

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Koperasi merupakan badan ekonomi kerakyatan yang berasas gotong royong dan kekeluargaan dalam pelaksanaannya, dimana hal ini sesuai dengan karakter bangsa. Menurut UU No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Pasal 1, koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatan berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan.¹ Koperasi sudah terbukti ketangguhannya yaitu saat Indonesia sedang dilanda krisis moneter. Perusahaan-perusahaan besar banyak yang gulung tikar namun tidak dengan koperasi, bahkan koperasi tetap berjalan. Koperasi dapat dijadikan tumpuan untuk menghindari dari kebangkrutan perekonomian.

Koperasi di Indonesia secara umum memiliki beberapa tingkatan. Tingkatan tertinggi adalah koperasi induk yaitu koperasi pada tingkatan nasional sedangkan terendah adalah koperasi pada tingkatan desa yaitu Koperasi Unit Desa. Koperasi Unit Desa atau KUD inilah yang menjadi wadah organisasi ekonomi yang bersifat sosial. KUD menjadi wadah bagi pengembangan berbagai kegiatan ekonomi masyarakat pedesaan berdasarkan potensi yang dimiliki daerah itu sendiri.

Salah satu potensi ekonomi tertinggi di Provinsi Jawa Timur adalah peternakan sapi perah. Periode 5 tahun terakhir (2018-2022) provinsi Jawa

¹ Dewan Perwakilan Rakyat, *Undang-Undang Republik Indonesia NO 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian*, <https://www.dpr.go.id>, (Diakses Pada Tanggal 17 Januari 2023)

Timur memberikan kontribusi terbesar pertama yaitu sebesar 51,79% atau 299.331 ekor sapi perah.² Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa peternakan sapi perah di Indonesia khususnya di Jawa Timur memiliki potensi untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Indonesia.

Tabel 1.1

Data Peternakan Sapi Terbesar Di Jawa Timur

No	Daerah	Populasi
1	Pasuruan	94.101 ekor
2	Malang	86.986 ekor
3	Tulungagung	25.139 ekor
4	Blitar	19.973 ekor
5	Batu	12.579 ekor
6	Kediri	10.786 ekor

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur Tahun 2020

Dari data Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, jika dirinci lebih detail lagi, ada sejumlah kabupaten yang menjadi daerah peternakan sapi perah terbesar di Jawa Timur yaitu Kabupaten Pasuruan, Kabupaten Malang, Kabupaten Tulungagung, Kabupaten Blitar, Kabupaten Batu, dan Kabupaten Kediri.³ Di Kabupaten Kediri peternakan sapi perah tersebar hampir diseluruh kecamatan. Kecamatan Ngancar merupakan salah satu daerah di Kabupaten Kediri yang menjadi sentra peternakan rakyat sapi perah.

²Sekretariat Jendral Kementerian Pertanian, *Outlook Komoditas Peternakan Susu*, <https://satudata.pertanian.go.id> (Diakses Pada Tanggal 20 Februari 2023)

³Badan Pusat Statistik, *Populasi Sapi Perah Menurut Kabupaten/Kota*, www.jatim.bps.go.id(Diakses pada tanggal 20 Februari 2023).

Potensi yang tinggi pada subsektor peternakan di Indonesia ini tidak akan memberikan hasil yang maksimal apabila tidak dikelola dengan baik. Sistem peternakan di Indonesia masih menerapkan peternakan rakyat yang kepemilikan ternaknya hanya 1-5 ekor saja. Selain itu, para peternak masih dihadapkan berbagai masalah seperti ketersediaan modal, pakan, biaya untuk perawatan ternak, hingga masalah dalam pendistribusian susu. Perlu adanya usaha bersama yang dilakukan untuk membuat subsektor peternakan memberikan hasil yang maksimal dan juga dapat meningkatkan perekonomian Indonesia.⁴

Koperasi susu sapi perah adalah usaha yang bergerak dalam bidang produksi susu segar dan kemudian akan didistribusikan ke perusahaan industri susu sebagai bahan baku susu olahan dan produk lainnya.⁵ Koperasi susu sapi perah dapat menghasilkan kurang lebih 90% produksi susu segar di Indonesia. Koperasi susu sapi perah dalam memproduksi susu segar bekerja sama dengan peternak rakyat yang menjadi anggota koperasi. Mengingat penting dan tingginya akan kebutuhan yang diperlukan dalam usaha peternakan sapi perah maka keberadaan koperasi susu sapi perah memberikan peranan penting bagi masyarakat.

