebakkramat dalam menjalankan kegiatan operasionalnya menginginkan, agar nasabah yang sudah ada dapat dipertahankan selamanya. Namun hal tersebut bukanlah merupakan hal yang mudah, mengingat beberapa perubahan dapat terjadi setiap saat. Dalam jangka panjang loyalitas pelanggan menjadi tujuan bagi perencanaan pasar strategis, selain itu juga dijadikan dasar pengembangan keunggulan yang berkelanjutan, yaitu berbagai keunggulan yang dapat direalisasikan melalui upaya-upaya pemasaran (Sutisna, 2001:38).

Seiring dengan perkembangan zaman usaha koperasi simpan pinjam sudah banyak berdiri dan menjamur di berbagai wilayah di Kecamatan Kebakkramat, Solo dan sekitarnya. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat tersebut dibutuhkan suatu strategi atau cara untuk menjaga agar Koperasi Simpan Pinjam Sumber Makmur tetap bisa beroperasi dan tetap laku di kalangan masyarakat sehingga memiliki banyak pelanggan. Salah satu strategi tersebut tidak lain adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan sangat diperlukan bagi setiap usaha guna menjaga agar para pelanggan atau konsumen tidak beralih ke pesaing yang sejenis, dengan menjaga kualitas pelayanan yang baik konsumen merasa puas dan mereka akan tetap setia dengan kita.

Di tengah usaha koperasi simpan pinjam yang semakin marak, para pesaing selalu berupaya untuk selalu meningkatkan jumlah para nasabah mereka. Salah satu upaya yang dilakukan dengan meminimalisir tingkat suku

bunga pinjaman agar masyarakat mau mengambil kredit atau meminjam uang. Masyarakat selalu selektif dalam memilih kredit yang tepat untuk menjalankan usahanya karena setiap usaha pasti tujuan utamanya adalah *profit oriented*. Dengan memilih suku bunga yang ringan para nasabah akan lebih cepat melunasi pinjaman dan meraih laba yang diinginkan.

Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi Loyalitas nasabah dalam mengambil kredit pada koperasi simpan pinjam di antaranya yaitu kualitas pelayanan, tingkat suku bunga, kepuasan dan lain sebagainya. Menurut Pasolong dalam Ribka Ningsih (2007: 128) "Pelayanan adalah aktivitas seseorang, sekelompok dan organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan". Kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan konsumen, sehingga perlu menjaga kualitas pelayanan yang baik untuk membuat konsumen puas dan akhirnya loyal. Koperasi Simpan Pinjam Sumber Makmur perlu memaksimalkan kualitas pelayanan demi menjaga kesinambungan konsumen.

Setelah pelayanan faktor kedua yaitu suku bunga. Suku bunga adalah bunga yang ditetapkan oleh koperasi simpan pinjam bagi konsumen yang ingin meminjam uang atau menabung. Nasabah menginginkan suku bunga yang rendah saat ingin meminjam uang agar proses pengembalian pinjaman tidak terlalu memberatkan dan berjalan secara teratur sesuai jangka waktu yang ditetapkan.

Kepuasan nasabah dalam penelitian ini digunakan sebagai variabel moderating, hal ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Rifqi Purwo Adi (2013) yang meneliti tentang pengaruh kualitas produk dan kewajaran harga terhadap loyalitas dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi (Survei pada Konsumen Jenjang Karomah Kudus). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kewajaran harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan variabel kepuasan konsumen memoderasi pengaruh variabel kualitas produk dan kewajaran harga terhadap loyalitas pelanggan, sehingga kepuasan konsumen memperkuat pengaruh kualitas produk dan kewajaran harga terhadap loyalitas pelanggan.

