

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, DAYA TARIK
PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS ANGGOTA KSP CU SEIA SEKATA
CABANG MINAS KABUPATEN SIAK**

*(The Influence of Company Image, Attraction of Products,
and Quality Services on The Loyalty of KSP CU Sekata
Cabang Minas Kabupaten Siak)*

SKRIPSI

OLEH :

AFERIEL ZEBUA

NIM : 2161201198

PROGRAM STUDI MANAJEMEN



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LANCANG KUNING
PEKANBARU**

2025

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : AFERIEL ZEBUA
NIM : 2161201198
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL : PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, DAYA TARIK PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA KSP CU SEIA SEKATA CABANG MINAS KABUPATEN SIAK

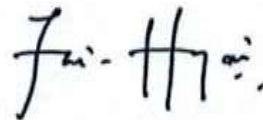
DISETUJUI

PEMBIMBING I



Dr. NOFRIZAL, S.E., M.M.
NIDN: 1002118703

PEMBIMBING II



NURHAYANI LUBIS, S.E., M.Si.
NIDN: 1006048501

DEKAN



Dr. DINI ONARIS, S.E., S.H., M.M., M.H., Ak., CA., ACPA.
NIDN: 1006067101

KETUA JURUSAN



Dr. AZNURIYANDI, S.E., M.Si.
NIDN: 1021088602

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : AFERIEL ZEBUA
NIM : 2161201198
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL : PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, DAYA TARIK
PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS ANGGOTA KSP CU SEIA SEKATA
CABANG MINAS KABUPATEN SIAK.

KETUA



Dr. AZNURIYANDI, S.E., M.Si.
NIDN: 1021088602

SEKRETARIS

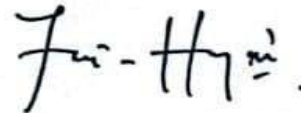


Dr. IDEL WALDEMI, SE.I., M.Si.
NIDN: 1008078602

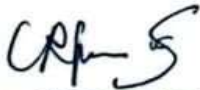


Dr. NOFERRIZAL, S.E., M.M.
NIDN: 1002118703

ANGGOTA



NURHAYANI LUBIS, S.E., M.Si.
NIDN: 1006048501



Prof. Dr. ARIZAL, S.E., M.M.
NIDN: 1023046301



Dr. AZNURIYANDI, S.E., M.Si.
NIDN: 1021088602

ABSTRAK

Pengaruh Citra Perusahaan, Daya Tarik Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Ksp Cu Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak

Oleh:

AFERIEL ZEBUA

2161201198

penelitian ini untuk melihat pengaruh citra perusahaan, daya tarik produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas Anggota KSP CU Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak. Sampel dalam penelitian ini adalah Anggota KSP CU Seia Sekata Cabang Minas berjumlah 85 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yakni responden merupakan anggota KSP CU Seia Sekata Cabang Minas yang sudah bergabung lebih dari satu tahun dapat digunakan sebagai sampel. Pengolahan dan analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan pengolahan data menggunakan program SPSS versi 26. Pengujian data yang digunakan untuk regresi linear berganda yaitu uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra perusahaan, daya tarik produk dan kualitas pelayanan secara parsial maupun secara simultan (bersama-sama) variabel kualitas pelayanan, citra merek dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota KSP CU Seia Sekata Cabang Minas. Kemudian hal ini terlihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan hasil 0,720 yang artinya 72% loyalitas dipengaruhi oleh citra perusahaan, daya tarik produk dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya yaitu 28% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini seperti promosi, lokasi dan sebagainya.