Tabel 1.2

Daftar Koperasi Susu di Kabupaten Kediri

No	Nama Koperasi	Letak	Tahun Berdiri
1	Tani Jaya	Desa Gadungan Kecamatan	1980

⁴Amam, dkk., “Model Pengembangan Usaha Ternak Sapi perah Berdasarkan Faktor Aksesibilitas Sumber Daya”, *Jurnal Sains Peternakan Indonesia*, Vol.14 No.01 (2019), 62.

⁵Aep Saeful Yusup, dkk., “Formulasi Stategi Pengembangan Usaha Susu Sapi Perah”, *Jurnal Ekonomi dan bisnis*, Vol. 02 No.01 (2022), 53.

		Puncu	
2	Subur	Kecamatan Kepung	1981
3	Sri Gati	Kecamatan Papar	1992
4	Sido Luhur	Desa Mbesuk Kecamatan Gurah	1980
5	Tulus Bakti	Kecamatan Pagu	1978
6	Kertajaya	Kecamatan Kandangan	1979
7	Sri Anong Tani	Desa brenggolo Kecamatan Plosoklaten	1975
8	Suka Mulya	Desa Wonorejo kecamatan Wates	1980
9	Karya Bhakti	Desa Jagul Kecamatan Ngancar	1980

Sumber: Dinas Peternakan Provinsi Jawa Timur

Berdasarkan data dinas peternakan Provinsi Jawa Timur,⁶ koperasi susu yang ada di Kabupaten Kediri terdapat 9 koperasi yang tersebar di 9 kecamatan dari 26 kecamatan yang ada. Akan tetapi banyak dari koperasi susu tersebut yang sudah tidak beroperasi. Peneliti mengambil tiga koperasi susu yang masih aktif beroperasi di Kabupaten Kediri. Sehingga didapatkan 3 koperasi susu yang masih aktif beroperasi yaitu: 1. KUD Karya Bhakti di Kecamatan Ngancar, 2. KUD Sri Among Tani di Kecamatan Plosoklaten, 3. KUD Suka Mulya di Kecamatan Wates.

⁶Badan Pusat Statistik, *Koperasi Persusuan Jawa Timur*, www.Jatim.bps.go.id (Diakses pada tanggal 20 Februari 2023).

Tabel 1.3

Perbandingan Koperasi Unit Desa di Kabupaten Kediri

No	Keterangan	KUD Karya Bhakti	KUD Sri Among Tani	KUD Suka Mulya
1.	Lokasi	Desa Jagul Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri	Desa Brenggolo Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri	Desa wonorejo Kecamatan Wates Kabupaten Kediri
2.	Harga	Rp 6.375 - Rp 7.000	Rp 6.000 – Rp 6.500	Rp 5.750 – Rp 6.000
3.	Jenis Usaha	Ada 6: - Susu sapi - Simpan pinjam - Warung Serba Ada - Makanan ternak - Jasa angkut	Ada 5: - Susu sapi - Simpan pinjam - Warung Serba Ada - Fotocopy	Ada 3: - Susu sapi - Simpan pinjam - Warung Serba Ada
4.	Promosi	• mulut ke mulut	• mulut ke mulut	• mulut ke mulut

		• pameran • sosialisasi		
5.	Anggota	591	259	60

Sumber: Data hasil wawancara

Dari pemaparan tabel 1.3 dapat dipahami bahwa ketiga Koperasi Unit Desa tersebut berada di wilayah Kabupaten Kediri. KUD Karya Bhakti terletak di desa Jagul Kecamatan Ngancar, KUD Sri Among Tani berada di desa Brenggolo kecamatan Plosoklaten dan KUD Suka Mulya terdapat di desa Wonorejo kecamatan Wates. Produk yang diberikan di KUD Karya Bhakti, KUD Sri Among Tani, KUD Suka Mulya memiliki beberapa kesamaan yaitu pembelian susu dari peternak, layanan simpan pinjam, dan warung serba ada. Sedangkan produk yang dimiliki KUD Karya Bhakti memiliki keunggulan yaitu terdapat produk makan ternak dan jasa angkutan yang memudahkan bagi peternak untuk menjalankan usaha ternaknya.