Kelebihan Koperasi Simpan Pinjam Sumber Makmur dengan pesaing sejenis yaitu pada kualitas pelayanan. Pelayanan yang dilakukan dalam menjangkau nasabah misalnya yaitu kemudahan dalam bertransaksi (pengambilan kredit) ini bisa dilakukan di manapun dan kapanpun sesuai jam kerja baik itu di kantor maupun diluar kantor. Proses pengambilan kredit tersebut memiliki syarat yang tidak terlalu sulit cukup dengan KTP dan KK maka apabila proses pengambilan kredit tersebut telah disetujui oleh karyawan yang bersangkutan maka dana yang diminta oleh calon nasabah akan segera cair. Selain itu untuk suku bunga dibandingkan dengan pesaing yang sejenis, suku bunga kedit yang ditetapkan saat ini sebesar 5% (sumber: Koperasi Simpan Pinjam Sumber Makmur periode Januari 2016) relatif terjangkau oleh kalangan menengah ke bawah hal ini dibuktikan dengan banyaknya nasabah yang memiliki pekerjaan sebagai pedagang warung angkringan, pedagang kaki lima, pedagang pasar, dan lain-lain. Hingga saat ini Koperasi Simpan Pinjam Sumber Makmur sudah memiliki lebih dari 3000 nasabah dan akan terus bertambah lagi ditahun yang akan datang.

### Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan menganalisis 1) Untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan, suku bunga, dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Sumber Makmur di Kebakkramat. 2) Untuk menganalisis efek moderasi kepuasan pada pengaruh kualitas pelayanan dan suku bunga terhadap loyalitas nasabah

pada Koperasi Simpan Pinjam Sumber Makmur di Kebakkramat.

### Kerangka pemikiran

Kerangka pemikiran digambarkan seperti pada gambar 1 di bawah ini:

Keterangan:

Variabel Independen: Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )  
Suku Bunga ( $X_2$ )

Variabel Moderating : Kepuasan ( $X_3$ )

Variabel Dependen : Loyalitas Nasabah (Y)

### Hipotesis

$H_1$  : Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

$H_2$  : Ada pengaruh yang signifikan suku bunga terhadap loyalitas nasabah.

$H_3$  : Ada pengaruh yang signifikan kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

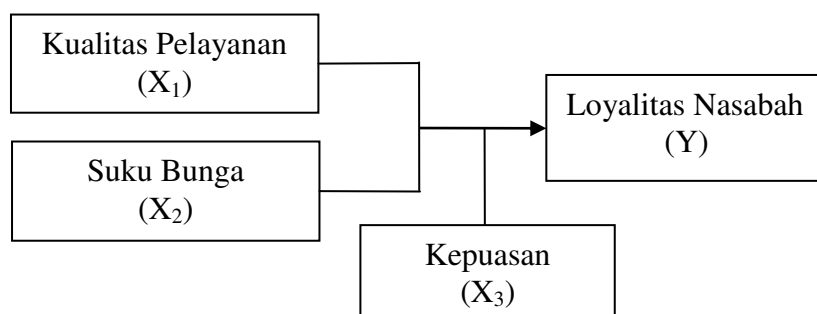
$H_4$  : Kepuasan memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

$H_5$  : Kepuasan memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

### METODE PENELITIAN

#### Ruang Lingkup Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian survei pada Koperasi Simpan Pinjam Sumber Makmur di Kebakkramat, dengan pertimbangan data yang diperlukan dalam penelitian tersedia serta diperolehnya izin penelitian. Jumlah Responden dalam penelitian ini, berjumlah 100 responden. Dalam populasi yang diketahui jumlahnya sebanyak 3000 nasabah, maka untuk pengambilan sampel ditentukan dengan rumus sebagai berikut:



**Gambar 1: Kerangka Pemikiran**

$$n = \frac{N}{1+N(e^2)} \text{ (Sugiyono, 2010:58)}$$

Di mana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Nilai kritis (batas ketelitian yang diinginkan (persentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel populasi)

$$n = \frac{3000}{1+3000(0,1^2)}$$

n = 96,89 dibulatkan menjadi 100.

Dari hasil tersebut sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 100 nasabah kredit.

