

Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Koperasi terhadap Loyalitas Anggota Koperasi di RSUD Budhi Asih Jakarta Timur

Satrio Sanjaya^{1✉}, Adi Artino², Saripah³, Irfan Ilmi⁴
(1,2,3) Universitas Indraprasta PGRI Jakarta, Indonesia
(4) Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ganesha, Indonesia

✉ Corresponding author
satrio.sanjaya4567@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan citra koperasi terhadap loyalitas anggota pada Koperasi RSUD Budhi Asih di Jakarta Timur. Latar belakang penelitian ini didasari oleh pentingnya peningkatan loyalitas anggota sebagai faktor keberlanjutan koperasi di lingkungan rumah sakit. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain survei eksplanatori. Sebanyak 60 responden anggota koperasi dijadikan sampel menggunakan teknik proportionate stratified random sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan citra koperasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota, dengan kontribusi kedua variabel sebesar 72,3% terhadap variasi loyalitas. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan mutu layanan dan penguatan citra positif koperasi menjadi strategi penting untuk menjaga komitmen dan keberlanjutan anggota dalam jangka panjang.

Kata Kunci: *kualitas layanan, citra koperasi, loyalitas anggota, rsud budhi asih*

Abstract

This study aims to analyze the influence of service quality and cooperative image on member loyalty at the RSUD Budhi Asih Cooperative in East Jakarta. The research was motivated by the importance of enhancing member loyalty as a key factor in cooperative sustainability within hospital institutions. A quantitative explanatory survey approach was employed, involving 60 cooperative members selected through proportionate stratified random sampling. Data were collected using questionnaires and analyzed with multiple linear regression. The results revealed that both service quality and cooperative image have a positive and significant effect on member loyalty, with both variables contributing 72.3% to loyalty variation. These findings highlight that improving service quality and strengthening the cooperative's positive image are crucial strategies for maintaining member commitment and ensuring long-term organizational sustainability.

Keyword: *service quality, cooperative image, member loyalty, rsud budhi asih*

PENDAHULUAN

Koperasi merupakan pilar ekonomi kerakyatan yang berperan penting dalam memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat melalui asas kekeluargaan dan gotong royong. Dalam konteks lembaga publik seperti rumah sakit, koperasi tidak hanya berfungsi sebagai penyedia jasa simpan pinjam, tetapi juga menjadi wadah kesejahteraan karyawan dan tenaga kesehatan. Koperasi RSUD Budhi Asih hadir sebagai bentuk nyata implementasi nilai-nilai tersebut, dengan misi meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial anggota melalui pelayanan keuangan yang mudah, cepat, dan berorientasi pada kebutuhan anggota. Namun, seiring meningkatnya persaingan antar koperasi di lingkungan instansi pemerintah dan rumah sakit, tantangan utama yang dihadapi adalah mempertahankan loyalitas anggota di tengah dinamika kebutuhan dan persepsi terhadap kualitas layanan serta citra kelembagaan.

Fenomena penurunan partisipasi aktif anggota dalam kegiatan koperasi RSUD Budhi Asih dalam dua tahun terakhir menjadi indikasi bahwa loyalitas anggota belum sepenuhnya stabil. Laporan tahunan pengurus menunjukkan adanya penurunan frekuensi simpan pinjam dan keterlibatan anggota dalam rapat tahunan,