Kata Kunci: Citra Perusahaan, Daya Tarik Produk, Kualitas Pelayanan, Loyalitas

ABSTACT

The Influence of Company Image, Product Attractiveness, and Service Quality on Member Loyalty of Ksp Cu Seia Sekata Minas Branch,

Siak Regency

By:

AFERIEL ZEBUA

2161201198

This study is to see the influence of corporate image, product attractiveness and service quality on the loyalty of Members of KSP CU Seia Sekata Minas Branch Siak Regency. The sample in this study is 85 members of KSP CU Seia Sekata Minas Branch. The sampling technique used is a purposive sampling technique, namely a sample determination technique based on chance, namely respondents who are members of KSP CU Seia Sekata Minas Branch who have been together for more than one year can be used as a sample. Data processing and analysis using multiple linear regression analysis with data processing using the SPSS version 26 program. The data tests used for multiple linear regression are classical assumption tests and hypothesis tests. The results of the study showed that the company's image, product attractiveness and service quality partially or simultaneously (together) the variables of service quality, brand image and location had a positive and significant effect on the loyalty of members of KSP CU Seia Sekata Minas Branch. Then the R^2 can be seen from the coefficient value of determination (R^2) showing a result of 0.720 which means that 72% of loyalty is influenced by the company's image, product attractiveness and service quality while the remaining 28% is influenced by other variables outside this study such as promotion, location and so on.

Keywords: Company Image, Product Attractiveness, Service Quality, Loyalty.

PERNYATAAN

Dengan hal ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis dalam bentuk skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan doktor) baik di Universitas Lancang Kuning maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak dapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis ini, serta lainnya sesuai norma yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru, 07 Februari 2025

membuat pernyataan,



AFERIEL ZEBUA

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa”.sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Perusahaan, Daya Tarik P r o d u k, d a n K u a l i t a s P e l a y a n a n Terhadap Loyalitas Anggota Ksp Cu Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak”** ini tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Manajemen Universitas Lancang Kuning Pekanbaru. Selama penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Dini Onasis,SE.,SH.,MM.,MH.,Ak.,CA.,ACPA, selaku Dekan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning Pekanbaru.
2. Bapak Dr. Aznuriyandi,SE.,M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning Pekanbaru.
3. Bapak Dr. Nofrizal,SE.,MM, sebagai pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikiran dalam membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu Nurhayani Lubis,SE.,M.Si, sebagai pembimbing II yang juga telah banyak memberikan bimbingan, masukan, dorongan, dan semangat kepada penulis selama penulisan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning Pekanbaru yang telah memberikan ilmunya kepada penulis beserta staf, baik secara langsung maupun tidak langsung.

6. Kedua orang tua tercinta dan saudara/i seluruh keluarga penulis, terimakasih atas doa, dukungan dan motivasi yang tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Rekan-rekan seperjuangan Jurusan Manajemen khususnya Angkatan 2021 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat dan menghibur penulis.

Sebagai manusia biasa penulis menyadari penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh Penulis. Oleh karenanya atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritikan yang membangun.

Pekanbaru, 07 Februari 2025

Penulis

AFERIEL ZEBUA

DAFTAR ISI

ABSTRAK

PERNYATAAN

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISI..... iii

DAFTAR TABEL..... vi

DAFTAR GAMBAR Viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian..... 1

1.2. Perumusan Masalah..... 9

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian 9

1.3.1. Tujuan Penelitian 9

1.3.2. Manfaat Penelitian 9

1.4. Sistematika Penulisan 10

BAB II TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1. Telaah Pustaka 13

2.1.1. Manajemen 13

2.1.2. Manajemen Pemasaran..... 18

2.1.3. Citra Perusahaan 20

2.1.4. Daya Tarik Produk..... 24

2.1.5. kualitas pelayanan..... 26

2.1.6. Loyalitas 27

2.1.7. Penelitian Terdahulu 30

2.2. Kerangka Pemikiran 32

2.2.1. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas..... 35

2.2.2. Pengaruh Daya Tarik Produk Terhadap Loyalitas..... 36

2.2.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas	36
2.2.4. Pengaruh Citra Perusahaan, Daya Tarik Produk dan Kualitas Pelayanan Secara Bersama-sama Terhadap Loyalitas	37
2.3. Hipotesis	39

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian.....	41
3.2. Populasi dan Sampel.....	41
3.2.1. Populasi.....	41
3.2.2. Sampel	41
3.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	43
3.4.1. Jenis Data	43
3.4.1. Sumber Data.....	44
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6. Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel.....	44
3.7. Analisis Data.....	47
3.7.1. Analisis Deskriptif	47
3.7.2. Pengujian Instrumen Penelitian	48
3.7.3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	52
3.7.4. Pengujian Hipotesis	53