## Definisi Operasional Variabel

### 1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh koperasi guna memenuhi harapan dan keinginan konsumen. Indikator variabel kualitas pelayanan menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman (2003: 49) tentang 10 dimensi karakteristik kualitas pelayanan yang diukur berdasarkan:

- a. *Tangibles*; keberadaan fisik pemberi pelayanan, meliputi tempat parkir, fasilitas gedung, tata letak dan tampilan barang, kenyamanan fasilitas fisik, peralatan dan perlengkapan modern.
- b. *Reliability*; mencakup 2 hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan pelayanan (jasa) nya secara tepat sejak saat pertama (*right in the first time*). Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya.
- c. *Responsiveness*; pelayanan yang baik harus disertai dengan tingkat keikutsertaan /keterlibatan dan daya adaptasi yang tinggi, yaitu membantu dengan segera memecahkan masalah.
- d. *Competence*; pelayanan yang baik harus di dasarkan kepada kecakapan/keterampilan yang tinggi.
- e. *Access*; meliputi memberikan/menyediakan keinginan pelanggan dan pelaya-

nyan yang mudah dihubungi.

- f. *Courtesy*; pelayanan yang baik harus disertai dengan sikap keramahan, kesopanan kepada pihak yang dilayani.
- g. *Communication*; pelayanan yang baik harus didasarkan kepada kemampuan berkomunikasi yang baik dengan pihak yang di layani.
- h. *Credibility*; pelayanan yang baik harus dapat memberikan rasa kepercayaan yang tinggi kepada pihak yang dilayani.
- i. *Security*; pelayanan yang baik harus memberikan rasa aman kepada pihak yang di layani dan membebaskan dari segala risiko atau keragu-raguan pelanggan.
- j. *Understanding The Customer*; pelayanan yang baik harus didasarkan kepada kemampuan me-nanggapi atau rasa pengertian kepada keinginan pihak yang dilayani.

### 2. Suku Bunga

Suku bunga adalah pembayaran bunga yang dibayar oleh konsumen atau koperasi kepada konsumen karena telah meminjam atau menabung pada koperasi simpan pinjam pada periode tertentu bisa per bulan atau per tahun. Indikator variabel ini diukur berdasarkan teori menurut Karl dan Fair yaitu pembayaran bunga tahunan dari suatu pinjaman, dalam bentuk persentase pinjaman yang diperoleh dari jumlah bunga yang diterima tiap tahun dibagi dengan jumlah pinjaman. Maka indikator Suku Bunga diukur berdasarkan besarnya jasa yang dikeluarkan waktu nasabah meminjam uang dan juga lama periode pembayaran jasa.

### 3. Kepuasan

Kepuasan adalah perasaan seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Indikator variabel ini diukur berdasarkan teori Kotler dan Kevin Lane Keller, (2007: 177) yaitu jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas, Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas, jika kinerja melebihi harapan,

pelanggan amat puas atau senang.

#### 4. Loyalitas

Loyalitas adalah kesetiaan nasabah setelah mengalami pelayanan yang dinyatakan dalam perilaku untuk menggunakan jasa koperasi tersebut dan mencerminkan adanya ikatan jangka panjang antara koperasi dan nasabah. Menurut Kotler dan Keller (2007: 57) indikator variabel ini diukur berdasarkan:

- Pelanggan yang melakukan pembelian ulang secara teratur.
- Pelanggan yang membeli untuk produk yang lain ditempat yang sama.
- Pelanggan yang mereferensikan kepada orang lain.
- Pelanggan yang tidak dapat dipengaruhi oleh pesaing untuk pindah.

#### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala *Likert* 5 poin yaitu Sangat Setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2), Sangat Tidak Setuju (1).

#### Pengujian Data

Untuk menguji kualitas data dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen meng-

gunakan rumus Korelasi Pearson dan *Cronbach Alpha*.