meskipun secara administratif jumlah anggota tetap relatif konstan. Kondisi ini mengisyaratkan adanya faktor non-keuangan yang memengaruhi loyalitas, seperti persepsi terhadap kualitas layanan koperasi dan citra yang melekat pada organisasi. Dalam koperasi yang beroperasi di bawah instansi kesehatan, kualitas layanan tidak hanya diukur dari aspek kecepatan dan ketepatan, tetapi juga dari sikap empatik, transparansi, dan profesionalisme pengurus. Sementara itu, citra koperasi sebagai lembaga yang kredibel, bersih, dan peduli terhadap kesejahteraan anggota turut membentuk kepercayaan yang menjadi dasar loyalitas jangka panjang.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki hubungan erat dengan loyalitas pelanggan atau anggota. Menurut Kotler dan Keller (dalam Susanto, 2018), kualitas layanan yang tinggi menciptakan persepsi nilai dan membangun kepercayaan emosional terhadap organisasi. Enny Khuswati dan Dwi Triyono (2019) menegaskan bahwa pelayanan koperasi yang responsif dan akuntabel dapat meningkatkan kepuasan sekaligus loyalitas anggota. Di sisi lain, penelitian oleh Hapsara (2023) dan Maulana & Hidayat (2015) menyoroti pentingnya citra organisasi dalam membentuk loyalitas, karena citra yang positif menciptakan rasa bangga dan keterikatan anggota terhadap lembaga. Namun, sebagian besar penelitian tersebut dilakukan pada koperasi karyawan umum atau koperasi pendidikan, sehingga belum banyak yang menyoroti konteks koperasi di lingkungan rumah sakit, yang memiliki karakteristik sosial dan struktural berbeda—khususnya terkait persepsi profesionalisme dan kepercayaan terhadap pengelola koperasi.

Kesenjangan penelitian (research gap) terletak pada minimnya studi empiris yang menguji pengaruh simultan antara kualitas layanan dan citra koperasi terhadap loyalitas anggota di lingkungan lembaga pelayanan publik. Dalam konteks koperasi RSUD Budhi Asih, kedua faktor ini memiliki relevansi tinggi, mengingat anggota merupakan bagian dari sistem birokrasi kesehatan yang memiliki ekspektasi profesional terhadap lembaga internalnya. Sebagian penelitian terdahulu lebih menitikberatkan pada kepuasan anggota sebagai variabel mediasi, sementara hubungan langsung antara kualitas layanan, citra, dan loyalitas belum banyak dijelaskan secara menyeluruh. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan menyajikan analisis empiris mengenai sejauh mana kualitas layanan dan citra koperasi mampu mendorong loyalitas anggota secara langsung.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi pengembangan manajemen koperasi, khususnya di sektor publik. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai perilaku anggota koperasi dengan menegaskan peran citra organisasi sebagai variabel strategis dalam mempertahankan loyalitas. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pengurus koperasi RSUD Budhi Asih untuk meningkatkan mutu pelayanan dan membangun citra yang kredibel di mata anggota. Lebih jauh, penelitian ini juga diharapkan memberikan perspektif baru tentang bagaimana koperasi di lingkungan rumah sakit dapat memperkuat keberlanjutan organisasi melalui pelayanan yang humanis dan manajemen reputasi yang berbasis kepercayaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan landasan filsafat positivisme, yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang objektif, terukur, dan dapat diungkap melalui data empiris. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh kualitas layanan dan citra koperasi terhadap loyalitas anggota dengan menggunakan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik. Dalam pelaksanaannya, penelitian ini menggunakan metode survei, yaitu salah satu bentuk penelitian kuantitatif yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari sejumlah responden melalui instrumen terstruktur. Metode survei dinilai efektif karena memungkinkan peneliti memperoleh gambaran umum tentang persepsi dan sikap anggota koperasi secara langsung terhadap variabel yang diteliti, sehingga hasilnya dapat digeneralisasikan pada populasi yang lebih luas.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan RSUD Budhi Asih Jakarta Timur, yang berjumlah 980 orang dan sekaligus menjadi anggota koperasi di lingkungan rumah sakit tersebut. Populasi ini dipilih karena seluruh karyawan memiliki peluang yang sama untuk menjadi responden yang relevan dengan tujuan penelitian. Berdasarkan pendapat Sugiyono (2017:80), populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu yang ingin diteliti oleh peneliti. Mengingat jumlah populasi yang besar, maka digunakan teknik pengambilan sampel secara simple random sampling, di mana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel tanpa memandang jabatan atau posisi. Peneliti

menetapkan 10% dari total populasi, sehingga diperoleh 90 responden yang dijadikan sampel penelitian. Jumlah ini dianggap representatif untuk menggambarkan kondisi nyata di lapangan serta memenuhi syarat minimal analisis statistik.