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1. Sejarah KSP CU Seia Sekata Cabang Minas	56
4.2. Visi, Misi KSP CU Seia Sekata Cabang Minas	57
4.3. Struktur Organisasi KSP CU Seia Sekata Cabang Minas	58

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Hasil Penelitian	61
5.1.1. Deskripsi Identitas Responden	61

5.1.2. Deskriptif Variabel.....	63
5.1.3. Pengujian Instrumen	69
5.1.4. Pengujian Asumsi Klasik (Uji Model)	72
5.1.5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
5.1.6. Pengujian Hipotesis.....	78
5.2. Pembahasan	83
5.2.1. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas.....	83
5.2.2. Pengaruh Daya Tarik Produk Terhadap Loyalitas.....	84
5.2.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas.....	85
5.2.4. Pengaruh Citra Perusahaan, Daya Tarik Produk dan Kualitas Pelayanan Secara Bersama-sama Terhadap Loyalitas.....	86
 BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan.....	89
6.2. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91
 BIOGRAFI PENULIS	
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Data Anggota KSP CU Seia Sekata.....	4
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel	46
Tabel 3.2 Skala Likert	48
Tabel 3.3 Tafsiran Nilai Rata-rata.....	49
Tabel 5.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 5.2 Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 5.3 Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Citra Perusahaan.	63
Tabel 5.4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Daya Tarik Produk	64
Tabel 5.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan	66
Tabel 5.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian	60
Tabel 5.7 Statistik Deskriptif Data Penelitian.....	70
Tabel 5.8 Hasil Uji Validitas Data Instrument.....	63
Tabel 5.9 Hasil Uji Realibilitas Data Instrument	64
Tabel 5.10 Hasil Uji Multikolonearitas.....	74
Tabel 5.11 Hasil Uji Autokorelasi	76
Tabel 5.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	77
Tabel 5.13 Hasil Uji Parsial (Uji t)	79
Tabel 5.14 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	81
Tabel 5.17 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	82

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	56
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan	58
Gambar 5.3 Hasil Uji Normalitas Data P-Plot	73
Gambar 5.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	76

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG PENELITIAN

Perkembangan di era globalisasi saat ini, terdapat persaingan dunia usaha yang semakin ketat, khususnya pada perusahaan koperasi. Perusahaan koperasi tidak hanya berfokus untuk mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya akan tetapi koperasi saat ini harus berusaha untuk menjadikan pelanggan agar memiliki loyalitas terhadap perusahaan.

Salah satu unit koperasi yang berkembang dengan pesat adalah “Credit Union” yang disingkat CU. Koperasi ini cukup banyak dijumpai di Indonesia khususnya di Sumatra dan Jawa Barat. Salah satunya yang terdapat di Riau adalah CU Seia Sekata. Keberhasilan dalam menambah anggota serta mempertahankan loyalitas anggota menjadi sesuatu hal yang perlu untuk dikaji pada KSP CU Seia Sekata tersebut dengan mengidentifikasi dan menguji faktor-faktor yang menjadi pemicu perkembangan loyalitas dan penambahan anggota.

Loyalitas pelanggan dalam jangka panjang menjadi tujuan bagi perencanaan pasar strategis, selain dijadikan dasar pengembangan keunggulan yang berkelanjutan, yaitu berbagai keunggulan yang dapat di realisasikan melalui upaya-upaya pemasaran. Lingkungan persaingan global yang semakin ketat dengan masuknya beberapa produk inovatif kepasar dan kondisi pasar semakin jenuh untuk beberapa

produk tertentu akan menyebabkan tugas untuk mengelola loyalitas pelanggan menjadi tantangan manajerial yang tidak ringan.