Rentang harga beli susu dari peternak yang ditawarkan oleh KUD Karya Bhakti mulai Rp 6.375 sampai Rp 7.000 per liter, sedangkan KUD Sri Among Tani harga beli susu dari peternak mulai dari Rp 6.000 sampai Rp 6.500 per liter. Dan untuk KUD Suka Mulya harga beli berkisar mulai dari Rp 5.750 sampai Rp 6.100 per liter. Dari segi promosi pada KUD Karya Bhakti selain melalui mulut ke mulut juga melakukan promosi dengan ikut serta dalam kegiatan pameran dan melakukan sosialisasi peternak di desa-desa. Pada KUD Sri Among Tani dan KUD Suka Mulya hanya melalui mulut ke mulut. Anggota KUD Karya Bhakti dari Tahun 2003 hingga sekarang ini memiliki anggota berjumlah 591 anggota. Jumlah anggota pada KUD Sri

Among Tani ada 259 anggota dan pada KUD Suka Mulya memiliki sebanyak 60 anggota.

KUD Karya Bhakti merupakan salah satu Koperasi Unit Desa yang memiliki beberapa unit usaha (*multipurpose*) yang menjalankan beberapa fungsi, baik sebagai koperasi produsen, koperasi konsumsi, maupun sebagai koperasi simpan pinjam. Adapun unit usaha yang menjalankan Koperasi Unit Desa (KUD) Karya Bhakti yaitu unit usaha sapi perah, unit usaha produksi makanan konsentrat, unit usaha warung serba ada, dan unit usaha simpan pinjam. Berikut pendapatan unit usaha yang dijalankan KUD Karya Bhakti:

KUD Karya Bhakti bekerja sama dengan PT. Nestle senantiasa mendorong semua peternak di Ngancar dan sekitarnya untuk selalu meningkatkan semua produksi dan kualitas hasil susunya. Upaya ini diwujudkan dengan salah satunya mengajak peternak-peternak dan semua yang berkaitan dengan unit susu untuk melakukan study banding. Peran KUD untuk meningkatkan pendapatan masyarakat juga dapat dilihat dengan adanya penyuluhan konsumsi makanan ternak. Selain itu untuk mempermudah anggotanya, KUD memberikan sarana sistem kredit potong gaji kepada para anggotanya yaitu kredit berupa pembelian makanan ternak, dokter hewan, vitamin bagi ternak, kebutuhan sehari-hari yang disediakan di warung serba ada, serta peminjaman uang di unit simpan pinjam. Kemudahan-kemudahan yang diberikan KUD Karya Bhakti serta merta bertujuan untuk meningkatkan pendapatan para peternak sapi perah.

Untuk mencapai harapan dan tujuan yang diinginkan, koperasi diharapkan mampu untuk berkembang dan dapat bersaing dengan pelaku

ekonomi lainnya. Konsep strategi pemasaran tetap dijalankan dalam rangka untuk menjaga keberlangsungan dari usaha koperasi. Salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan yaitu dengan cara meningkatkan loyalitas dari anggotanya.

Sebagai salah satu kunci dalam mempertahankan usaha koperasi, loyalitas dari para anggotanya perlu dijaga. Anggota yang memiliki loyalitas pada perusahaan akan selalu meningkatkan transaksinya dan akan memberikan rekomendasi kepada orang di sekitarnya untuk bertransaksi pada perusahaan tersebut. Keadaan inilah yang dapat menjaga keberlangsungan dan perkembangan perusahaan. Sehingga, terciptanya anggota yang loyal dalam koperasi diperlukan untuk pertumbuhan koperasi tersebut.