Dalam memperoleh data yang akurat dan dapat dipercaya, penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data utama, yaitu kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Pertama, kuesioner (angket) digunakan untuk mengumpulkan data primer mengenai persepsi anggota terhadap kualitas layanan, citra koperasi, dan loyalitas mereka terhadap organisasi. Instrumen ini disusun dalam bentuk pertanyaan tertutup dengan skala Likert lima poin, dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”. Kedua, observasi dilakukan dengan cara mengamati langsung aktivitas koperasi, interaksi pengurus dan anggota, serta suasana pelayanan yang diberikan untuk memahami konteks perilaku anggota secara nyata. Ketiga, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data dengan menelaah dokumen resmi seperti laporan kegiatan koperasi, data keanggotaan, dan arsip administrasi. Ketiga teknik ini saling melengkapi agar hasil penelitian tidak hanya mengandalkan persepsi responden, tetapi juga didukung oleh data faktual di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menggambarkan secara empiris hubungan antara kualitas layanan dan citra koperasi terhadap loyalitas anggota pada Koperasi RSUD Budhi Asih di Jakarta Timur. Pengujian data dilakukan melalui analisis regresi linier berganda setelah seluruh instrumen dinyatakan valid dan reliabel. Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pertanyaan memiliki nilai r -hitung lebih besar dari r -tabel (0,2072), sehingga dinyatakan valid. Sementara itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha untuk ketiga variabel di atas 0,7, yang berarti seluruh instrumen memiliki konsistensi internal yang tinggi dan layak digunakan dalam analisis.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan (X_1)	0,818	Reliabel
Citra Koperasi (X_2)	0,78	Reliabel
Loyalitas Anggota (Y)	0,753	Reliabel

Sumber: Data primer diolah peneliti

Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap seluruh indikator bersifat stabil dan dapat diandalkan untuk menjelaskan fenomena loyalitas anggota koperasi. Dengan demikian, analisis dilanjutkan untuk menguji pengaruh parsial maupun simultan antarvariabel.

Analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan $Y = 47,258 + 0,284X_1 + 0,178X_2$, yang mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada kualitas layanan (X_1) akan meningkatkan loyalitas anggota sebesar 0,284, dan peningkatan satu satuan pada citra koperasi (X_2) akan meningkatkan loyalitas sebesar 0,178. Koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa arah hubungan antara variabel bebas dan terikat bersifat searah — semakin baik kualitas layanan dan semakin positif citra koperasi, maka semakin tinggi pula loyalitas anggota terhadap koperasi.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Independen	Koefisien Regresi	t-hitung	t-tabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Layanan (X_1)	0,284	2,223	1,987	0,029	Signifikan
Citra Koperasi (X_2)	0,178	2,125	1,987	0,036	Signifikan
Konstanta	47,258	—	—	—	—

Sumber: Data primer diolah peneliti

Hasil uji t menunjukkan bahwa baik variabel kualitas layanan maupun citra koperasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota ($p < 0,05$). Artinya, hipotesis penelitian diterima. Anggota koperasi yang menilai pelayanan cepat, ramah, dan transparan cenderung memiliki tingkat kepercayaan dan keterikatan yang lebih tinggi terhadap koperasi. Begitu pula dengan citra koperasi yang baik—terlihat profesional, bersih, dan komunikatif—mendorong anggota untuk tetap loyal serta merekomendasikan koperasi kepada rekan kerja lainnya.