Kepergian pelanggan merupakan pertanda yang paling mungkin, bahwa pelanggan melihat suatu aliran nilai yang merosot dari suatu perusahaan. Suatu tingkat kepergian yang meningkat, merupakan suatu pertanda akan adanya penurunan pelanggan kepada perusahaan (meskipun perusahaan mampu mengganti pelanggan yang hilang), karena untuk mendapatkan pelanggan baru membutuhkan biaya dan pelanggan lama cenderung memberikan keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan pelanggan baru.

Perkembangan beberapa tahun belakang banyak perusahaan yang telah menyadari pentingnya loyalitas pelanggan bagi keberlangsungan bisnis mereka. Loyalitas pelanggan memang penting untuk kelangsungan hidup perusahaan. Alasan itu banyak perusahaan menggunakan strategi pemasaran yang defensif untuk meningkatkan pangsa pasar mereka dan probabilitas memaksimalkan retensi pelanggan. Komitmen yang kuat menunjukkan “sikap” untuk sebuah merek bahwa benar loyalitas ada.

Koperasi adalah gerakan yang terorganisasi yang didorong oleh cita – cita rakyat mencapai masyarakat yang maju, adil dan makmur seperti yang diamanatkan oleh UUD 1945 khususnya pasal 33 ayat (1) yang menyatakan bahwa: “Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan”. Dan “bangun perusahaan yang sesuai dengan itu ialah koperasi”. Karena dorongan cita – cita rakyat itu, undang – undang tentang perkoperasian No. 25 Tahun 1992

menyatakan bahwa koperasi selain badan usaha juga adalah gerakan ekonomi rakyat. Sebagai gerakan ekonomi rakyat, koperasi bukan hanya milik orang kaya melainkan juga milik oleh seluruh rakyat Indonesia tanpa terkecuali.

Sekarang ini persaingan antar lembaga keuangan atau koperasi sangat ketat, berbagai upaya yang dilakukan agar menjadi daya tarik nasabah. Apabila nasabah merasakan puas maka dapat diharapkan nasabah akan kembali lagi untuk melakukan transaksi, namun sebaliknya jika nasabah tidak merasakan kepuasan maka perusahaan akan kehilangan nasabah dan mengakibatkan nasabah tidak loyal pada perusahaan. Tantangan besar bagi perusahaan koperasi saat ini adalah loyalitas pelanggan atau nasabah. Dalam persaingan kualitas produk dan pelayanan, menurut para anggota koperasi untuk menyediakan produk-produk yang berkualitas dan pelayanan yang memuaskan akan membuat nasabah mengkonsumsi (mengadakan transaksi) dapat diperoleh dan akan membuat pelanggan atau nasabah kembali melakukan pinjaman dimasa yang akan datang.

Koperasi Simpan Pinjam CU Seia Sekata adalah Koperasi keuangan yang bergerak dibidang simpan pinjam dan jasa keuangan lainnya. CU merupakan lembaga keuangan yang dimiliki dan dikelola oleh anggotanya sendiri, dengan tujuan menyejahterakan anggotanya

Berikut adalah data target dan realisasi anggota KSP CU Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak selama 5 tahun terakhir:

Tabel 1.1
Data Anggota KSP CU Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak Tahun
2019 s/d 2023

Tahun	Target Anggota	Realisasi Anggota	Persentase (%)
2019	1.000	851	85,1%
2020	800	859	107,37%
2021	900	684	76%
2022	850	604	71,05%
2023	700	562	80,28%

Sumber: KSP CU Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak, 2024.

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa anggota KSP CU Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak selama 5 tahun terakhir. Tahun 2019 belum mencapai target anggota dengan persentase sebesar 85,1%, di tahun 2020 KSP CU SEIA SEKATA menurunkan target anggota sehingga target anggota tercapai dengan persentase sebesar 107,375%. Kemudian 3 tahun selanjutnya 2021,2022, dan 2023 target anggota tidak tercapai. Tidak tercapainya target anggota yang ditetapkan KSP CU Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak disebabkan citra perusahaan, daya tarik produk yang ditawarkan dan pelayanan yang diberikan pegawai KSP CU Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak.