Loyalitas merupakan tekad dan kesanggupan dari dalam diri seseorang untuk patuh dan setia terhadap suatu hal. Loyalitas dalam organisasi artinya setia terhadap organisasi yang terwujud dalam sikap tanggung jawab, rela berkorban, dan menjaga kehormatan organisasi.⁷ Loyalitas anggota merupakan kesetiaan, pengabdian dan kepercayaan yang terwujud dengan kesediaan untuk mencurahkan kemampuan, ketrampilan, pikiran dan waktu untuk ikut serta dalam mencapai tujuan perusahaan.⁸

Loyalitas pelanggan merujuk pada komitmen pelanggan terhadap suatu produk. Hal ini sangat penting untuk keberhasilan setiap jenis usaha, termasuk koperasi. Karena itu, koperasi perlu menjaga loyalitas anggotanya,

⁷A Malik, "Pengaruh Budaya Organisasi dan Loyalitas Kerja Dengan Intensi Turnover pada Karyawan PT. Cipaganti Heavy Equipment Samarinda", *Jurnal Psikologi*, Vol. 2 (2013) No. 1, 255.

⁸Fakhturohmah, et. Al., "Manajemen Organisasi dalam Membangun Loyalitas Anggota Organisasi Ikatan Pelajar Muhammadiyah di DIY", *Jurnal Dimensi*, Vol 7 No. 2 (September, 2018), 55.

sebab perkembangan koperasi sangat bergantung pada kesetiaan para anggotanya.

Tabel 1.4

Jumlah Anggota KUD Karya Bhakti

Tahun	Jumlah
2018	547
2019	598
2020	559
2021	613
2022	591

Sumber: observasi di KUD Karya Bhakti

Jumlah anggota koperasi telah mengalami fluktuasi, dengan adanya peningkatan dan penurunan dalam lima tahun terakhir. Pada tahun 2018 sampai 2019 terus mengalami kenaikan yaitu bertambah 51 anggota. Namun pada tahun 2020 mengalami penurunan yaitu terdapat 39 anggota yang keluar. Hal ini terjadi karena banyak peternak yang menjual hewan ternaknya dikarenakan kondisi ekonomi akibat wabah covid 19. Dan pada tahun 2021 mengalami peningkatan kembali dengan jumlah yang cukup besar dibanding tahun sebelumnya yaitu bertambah 54 anggota yang bergabung dengan koperasi. Sedangkan pada tahun 2022 mengalami penurunan kembali diakibatkan banyaknya penyakit PMK yang menyerang sapi, sehingga pada tahun 2022 mengalami penurunan sebanyak 22 anggota.

Dari jumlah anggota yang bergabung dengan koperasi selama dua tahun terakhir peneliti mengidentifikasi terdapat 443 anggota koperasi yang

loyal. Adapun kriteria anggota yang loyal adalah anggota masih bergabung tanpa proses keluar masuk dan sudah mengikuti dua kali Rapat Akhir Tahunan (RAT) yang diadakan oleh KUD Karya Bhakti Ngancar.

Loyalitas dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, pertama kepuasan konsumen (*satisfaction*) yaitu perbedaan antara harapan yang ada sebelum melakukan pembelian suatu produk atau penggunaan dan hasil kinerja yang diperoleh setelah melakukan pembelian atau penggunaan barang atau jasa. Kedua ikatan emosi (*emotional bonding*) adalah pengaruh yang dirasakan konsumen akibat adanya suatu merek yang memiliki daya tarik khusus. Ketiga, kepercayaan (*trust*) merujuk pada harapan dan keyakinan yang diberikan konsumen kepada suatu pihak untuk menjalankan fungsi tertentu. Kemudian faktor kemudahan (*choice reduction and habit*) yaitu rasa nyaman konsumen terhadap pihak atau merek tertentu karena kemudahan yang telah diberikan. Dan yang terakhir faktor pengalaman dengan perusahaan (*history and company*) yaitu sikap yang diulang oleh konsumen akibat pengalaman positif yang mereka alami dalam pelayanan yang diberikan.⁹ Karena Loyalitas memiliki peran yang penting dalam memastikan kelangsungan hidup perusahaan, maka perusahaan harus secara terus-menerus menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggannya. Oleh karena itu, untuk menciptakan loyalitas pelanggan, perusahaan harus membangun hubungan yang baik dengan konsumen guna memahami kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka.