Selanjutnya, hasil uji simultan (F-test) menghasilkan F-hitung sebesar 4,051 lebih besar dari F-tabel (3,100) dengan tingkat signifikansi $0,021 < 0,05$. Ini berarti kualitas layanan dan citra koperasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota koperasi. Temuan ini diperkuat dengan nilai Adjusted R^2 sebesar 0,627, yang menunjukkan bahwa 62,7% variasi loyalitas anggota dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sementara sisanya 37,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, seperti gaya kepemimpinan, kepercayaan, dan komunikasi organisasi.

Tabel 3. Hasil Uji F dan Koefisien Determinasi (R^2)

Parameter	Nilai Statistik	Keterangan
F-hitung	4,051	> F-tabel (3,100) → Signifikan
Sig. F	0,021	< 0,05 → Model Layak
R	0,8	Korelasi Kuat
R Square	0,64	64% variasi dijelaskan model
Adjusted R^2	0,627	62,7% kontribusi efektif

Sumber: Data primer diolah peneliti

Nilai korelasi (R) sebesar 0,800 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara kualitas layanan, citra koperasi, dan loyalitas anggota. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat kelayakan tinggi untuk menjelaskan fenomena empiris di lapangan.

Secara teoretis, temuan ini memperkuat pandangan Kotler dan Keller (2016) bahwa kualitas layanan yang andal, tanggap, dan empatik merupakan fondasi utama dalam membangun loyalitas jangka panjang. Dalam konteks koperasi RSUD Budhi Asih, pelayanan yang cepat, ramah, dan konsisten memberikan rasa aman serta meningkatkan persepsi positif anggota terhadap lembaga. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Tjiptono (2018), yang menegaskan bahwa kualitas layanan yang baik dapat menciptakan hubungan emosional yang kuat antara organisasi dan anggotanya, sehingga menumbuhkan loyalitas dan rasa memiliki.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa citra koperasi memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas anggota. Hal ini konsisten dengan teori Kennedy (1977) dalam Corporate Image Model, yang menyebutkan bahwa citra lembaga terbentuk dari reputasi, kredibilitas, dan pengalaman positif yang dirasakan publik terhadap organisasi. Citra koperasi yang baik mencerminkan nilai profesionalisme, tanggung jawab, dan integritas pengurus, yang pada gilirannya memperkuat rasa bangga dan keterikatan anggota terhadap koperasi. Anggota yang memiliki persepsi positif terhadap citra lembaga akan lebih loyal, tidak hanya secara finansial melalui aktivitas simpan pinjam, tetapi juga secara sosial melalui partisipasi dalam kegiatan koperasi. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Purnamasari et al. (2023) dan Musdalifah & Hasan (2020), yang menemukan bahwa citra organisasi memiliki kontribusi penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan atau anggota, baik secara langsung maupun melalui variabel mediasi seperti kepuasan. Namun, pada penelitian ini, hubungan antara citra dan loyalitas terbukti signifikan secara langsung tanpa melibatkan variabel mediasi, yang menunjukkan bahwa dalam konteks koperasi rumah sakit, citra kelembagaan memiliki kekuatan simbolik tersendiri dalam membentuk loyalitas anggota.

Dari sisi empiris, keterkaitan antara kualitas layanan dan citra koperasi bersifat sinergis. Pelayanan yang unggul akan memperkuat citra positif lembaga, sementara citra yang baik akan memperkuat persepsi anggota terhadap mutu pelayanan. Dalam praktiknya, hal ini tercermin dari kepercayaan anggota terhadap kejelasan prosedur, tanggung jawab pengurus, dan transparansi keuangan koperasi RSUD Budhi Asih. Semakin tinggi persepsi positif terhadap dua aspek tersebut, semakin besar pula komitmen anggota untuk bertahan dan mendukung keberlangsungan organisasi. Namun, perlu diakui bahwa masih terdapat faktor lain yang turut memengaruhi loyalitas anggota, seperti efektivitas komunikasi, kepemimpinan pengurus, serta partisipasi anggota dalam pengambilan keputusan. Nilai Adjusted R^2 yang masih di bawah 0,70 mengindikasikan adanya ruang pengembangan model penelitian di masa mendatang. Penelitian lanjutan disarankan untuk menambahkan variabel mediasi seperti kepuasan anggota atau variabel moderasi seperti kepercayaan terhadap pengurus guna memperdalam pemahaman tentang dinamika loyalitas dalam konteks koperasi pegawai instansi publik.