#### Teknik Analisis Data

- Uji Asumsi Klasik, dilakukan melalui 4 uji yaitu uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.
- Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan rumus uji sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

#### HASIL PENELITIAN

##### Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian analisis data karakteristik responden dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

##### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Jumlah butir pertanyaan dalam kuesioner dalam penelitian ini semuanya adalah 34 butir, dengan perincian instrumen kualitas pelayanan (X1) sebanyak 10 butir, instrumen suku bunga (X2) sebanyak 8 butir, instrumen kepuasan (X3) sebanyak 8 butir, dan instrumen loyalitas nasabah (Y) 8 butir pertanyaan.

**Tabel 1: Analisis Karakteristik Responden**

Karakteristik	Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Pria	22	22
	Wanita	78	78
	Total	100	100
Tingkat Pendidikan	SD	28	28
	SMP	57	57
	≥SMA	15	15
	Total	100	100
Jenis Pekerjaan	Pegawai Swasta	10	10
	Wiraswasta	84	84
	Petani	6	6
	Total	100	100
Penghasilan	≤ Rp1.200.000	20	20
	Rp 1.200.000 – Rp2.400.000	63	63
	Rp 2.400.000 –Rp 4.800.000	17	17
	Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer diolah, 2016

Instrumen kualitas pelayanan, suku bunga, kepuasan, dan loyalitas nasabah melalui uji Korelasi *Pearson* menunjukkan semua butir valid, ditunjukkan dengan  $p < 0,05$ . Hasil uji *Cronbach Alpha* menunjukkan bahwa seluruh instrumen reliabel ditunjukkan dengan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ .

Hasil uji realibilitas diketahui bahwa *Cronbach Alpha* menunjukkan bahwa instrumen kualitas pelayanan, suku bunga, kepuasan, dan loyalitas nasabah reliabel di tunjukkan dengan nilai *Cronbach Alpha* (0,660; 0,812; 0,767; 0,612)  $> 0,60$

### Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji asumsi klasik dalam model regresi linear berganda dapat dilihat di tabel asumsi klasik.

Berdasarkan hasil uji dapat disimpulkan lolos uji asumsi klasik (tidak ada multikolinearitas, tidak ada autokorelasi, tidak ada heteroskedastisitas, dan residual normal).

### Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis hubungan linear antara Kualitas Pelayanan, Suku Bunga, dan Kepuasan sebagai variabel independen dan Loyalitas Nasabah sebagai

variabel dependen. Berikut adalah rangkuman hasil analisis regresi linear berganda seperti pada tabel 3 berikut:

Berdasarkan tabel hasil analisis regresi linear berganda di atas diperoleh persamaan garis regresinya sebagai berikut:

$$Y = 15,989 + 0,135X_1 + 0,081X_2 + 0,257X_3$$

Di mana:

- a : 15,989 artinya jika kualitas pelayanan ( $X_1$ ), suku bunga ( $X_2$ ) dan kepuasan ( $X_3$ ) sama dengan nol, maka loyalitas nasabah ( $Y$ ) adalah positif.
- $b_1$  : 0,135 artinya pengaruh variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ) adalah positif, artinya apabila kualitas pelayanan meningkat, maka dapat meningkatkan loyalitas nasabah ( $Y$ ), dengan asumsi variabel suku bunga ( $X_2$ ) dan kepuasan ( $X_3$ ) dianggap tetap.
- $b_2$  : 0,081 artinya pengaruh variabel suku bunga ( $X_2$ ) terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ) adalah positif, artinya apabila suku bunga kredit semakin baik (semakin kecil), maka dapat meningkatkan loyalitas nasabah ( $Y$ ), dengan asumsi variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan ( $X_3$ ) dianggap tetap.