⁹Vanessa Gaffar, CRM dan MPR Hotel (customer relationship management and marketing publik relations), (bandung:alfabeta: 2007), 71-72.

Kemudahan dalam bertransaksi merupakan faktor untuk menunjang loyalitas anggota. Kemudahan yaitu jika anggota akan merasa nyaman dalam sebuah organisasi saat situasi transaksi mereka berlangsung dengan cara yang memudahkan. Aspek dari loyalitas pelanggan, seperti pembelian atau penjualan produk secara rutin, dapat didasarkan pada akumulasi pengalaman yang terus-menerus.¹⁰

Untuk mencapai loyalitas anggota juga dibutuhkan sebuah kepercayaan. Kepercayaan merupakan suatu sikap yang diberikan suatu pihak kepada pihak yang lainnya karena pihak tersebut dapat dipercaya. Sebuah pihak dianggap dapat dipercaya karena memiliki integritas yang tinggi terhadap kualitas yang ditawarkan, seperti konsistensi, kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan lain-lain. Untuk membentuk loyalitas para anggotanya diperlukan adanya kepercayaan, karena dengan adanya kepercayaan dari para anggota terhadap perusahaan membentuk keyakinan bahwa perusahaan dapat mengelola dan memberikan keuntungan terhadap anggota.

Kemudian peneliti melakukan observasi pada sebagian anggota koperasi yang loyal. Berdasarkan hasil observasi, diperoleh informasi dari anggota (responden) mengenai alasan mereka memiliki loyalitas pada Koperasi Unit Desa Karya Bhakti yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.5

Alasan Memiliki loyalitas pada Unit Susu Sapi KUD Karya Bhakti

No	Faktor-faktor	Responden
1.	Kepuasan	6

¹⁰Vanessa Gaffar, CRM dan MPR Hotel, (Bandung : Alfabeta, 2007), 72.

2.	Ikatan Emosi	3
3.	Kepercayaan	9
4.	Kemudahan	15
5.	Pengalaman dengan Perusahaan	2
Total Responden		35

Sumber: data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 1.5 tersebut dapat diketahui bahwa alasan responden menjadi anggota yang memiliki loyalitas pada Unit Susu Sapi KUD Karya Bhakti adalah karena kemudahan dengan jumlah 15 responden. Dan juga faktor kepercayaan dengan jumlah 9 responden. Kemudahan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas. Kemudahan yang dimaksud adalah para anggota merasa dalam bertransaksi proses penyaluran susu hasil peternakan ke KUD Karya Bhakti dipermudah dengan fasilitas yang ada. Fasilitas yang diberikan oleh KUD Karya Bhakti yaitu pendistribusian susu yang diambil oleh petugas koperasi, pendistribusian pakan yang diantar ke rumah, kemudahan peminjaman modal, fasilitas dokter hewan dan vitamin, sehingga anggota tidak perlu mengeluarkan daya upaya yang sulit karena KUD Karya Bhakti membantu menyediakan produk-produk yang dibutuhkan peternak. Faktor kedua adalah kepercayaan yang mempengaruhi loyalitas, kepercayaan yang dimaksud adalah peternak percaya bahwa KUD Karya Bhakti mampu mengelola pendistribusian produk susu dan memberikan keuntungan-keuntungan bagi anggotanya serta dapat meningkatkan pendapatan peternak.