Dengan adanya persaingan yang ketat antar koperasi untuk merebut pasar dan semakin bertambahnya nasabah koperasi, sedangkan kemampuan manajemen yang ada belum tentu memadai dan kurangnya ahli dalam mengelola koperasi, maka dalam hal ini KSP CU Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak lebih memperlihatkan kinerja dan berupaya untuk meyakinkan citra perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah, sehingga tidak akan ditinggalkan oleh nasabahnya.

Citra adalah kesan yang diperoleh melalui pengetahuan dan pengalaman seseorang tentang suatu hal. Bagi perusahaan citra diartikan sebagai persepsi konsumen terhadap jati diri perusahaan. Persepsi konsumen terhadap perusahaan didasari pada apa yang mereka ketahui atau mereka kira tentang perusahaan yang bersangkutan. Citra perusahaan yang baik dimaksudkan agar perusahaan dapat tetap hidup dan meningkatkan kreativitasnya bahkan memberikan manfaat lebih bagi orang lain.

Citra merupakan tujuan dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai. Walaupun citra merupakan sesuatu yang abstrak dan tidak dapat diukur secara sistematis, namun wujudnya dapat dirasakan. Penilaian atau tanggapan tersebut dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat (respect), kesan-kesan yang baik yang berakar pada nilai-nilai kepercayaan.

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yulianingsih dan Andiyani yang berjudul *"pengaruh citra perusahaan, kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, suku bunga dan lokasi terhadap loyalitas nasabah koperasi simpan pinjam (Studi Kasus Pada Koperasi CU. Harja Manunggal Berbah Sleman)*. Hasil penelitian menunjukan Secara parsial variabel citra perusahaan, kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, suku bunga dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Daya tarik produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen kepada konsumen dengan tujuan produknya dapat menjadi sorotan, diminta, dicari, dibeli, dan dikonsumsi oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan

konsumen. Daya tarik produk pada koperasi dapat berupa pelayanan yang diberikan, tingkat bunga dan kelebihan produk yang ditawarkan.

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gebby Mirayu Siagian dan Realize yang berjudul "*Pengaruh Citra Merek dan Daya Tarik terhadap Loyalitas Produk Nivea di Piayu Kota Batam*" Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan daya tarik secara parsial dan secara simultan terhadap loyalitas Produk Nivea di Piayu Kota Batam.

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mahastika, I. Made, dan Ida I. Dewa Ayu Yayati Wilyadewi yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Koperasi Simpan Pinjam Artha Sedana di Tabanan*." Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada KSP. Artha Sedana di Tabanan.

Pelayanan yang baik juga mendukung kualitas atau mutu dari perusahaan itu sendiri, sehingga baiknya pelayanan berdampak pada tinggi rendahnya rasa kenyamanan nasabah. Pelayanan yang diberikan oleh orang yang satu dengan yang lainnya dapat berbeda-beda karena tiap orang berbeda tingkah laku, sifat dan kemampuan. Tidak hanya itu seorang pemberi jasa dapat memberikan pelayanan yang berbeda-beda antara konsumen yang satu dengan yang lain, tergantung dari tingkah laku konsumen tersebut, khususnya pelayanan yang dikehendaki serta kelelahan atau masalah pribadi dari pemberi jasa. Dengan kata lain pelayanan dengan tenaga kerja yang intensif lebih sering mengakibatkan kegagalan.

Kompetensi suatu pelayanan juga dan rekan bisnis terhadap suatu perusahaan. Dimana para karyawan yang berada digaris depan menjadi penghubung antara perusahaan dengan kosumennya. Hubungan dengan rekan bisnis juga dipengaruhi oleh kompetensi suatu perusahaan, bila suatu perusahaan tidak kompeten maka hubungan yang saling membutuhkan tersebut akan hilang.

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nunky Junior Seaman Mangiri dan Luana Sasabone (2023), yang berjudul *“Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Anugerah Karunia Logistik.”* hasil penelitian menunjukkan bahwa citra perusahaan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif baik secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pelanggan Pada PT. Anugerah Karunia Logistik.

Dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan oleh KSP CU Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak harus bersifat inovatif dan berorientasi pada loyalitas nasabah. sehingga pihak manajemen perlu mengidentifkasi apakah pelayanan yang selama ini diberikan telah sesuai dengan harapan nasabah. Hal ini sebagai bukti perhatian KSP CU Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak terhadap loyalitas nasabahnya. Apabila harapan nasabah lebih besar dari tingkat pelayanan yang diterima, maka nasabah tidak loyal. Sebaliknya apabila harapan nasabah sama atau lebih kecil dari tingkat pelayanan yang diterima, maka nasabah akan loyal kepada perusahaan.

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syofian (2020), yang berjudul *“Pengaruh Citra Perusahaan,Ekspektasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Kc Bengkulu.”* hasil

penelitian menunjukkan bahwa citra perusahaan Ekspektasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif baik secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas nasabah Pada Bank BRI Kc Bengkulu

Maka dari itu, penting memahami untuk mempertahankan loyalitas anggota KSP CU Seia Sekata Cabang Minas. strategi untuk menarik Nasabah.

Berdasarkan teori dan uraian fenomena dan masalah, maka ditariklah judul penelitian ini: **“Pengaruh Citra Perusahaan, Daya Tarik Produk dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota KSP CU Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak”**.

1.2. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang penelitian masalah yang diuraikan maka penulis merumuskan masalah ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas anggota KSP CU Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak?
2. Apakah daya tarik produk berpengaruh terhadap loyalitas anggota KSP CU Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota KSP CU Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak?
4. Apakah citra perusahaan, daya tarik produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas anggota KSP CU Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak?

1.3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.3.1. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah yang ditetapkan, maka dapat dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas anggota KSP CU Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik produk terhadap loyalitas anggota KSP CU Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak.

3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota KSP CU Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra perusahaan, daya tarik produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap loyalitas anggota KSP CU Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Menambah pengetahuan dan wawasan penulis tentang citra perusahaan, daya tarik produk dan kualitas pelayanan serta loyalitas pelanggan terhadap suatu produk barang atau jasa.
2. Memberi masukan kepada pimpinan KSP CU Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak untuk meningkatkan loyalitas anggota KSP CU Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak.
3. Memberikan informasi maupun sumbangan pemikiran kepada mahasiswa/i yang ingin melakukan penelitian selanjutnya mengenai loyalitas pelanggan/konsumen/pengunjung/nasabah.

1.4. SISTEMATIKA PENULISAN

Penelitian ini di bagi dalam enam bab dengan tujuan untuk memberikan gambaran serta garis besar isi skripsi, sistematika penulisanya adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan bab pendahuluan yang akan menjelaskan latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Merupakan bab yang menjelaskan pengertian manajemen pemasaran, citra perusahaan, daya tarik produk, kualitas pelayanan, loyalitas dan penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan objek penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM KSP CU SEIA SEKATA CABANG MINAS KABUPATEN SIAK

Berisi tentang sejarah berdirinya KSP CU Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak visi dan misi serta struktur KSP CU Seia Sekata Cabang Minas Kabupaten Siak.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan terkait seberapa besar pengaruh citra perusahaan, daya tarik produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisikan kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian dan pembahasan, kemudian dikemukakan pula beberapa saran yang bermanfaat bagi usaha yang diteliti.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. KESIMPULAN

Dari pembahasan yang telah diuraikan, Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan penulis pada bab-bab sebelumnya mengenai citra perusahaan, daya tarik produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas, yang didasarkan dari hasil pembahasan dan pengujian dalam penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut: maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra perusahaan secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas pada anggota KSP CU Seia Sekata, Cabang Minas. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis pertama (H1) pada penelitian ini tidak dapat diterima. Adapun indikator citra perusahaan dengan nilai tertinggi yaitu kepribadian (*personality*) dengan nilai 3,96 berada pada rentang interval 3,41-4,20 yang artinya dikategorikan baik.
2. Daya tarik produk secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pada anggota KSP CU Seia Sekata, Cabang Minas. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis kedua (H2) pada penelitian ini dapat diterima. Adapun indikator Daya tarik produk dengan nilai tertinggi yaitu kelebihan produk dengan nilai 4,31 berada pada rentang interval 3,41-4,20 yang artinya dikategorikan baik.

3. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pada anggota KSP CU Seia Sekata, Cabang Minas. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis ketiga (H3) pada penelitian ini dapat diterima. Adapun indikator kualitas pelayanan dengan nilai tertinggi yaitu jaminan dengan nilai 4,38 berada pada rentang interval 4,21-4,00 yang artinya dikategorikan baik.
4. Citra perusahaan, daya tarik produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pada anggota KSP CU Seia Sekata, Cabang Minas. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis keempat (H4) pada penelitian ini diterima. Adapun variabel dengan nilai tertinggi yaitu loyalitas dengan nilai 4,36 berada pada rentang interval 3,41-4,20 yang artinya di kategorikan baik.
5. Hasil dari pengujian koefisien determinasi (R^2) yaitu diketahui dari nilai Adjusted R Square sebesar 0,720, hal ini mengandung artinya bahwa variabel citra perusahaan, daya tarik produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas anggota KSP CU Seia Sekata Cabang Minas sebesar 72%, sedangkan sisanya sebesar 28% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini seperti: promosi, lokasi dan sebagainya.

6.2. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan pada penelitian ini, maka saran dari peneliti yaitu:

1. Saran untuk KSP CU Seia Sekata, Cabang Minas, sebaiknya memperhatikan faktor- faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota. Jika anggota memiliki loyalitas yang tinggi terhadap KSP CU Seia Sekata Minas, maka akan meningkatkan kinerja KSP CU Seia Sekata, Minas, sehingga terciptanya kesejahteraan para anggota.
2. Saran Untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNILAK Hasil Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning khususnya prodi Manajemen konsentrasi manajemen pemasaran mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas.
3. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya dari hasil penelitian terlihat bahwa citra perusahaan, daya tarik produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian yang lebih luas lagi seperti mencari faktor-faktor lain yang mempengaruhi loyalitas sehingga dapat diketahui faktor-faktor apa saja yang menyebabkan turunnya loyalitas baik anggota koperasi, konsumen atau pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, Gary et al, 2018. *Marketing an Introduction, Canadian 6 Edition*.
Pearson Canada, Inc
- Assauri, S., 2018, *Dasar, Konsep, dan Strategi Manajemen Pemasaran*, Jakarta,
Rajawali Pers.
- Bright, D.S. et al., 2019. *Principles of Management*. Houston, TX: OpenStax,
Rice. University
- Brunet, J. et.al, 2018. *Marketing Manajement. Montreal: Chenelière Éducation*.
- Firmansyah, 2020, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, Surabaya,
Surabaya Publishing.
- Ghosh, P.P, 2021. *Principles and Practices of Management*. New Delhi:
University Science Press
- Ghozali, I., 2014, *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Semarang,
Universitas Diponegoro.
- Grewal Dhruv., & Michael Levy, 2020. *Marketing*. New York: McGraw-Hill
Education.
- Hadiyati, 2017, *Pengantar Manajemen*, Pekanbaru, CV. Karya Nova. Harahap,
D.A., 2016, *Pengantar Manajemen*, Bandung, Cendikia.
- Hasibuan, S.P., Malayu, 2016, *Manajemen*, Jakarta, Bumi Aksara.
- Hutahean, Wendy Sepmady, 2018. *Dasar Manajemen*, Jakarta: Ahli Media Press
- Kotler, P., 2015, *Manajemen Pemasaran Jilid 3*, Jakarta, Erlangga.
- _____ Keller, 2016, *Manajemen Pemasaran Jilid 5*, Jakarta, Erlangga.

Kotler, P., Armstrong, 2017, ***Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 6***, Jakarta, Salemba.

_____, 2019, ***Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 7***, Jakarta, Salemba.

Kotler, Philip., Armstrong, Gary, 2021. ***Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I***, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo

Krisnandi et.al, 2019. ***Pengantar Manajemen***, Jakarta: LPU-UNAS Manullang, M, 2018. ***Dasar-dasar Manajemen***. Jakarta: Ghalia Indonesia

Sugiyono, 2015, ***Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif***, Jakarta, Salemba.