**Tabel 2: Hasil Uji Asumsi Klasik**

Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji <i>Multikolinearitas</i>	<i>Tolerance</i> $> 0,1$ <i>VIF</i> $< 10$	Tidak ada <i>Multikolinearitas</i>
Uji <i>Autokorelasi</i>	$p$ (0,421) $> 0,05$	Tidak ada <i>Autokorelasi</i>
Uji <i>Heteroskedastisitas</i>	$p$ (0,292; 0,153; 0,054) $> 0,05$	Tidak ada <i>Heteroskedastisitas</i>
Uji <i>Normalitas</i>	$p$ (0,658) $> 0,05$	Residual normal

Sumber: Data Primer diolah, 2016

**Tabel 3: Uji Regresi Linear Berganda**

	B	Beta	t	sig
(Constant)	15,989		5,929	0,000
X1	0,135	0,194	2,230	0,028
X2	0,081	0,140	1,021	0,310
X3	0,257	0,403	2,844	0,005

Sumber: Data Primer diolah, 2016

$b_3$  : 0,257 artinya pengaruh variabel kepuasan ( $X_3$ ) terhadap loyalitas nasabah (Y) adalah positif, artinya apabila kepuasan meningkat, maka dapat meningkatkan loyalitas nasabah (Y), dengan asumsi variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan suku bunga ( $X_2$ ) dianggap tetap.

#### Uji t

##### Uji hipotesis 1: Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil uji yang ada *p-value*  $0,028 < 0,05$  maka dapat ditentukan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya ada pengaruh yang signifikan variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap loyalitas nasabah (Y). Dengan demikian hipotesis yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Sumber Makmur di Kebakkramat, terbukti kebenarannya.

##### Uji hipotesis 2: Suku Bunga ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil uji yang ada *p-value*  $0,310 < 0,05$  maka dapat ditentukan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan variabel suku bunga ( $X_2$ ) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y). Dengan demikian hipotesis yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan suku bunga terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Sumber Makmur di Kebakkramat, tidak terbukti kebenarannya.

##### Uji hipotesis 3: Kepuasan ( $X_3$ ) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil uji yang ada *p-value*  $0,005 < 0,05$  maka dapat ditentukan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya ada pengaruh yang signifikan variabel kepuasan ( $X_3$ ) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y). Dengan demikian hipotesis yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Sumber Makmur di Kebakkramat, terbukti kebenarannya.

#### Uji F

Uji ini untuk mengetahui ketepatan model pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ), suku bunga ( $X_2$ ) dan kepuasan ( $X_3$ ) terhadap variabel terikat yaitu loyalitas nasabah (Y).

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai *p-value*  $0,000 < 0,05$  maka dapat ditentukan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya model yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ), suku bunga ( $X_2$ ) dan kepuasan ( $X_3$ ) terhadap variabel terikat yaitu loyalitas nasabah (Y) sudah tepat.

#### Uji Determinasi $R^2$

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat yang ditunjukkan dengan persentase. Hasilnya dapat dilihat pada tabel 3 di atas.

**Tabel 4: Hasil Uji Selisih Mutlak Uji Selisih Mutlak 1**

	Unstandardized	Standardized	t	Sig.
	Coefficients	Coefficients		
	B	Beta		
(Constant)	32,535		110,273	0,000
Zscore: Kualitas Pelayanan	0,444	0,206	2,305	0,023
Zscore: Kepuasan	1,154	0,536	6,069	0,000
ABSZX1_ZX3	0,259	0,090	1,011	0,315

Sumber: Data Primer diolah, 2016

**Tabel 5: Hasil Uji Selisih Mutlak Uji Selisih Mutlak 2**

	Unstandardized	Standardized	t	Sig.
	Coefficients	Coefficients		
	B	Beta		
(Constant)	32,720		117,216	0,000
Zscore: Suku Bunga	0,223	0,103	0,738	0,462
Zscore: Kepuasan	1,060	0,492	3,523	0,001
ABSZX1_ZX3	0,110	0,022	0,250	0,803

Sumber: Data Primer diolah, 2016

### Hasil Uji Selisih Mutlak

Uji nilai selisih mutlak yaitu model regresi untuk menguji pengaruh moderasi, dengan uji selisih mutlak.