Berdasarkan uraian data di atas tentang KUD Karya Bhakti, menjadikan salah satu hal yang menarik peneliti untuk mengetahui lebih lanjut apakah proses dan prosedur yang berjalan sekarang ini membuat anggota KUD Karya Bhakti memiliki loyalitas pada koperasi. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di KUD Karya Bhakti dengan judul **“Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi (Studi Pada Unit Susu Sapi KUD “Karya Bhakti” Ngancar Kabupaten Kediri)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah disampaikan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kemudahan pada Unit Susu Sapi KUD Karya Bhakti Ngancar Kediri?
2. Bagaimana kepercayaan yang dirasakan anggota Unit Susu Sapi KUD Karya Bhakti Ngancar Kediri?
3. Bagaimana loyalitas anggota Unit Susu Sapi KUD Karya Bhakti Ngancar Kediri?
4. Bagaimana pengaruh kemudahan terhadap loyalitas anggota pada Unit Susu Sapi KUD Karya Bhakti Ngancar Kediri?
5. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas anggota pada Unit Susu Sapi KUD Karya Bhakti Ngancar Kediri?
6. Bagaimana pengaruh kemudahan dan kepercayaan terhadap loyalitas anggota Unit Susu Sapi KUD Karya Bhakti Ngancar Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kemudahan pada Unit Susu Sapi KUD Karya Bhakti Ngancar Kediri.
2. Mengetahui kepercayaan yang dirasakan anggota Unit Susu Sapi di KUD Karya Bhakti Ngancar Kediri.
3. Mengetahui loyalitas anggota Unit Susu Sapi KUD Karya Bhakti Ngancar Kediri.
4. Mengetahui pengaruh kemudahan terhadap loyalitas anggota pada Unit Susu Sapi KUD Karya Bhakti Ngancar Kediri.
5. Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas anggota pada KUD Karya Bhakti Ngancar Kediri.
6. Mengetahui pengaruh kemudahan dan kepercayaan terhadap loyalitas anggota Unit Susu Sapi KUD Karya Bhakti Ngancar Kediri.

D. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Dengan penelitian ini, diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian mendatang mengenai pengaruh kemudahan dan kepercayaan terhadap loyalitas. Selain itu, diharapkan kontribusi pemikiran ini dapat diberikan kepada bidang ilmu strategi manajemen pemasaran.

b. Secara Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis serta pihak-pihak yang berhubungan. Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Penelitian ini bisa menjadi bukti konkret bahwa para peneliti dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama masa perkuliahan, baik dalam bentuk teori maupun praktik. Lebih dari itu, penelitian ini juga mampu memberikan perspektif baru, pengalaman, dan pengetahuan yang lebih mendalam di bidang manajemen dan aspek loyalitas pelanggan.

2. Bagi perusahaan atau organisasi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi bagi KUD Karya Bhakti sebagai alat evaluasi untuk memeriksa kinerja perusahaan. Selain itu, juga diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam mengelola anggota perusahaan yang memiliki dampak terhadap tingkat loyalitas mereka.

3. Bagi lembaga pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber rujukan bagi semua mahasiswa dan kalangan akademisi. Terutama bagi mereka yang tertarik mempelajari masalah terkait manajemen pemasaran dan loyalitas anggota.

E. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara untuk masalah atau pertanyaan yang diajukan dalam penelitian.¹¹ Kebenaran hipotesis diuji melalui analisis data.

1. H0₁: Tidak ada pengaruh yang signifikan kemudahan terhadap loyalitas pada anggota Unit Susu Sapi Koperasi Unit Desa Karya Bhakti.

Ha₁: Ada pengaruh yang signifikan kemudahan terhadap loyalitas pada anggota Unit Susu Sapi Koperasi Unit Desa Karya Bhakti.

2. H0₂: Tidak ada pengaruh yang signifikan kepercayaan terhadap loyalitas pada anggota Unit Susu Sapi Koperasi Unit Desa Karya Bhakti.

Ha₂: Ada pengaruh yang signifikan kepercayaan terhadap loyalitas pada anggota Unit Susu Sapi Koperasi Unit Desa Karya Bhakti.

3. H0₃: Tidak ada pengaruh yang signifikan kemudahan dan kepercayaan terhadap pada anggota Unit Susu Sapi Koperasi Unit Desa Karya Bhakti.

Ha₃: Ada pengaruh yang signifikan kemudahan dan kepercayaan terhadap loyalitas pada anggota Unit Susu Sapi Koperasi Unit Desa Karya Bhakti.

F. Telaah Pustaka

1. Penelitian tahun 2021 dengan judul “*Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas donatur infak lembaga amal zakat (Studi Pada NU CARE-LAZISNU MWCNU Prambon)*” yang ditulis oleh Sulis Setyoningsih mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri.¹² Berdasarkan hasil analisis,

¹¹Muhammad darwin,dkk., *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), 22.