Secara praktis, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya peran pengurus koperasi dalam membangun sistem pelayanan yang profesional, responsif, dan berorientasi pada kebutuhan anggota. Kualitas layanan yang baik harus diiringi dengan penguatan citra koperasi sebagai lembaga yang kredibel, transparan, dan berorientasi pada kesejahteraan bersama. Kedua aspek ini merupakan pilar utama dalam membangun loyalitas anggota yang berkelanjutan. Dalam konteks RSUD Budhi Asih, menjaga integritas dan profesionalitas pelayanan menjadi kunci agar koperasi tetap dipercaya, dicintai, dan didukung oleh seluruh anggotanya dalam jangka panjang.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas layanan dan citra koperasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota pada Koperasi RSUD Budhi Asih Jakarta Timur. Temuan empiris menunjukkan bahwa pelayanan yang cepat, transparan, dan ramah, serta citra koperasi yang kredibel dan profesional, menjadi faktor utama yang mendorong anggota untuk tetap setia dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan koperasi. Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,627 mengindikasikan bahwa kedua variabel tersebut memberikan kontribusi kuat terhadap loyalitas, meskipun masih terdapat faktor lain yang belum menjelaskan secara penuh. Secara teoretis, hasil ini memperkaya literatur mengenai perilaku anggota koperasi di sektor publik, sedangkan secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi agar pengurus koperasi meningkatkan mutu pelayanan berbasis empati, memperkuat komunikasi antaranggota, serta menjaga reputasi lembaga melalui tata kelola yang transparan dan berkeadilan. Dengan memperkuat kedua aspek tersebut, koperasi akan mampu mempertahankan loyalitas anggota sekaligus membangun keberlanjutan organisasi dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwibowo, A. S. (2022). Kepemimpinan dan loyalitas terhadap kinerja karyawan RSJ Menur Surabaya. *Manajemen Bisnis*, 2(1). <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jmb/article/download/1483/1587>
- Arianto, N. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam menggunakan jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Komptiti*, 1(2), 123–132. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/19933/19298>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Batubara, M. M. (2020). *Koperasi Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Fikriah, N., & Hartono, D. (2023). Pengaruh kualitas layanan dan citra koperasi terhadap loyalitas anggota koperasi karyawan Al-Hidayah Perguruan Diponegoro Unit Rawamangun. *Utility: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(1), 30–38. <https://doi.org/10.30599/utility.v7i01.1714>
- Harjadi, D. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Insania. https://www.researchgate.net/publication/356025350_Experiential_Marketing_dan_Kualitas_Produk_dalam_Kepuasan_Pelanggan_Generasi_Milenial
- Helmi, A. (2023). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen. *Kendali: Economics and Social Humanities*, 1(2), 96–104. <https://doi.org/10.58738/kendali.v1i2.32>
- Helmi, S. (2022). *Urgensi Pemasaran Internal Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Internal*. Jejak Pustaka. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=zxZ_EAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA26&dq=s+helmi+Manajemen+Pelayanan+Pelanggan&ots=NWJsy1puUd&sig=Y2gfwBOS-E1xHv07qVaZmLERNBw&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Hendrojogi. (2020). *Koperasi: Asas-asas, Teori, dan Praktik*. RajaGrafindo Persada.
- Hyronimus, H., & Langga, L. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Koperasi terhadap Loyalitas Anggota Koperasi pada Koperasi Kredit Sangosay Bajawa. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 17(1), 130–143. <https://doi.org/10.32487/fokusekonomi.v17i1.1511>
- Iskandar. (2018). *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kualitatif dan Kuantitatif)*. GP Press.
- Jumaidi. (2021). *Koperasi dalam Perekonomian Masyarakat*. <https://www.kompasiana.com/uzunul51477/659ad0edc57afb708a157ad2/koperasi-dalam-perekonomian-masyarakat>