Uji ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3 \left| \frac{(X_1 - X_3)}{(X_2 - X_3)} \right| + e$$

### Uji hipotesis 4: Kepuasan (X<sub>3</sub>) Memoderasi Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil analisis data Uji selisih mutlak 1 sebagai mana terlihat dalam tabel 4 tersebut diperoleh koefisien regresi nilai absolut perbedaan antara X<sub>1</sub> dan X<sub>3</sub> sebesar 0,259 dengan *p-value* sebesar 0,315 > 0,05. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan (X<sub>3</sub>) tidak memoderasi pengaruh kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) terhadap loyalitas nasabah (Y). Dengan demikian hipotesis penelitian yang berbunyi: “Kepuasan memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Sumber Makmur di Kebakkramat”, tidak terbukti kebenarannya.

### Uji hipotesis 5: Kepuasan (X<sub>3</sub>) Memoderasi Suku Bunga (X<sub>2</sub>) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil analisis data Uji selisih mutlak 2 sebagai mana terlihat dalam tabel IV tersebut diperoleh koefisien regresi nilai absolut perbedaan antara X<sub>2</sub> dan X<sub>3</sub> sebesar 0,110 dengan *p-value* sebesar 0,803 > 0,05. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan (X<sub>3</sub>) tidak memoderasi pengaruh suku bunga (X<sub>2</sub>) terhadap loyalitas nasabah (Y). Dengan demikian hipotesis penelitian yang berbunyi:

“Kepuasan memoderasi pengaruh suku bunga terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Sumber Makmur di Kebakkramat”, tidak terbukti kebenarannya.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, oleh karena itu hendaknya Koperasi Simpan Pinjam Sumber Makmur di Kebakkramat dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah perlu lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangibles, Reliabiliti, Responsiveness, Competence, Access, Courtesy, Communication, Credibility, Security* dan *Understanding The Customer* karena dengan meningkatkan kesepuluh dimensi kualitas pelayanan tersebut akan semakin meningkatkan loyalitas nasabah Koperasi Simpan Pinjam Sumber Makmur di Kebakkramat, Kabupaten Karanganyar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa suku bunga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, oleh karena itu hendaknya Koperasi Simpan Pinjam Sumber Makmur di Kebakkramat dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah perlu membuat kebijakan suku bunga yang kompetitif, sehingga dapat bersaing dengan Koperasi Simpan Pinjam lainnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan tidak memoderasi pengaruh kualitas pelayanan dan suku bunga terhadap loyalitas nasabah, oleh karena itu dapat disarankan bahwa penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel lainnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adenk Sudarwanto, 2013, *Laporan Keuangan Koperasi*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Imam Ghozali, 2005, *Analisis Multivariate SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Joko.S, 2008, *Prospek Koperasi Pengusaha dan Petani di Indonesia dalam Tekanan Globalisasi Ekonomi dan Liberalisasi Perdagangan Dunia*, Erlangga, Jakarta.
- Karl and Fair, 2001, *Pembayaran Bunga Tahunan dari Suatu Pinjaman dalam Bentuk Presentase dari Pinjaman yang Diperoleh*, Jurnal Manajemen Perbankan, Edisi Juni, Volume XI, No.2, hal 347 – 361, YKPN, Yogyakarta.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 Edisi XII, Alih Bahasa: Benjamin Molan, Mancanan Jaya Cemerlang.
- Parasuraman, Zeithaml, and Berry (2004), *A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research*, Journal of Marketing, Volume 49, Fall 1985, 41 - 50'.
- Rifqi Purwo Adi, 2013, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kewajaran Harga terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Moderasi (Survei pada Jenang Karomah Kudus)", *Skripsi* (tidak dipublikasikan) Universitas Slamet Riyadi, Surakarta.
- Ribka Ningsih, 2007, *Teori Administrasi Publik*, Alfabeta, Bandung.
- Sutisna, 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan RND*, Alfabeta, Bandung.
- Undang-Undang No 25 tahun 1992, tentang *Perkoperasian*, Eka Jaya. Jakarta.