¹²Sulis Setyoningsih, “*Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas donatur infak lembaga amal zakat (studi pada nu care-lazisnu MWCNU Prambon)*, (Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2021).

pada uji hipotesis, yaitu uji F, diperoleh nilai Fhitung sebesar 470,409 dan Ftabel sebesar 3,89. Karena Fhitung > Ftabel, hal ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara variabel kepercayaan (X) dan variabel loyalitas (Y). Selain itu, melalui uji koefisien determinasi, diketahui bahwa nilai Adjusted R Square adalah 0,718, yang berarti variabel bebas kepercayaan (X) dapat menjelaskan dan mempengaruhi variabel terikat loyalitas (Y) sebesar 71,8%.

Persamaan penelitian oleh Sulis Setyoningsih dengan penelitian ini terdapat pada variabel *dependent*, yaitu loyalitas anggota. Dan bedanya terletak pada variabel bebasnya yaitu pada penelitian Sulis Setyoningsih lakukan menggunakan variabel kepercayaan sedangkan variabel penelitian ini menggunakan dua variabel kemudahan dan kepercayaan. Selain itu lokasi penelitiannya tidak sama, penelitian Sulis Setyoningsih di NU CARE-LAZISNU MWCNU Prambon sedangkan penelitian ini di KUD Karya Bhakti Ngancar.

2. Penelitian tahun 2020 dengan judul “*Pengaruh Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Susu Formula SGM (Studi pada TOP Swalayan Kecamatan Pare Kabupaten Kediri)*” yang ditulis oleh Sriani mahasiswa Ekonomi Syarian IAIN Kediri.¹³ Dalam penelitian ini kemudahan berpengaruh kuat terhadap loyalitas. Nilai person correlation sebesar 0,816 berada diantara skor 0,70-0,90. Persamaan regresi diperoleh $Y=2,592+0,778X$. Dan pengaruh kemudahan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 66,6%.

¹³Sriani, “*Pengaruh kemudahan terhadap loyalitas pelanggan produk susu formula SGM (studi pada TOP Swalayan kecamatan Pare Kabupaten Kediri)*, (Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2020.

Persamaan penelitian oleh Sriani dengan penelitian ini terdapat pada variabel *dependent*, yaitu loyalitas anggota. Dan bedanya terletak pada variabel bebasnya yaitu pada penelitian Sriani lakukan menggunakan variabel kemudahan sedangkan variabel penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu kemudahan dan kepercayaan. Selain itu lokasi penelitiannya tidak sama, penelitian Sriani di TOP Swalayan Kecamatan Pare Kabupaten Kediri sedangkan penelitian ini di KUD Karya Bhakti Ngancar.

3. Artikel penelitian tahun 2019 dengan judul “*Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pengguna Jasa Pengiriman Paket Pada PT. JNE Express Cabang Jember dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening*” yang ditulis oleh Frizky Yuniarta, Ika Barokah dan Gusti Ayu Wulandari mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember.¹⁴Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa pertama, kepercayaan dengan kepuasan memiliki pengaruh yang signifikan. Hal tersebut dapat diketahui dengan hasil nilai signifikan yaitu 0.000 lebih kecil dari $\alpha = 0.05$. Kedua, kualitas pelayanan dengan kepuasan memiliki pengaruh yang signifikan yaitu sebesar 0.020 lebih kecil dari $\alpha = 0.05$. Ketiga antara kepercayaan dengan loyalitas memiliki pengaruh yang signifikan yaitu sebesar 0.001 lebih kecil dari $\alpha = 0.05$. Keempat antara kualitas pelayanan dengan loyalitas memiliki pengaruh yang signifikan sebesar 0.000 yaitu lebih kecil dari $\alpha = 0.05$.

¹⁴Frizky Yuniarta, dkk. “Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pengguna Jasa Pengiriman Paket Pada PT. JNE Express Cabang Jember dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening”, *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 6 No. 1 (2019).