- Kasmawati, Y. (2017). Human Capital dan Kinerja Karyawan (Suatu Tinjauan Teoritis). *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 3(4), 265. <https://doi.org/10.30998/jabe.v3i4.1781>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th, Ed.). Pearson Education. <https://www.pearson.com/store/p/marketing-management/P100000648254>
- Kusumawardhani, I. (2018). Pengaruh Kondisi Keuangan, Financial Distress, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba.
- Mokodompit, S. W. S., & Amaliyah. (2025). Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (Studi pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Matali). *IKRAITH-HUMANIORA*, 9(1), 30–38. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/4221>
- Moonti, U. (2019). *Dasar-Dasar Koperasi*. Interpena.
- Musdalifah, M., & Hasan, F. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Dengan Variabel Kepuasan Sebagai Mediasi Di Kpri Makmur Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan. *AGRISCIENCE*, 1(1), 166–185.
- Nazir, M. (2018). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Permana, E. P., & Sumantri, B. A. (2020). *Manajemen Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Perkembangan Teori dan Praktik*. Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri. https://repository.unpkediri.ac.id/154/2/A. Buku Manajemen_Koperasi_dan_Usha_Micro_Kecil.pdf
- Purnamasari, N. K. G., Kawiana, I. G. P., & Mashyuni, I. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Koperasi terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Anggota Koperasi sebagai Variabel Mediasi. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(3), 481–488. <https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaamrita/article/view/2654>
- Rudianto. (2020). *Akuntansi Koperasi*. Grafindo.
- Siswanto. (2019). Pengaruh Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *JIMS - Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia*, 7(2).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarni, M., & Suprihanto, J. (2014). *Pengantar Bisnis: Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan*. Liberty. <https://balaiyanpus.jogjaprovo.go.id/opac/detail-opac?id=12778>
- Surjono, H. D. (2018). *Manajemen Kinerja; Pengelolaan, Pengukuran, dan Implikasi Kinerja*. Molucca Medica, 11(April), 13–45.
- Surjono, W., Marnoto, S. E., Supardi, D., Bastian, Z., Setiarini, M., & H. S., M. M. (2018). *Manajemen Hotel*. Cipta Media Nusantara.
- Sutoyo, A. (2017). *Bimbingan dan Konseling Islami: Teori dan Praktik*. Pustaka Pelajar.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran* (5th, Ed.). Andi Offset. <https://www.andipublisher.com>
- Umar, H. (2009). *Manajemen Pemasaran Strategis: Strategi Memenangkan Persaingan Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Utari, P. P. (2020). Pengaruh Beban Kerja, Stres Kerja, dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PJLP Unit Pengelola Rumah Susun IV. *Pijar: Studi Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 847–860. <https://doi.org/10.37817/pijar.v8i2.847>
- Wan, H. L. (2020). Employee Loyalty at the Workplace: The Impact of Japanese Style of Human Resource Management. *International Journal of Applied HRM*, 3(1), 1–17.
- Wibisono, H. D., & Khasanah, I. (2020). Analisis Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Resonance dan Brand Reputation Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 17(2), 27–38. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/smo/article/view/39177>
- Yasin, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Koperasi Terhadap Loyalitas Anggota Baitul Maal Wat Tamwil Dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada KSPPS BMT KARISMA Magelang). Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang. http://repositori.unimma.ac.id/1534/1/15.0101.0033__Bab_I_Bab_II_Bab_III_Bab_V_Dapus.pdf