Sugiyono, 2020. ***Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D***. Bandung: Alfabeta.

Tannady, Hendy, 2015. ***Pengendalian Kualitas***, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Ticoalu, 2019. ***Dasar-Dasar Manajemen***, Jakarta: Bumi Aksara

Tjiptono, Fandy, 2014. ***Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian***, Yogyakarta: Andi Offset

_____, 2019. ***Pemasaran Jasa Edisi Terbaru***. Yogyakarta: Andi Offset

Tjiptono, Fandy., Diana, Anastasia, 2020. ***Pemasaran***, Yogyakarta: Penerbit Andi

Artikel Jurnal

Agustian, Aland. "***pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan bpjs kesehatan***." (2018).

Mangiri, Nunky Junior Seaman., Sasabone, Luana, 2023. "***Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Anugerah Karunia Logistik***". Jurnal MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi), Vol. 7 No. 2

- Mahastika, I. Made, and Ida I. Dewa Ayu Yayati Wilyadewi. "***Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Koperasi Simpan Pinjam Artha Sedana di Tabanan.***" WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata 1.2 (2021): 479-490.
- Kristanto, 2022. ***Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Susu Murni Siliwangi A-Karsan Bandung)***, Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 19 No. 2
- Harto, Rudi Kusdi, S. L. Triyaningsih, and Retno Susanti. "***Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suku Bunga Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderating Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Koperasi Simpan Pinjam Sumber Makmur di Kebakkramat).***" Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan 16.2 (2016).
- Padang, Yohanis Tato, Fransiskus Randa, and Cherly E. Tanamal. "***Pengaruh Pengelolaan Dana, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Credit Union Sauan Sibarrung.***" Paulus Journal of Accounting (PJA) 4.1 (2022): 1- 16.
- Pitamakoro, P., & Wijaya, T, 2018. ***Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Instan (Studi Kasus pada TOP Coffee di Yogyakarta)***. Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia, Vol. 1 No. 1
- Priansa, D. J., Wibowo, Adi D. L, 2017. ***Manajemen Komunikasi dan Pemasaran.*** Bandung: Alfabeta
- Putirai, Riki., Trihantana, Rully., Anwar, Miftakhul, 2023. ***Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah di Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Khidmatul Ummah Cabang Pamijahan Bogor***, Sahid Banking, Vol. 2 No. 2
- Setiawati, dkk, 2021. "***Pengaruh Daya Tarik Produk, Kemudahan Web, Distribusi Penjualan terhadap Niat Beli Perdana Telkomsel pada Konsumen CV. Akar Daya Mandiri Surabaya***", UBHARA Management, Vol. 1 No. 1

- Shilawati, Astani., Sumitro, 2020. ***Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pt. Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Tipar Cakung Jakarta Timur)***, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia
- Siagian, Gebby Mirayu., Realize, 2023. ***“Pengaruh Citra Merek dan Daya Tarik terhadap Loyalitas Produk Nivea di Piayu Kota Batam”***, Jurnal Ilmiah Feasible, Vol. 5 No. 2
- Suryawan, Tjokorda Gde Agung Wijaya Kesuma., Triadhi, Nyoman Andika., Putri, Cokorda Istri Agung Vera Nindia, 2022. ***“Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Pada KSP Sari Sedana Nadi Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar”***, Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium Vol. 8 No. 1
- Suroya, Aulia Rahma, and Martha Tri Lestari. ***"Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Citra Perusahaan Garuda Indonesia Pasca Munculnya Vlog Rius Vernandes."*** *eProceedings of Management* 7.2 (2020).
- Syofian, 2020. ***Pengaruh Citra Perusahaan, Ekspektasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Kc Bengkulu***, Jurnal Creative Research Management, Vol. 3 No. 2
- Yulianingsih, Andiyani. ***pengaruh citra perusahaan, kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, suku bunga dan lokasi terhadap loyalitas nasabah koperasi simpan pinjam (Studi Kasus Pada Koperasi CU. Harja Manunggal Berbah Sleman)***. Diss. Universitas PGRI Yogyakarta, 2016.