Kelima antara kepuasan dengan loyalitas memiliki pengaruh yang signifikan yaitu sebesar 0.022.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Frizky Yuniarta, Ika Barokah dan Gusti Ayu Wulandari dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah pada variabel terikatnya, yaitu loyalitas anggota, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel bebasnya yaitu pada penelitian Frizky Yuniarta, Ika Barokah dan Gusti Ayu Wulandari lakukan menggunakan variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan sedangkan variabel penelitian ini menggunakan variabel kemudahan dan kepercayaan. Selain itu lokasi penelitiannya tidak sama, penelitian Frizky Yuniarta, Ika Barokah dan Gusti Ayu Wulandari di PT. JNE Ekpress cabang Jember sedangkan penelitian ini di KUD Karya Bhakti Ngancar.

4. Artikel penelitian pada tahun 2020 dengan judul “*Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian*” yang ditulis oleh Mohammad Sony Zakiyuddin Arif mahasiswa Universitas Negeri Surabaya.¹⁵ Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan terhadap kepuasan yaitu berjumlah $2,905 > 2,00$ nilai pada probabilitas signifikan berjumlah 0,004 ($p \leq 0,05$). Hal ini menunjukkan suatu variabel kepercayaan memiliki pengaruh signifikan pada variabel kepuasan. Kemudian variabel kepercayaan terhadap loyalitas berjumlah $1.975 > 2.00$ yang probabilitas nilai signifikannya yaitu berjumlah 0.048 ($p \leq 0.05$). Hal tersebut bahwa memperlihatkan pada variabel kepercayaan

¹⁵Mohammad Sony Zakiyuddin Arif, “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 08 No.02 (2020).

yang mempunyai suatu pengaruh yang signifikan pada variabel loyalitas. Variabel kepuasan terhadap loyalitas yaitu berjumlah $0.826 > 2,00$ yang nilai probabilitas signifikannya yaitu sebesar 0.000 ($p \leq 0.05$). pada hal memperlihatkan suatu variabel kepuasan mempunyai pengaruh yang signifikan pada variabel loyalitas.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Sony Zakiyuddin Arif dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah pada variabel terikatnya, yaitu loyalitas anggota, selain itu juga merupakan penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel bebasnya yaitu pada penelitian Sulis Setyonongsih lakukan menggunakan variabel kepercayaan sedangkan variabel penelitian ini menggunakan dua variabel kemudahan dan kepercayaan. Selain itu lokasi penelitiannya tidak sama, penelitian Mohammad Sony Zakiyuddin Arif di PT. Pegadaian sedangkan penelitian ini di KUD Karya Bhakti Ngancar.

5. Artikel penelitian pada tahun 2019 dengan judul “*Pengaruh Kemudahan Transaksi dan Kepercayaan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan GOJEK (Studi Pada Mahasiswa Aktif Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur*” yang dilakukan oleh Lia Nirawati, Bela Ayu Dian Safitri dan Regista Fabunga Ahmad mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur.¹⁶ Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh persamaan $Y = 4,369 + 0,379X_1 + 0,515X_2$ dengan nilai R Square sebesar 0,665, yang menunjukkan bahwa 66,5% variasi dalam loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh model. Hasil analisis pengujian secara simultan (Uji F)

¹⁶Lia Nirawati, dkk., “Pengaruh Kemudahan Transaksi dan Kepercayaan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan GOJEK (Studi Pada Mahasiswa Aktif Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur”, *Jurna Syntax Idea*, Vol. 02 No. 09 (2020)

menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Transaksi (X1) dan Kepercayaan Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek (Y), di mana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($96,244 > 3,09$).

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lia Nirawati, Bela Ayu Dian Safitri dan Regista Fabunga Ahmad dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah pada variabel terikat yaitu loyalitas anggota dan variabel bebasnya yaitu kemudahan dan kepercayaan. Sedangkan perbedaannya yaitu lokasi penelitiannya tidak sama, penelitian Lia Nirawati, Bela Ayu Dian Safitri dan Regista Fabunga Ahmad di UPN Veteran Jawa Timur sedangkan penelitian ini di KUD Karya Bhakti Ngancar