

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KOMUNIKASI TERHADAP KOMITMEN ANGGOTA KSU HARAPAN KITA KANTOR CABANG KOTA PASURUAN 2 WILAYAH PASURUAN

Indah Setyo Pratiwi<sup>1</sup>, Dies Nurhayati<sup>2</sup>, Nurus Sobakh<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas PGRI Wiranegara

Jl. Ki Hajar Dewantara No. 27-29, Tembokrejo, Purworejo, Pasuruan, Jawa Timur

e-mail: <sup>1</sup>[indahsetyopratiwi@gmail.com](mailto:indahsetyopratiwi@gmail.com), <sup>2</sup>[dies.ananto@gmail.com](mailto:dies.ananto@gmail.com),

<sup>3</sup>[nurussobakh2020@gmail.com](mailto:nurussobakh2020@gmail.com)

### Abstrak

Lembaga keuangan non-bank, seperti KSU Harapan Kita yang didirikan oleh H. M. Solikhan pada 18 Desember 1998 dan kini dipimpin oleh putranya, Lukman Khaqim, memainkan peran penting dalam sektor keuangan dengan menyediakan dana secara langsung maupun tidak langsung. Kualitas pelayanan dan komunikasi adalah faktor utama yang mempengaruhi kepuasan dan komitmen anggota. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh kualitas pelayanan dan komunikasi terhadap komitmen anggota KSU Harapan Kita Kantor Cabang Pasuruan 2 Wilayah Pasuruan, menggunakan data dari 51 anggota yang dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) dan komunikasi (X2) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap komitmen anggota. Analisis regresi berganda menghasilkan persamaan  $Y = 33.340 + 2,242X1 + 2,327X2 + e$ , dengan nilai t-hitung 3,289 dan taraf signifikansi 0,004, serta nilai F-hitung 7,822 dengan nilai signifikansi 0,001. Hasil ini menunjukkan bahwa baik kualitas pelayanan maupun komunikasi secara individu dan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap komitmen anggota, dengan nilai F-hitung yang lebih besar dari F-tabel ( $7,822 > 3,186$ ), dan signifikansi lebih kecil dari 0,005.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Komunikasi dan Komitmen

### Abstract

Non-bank financial institutions, such as KSU Harapan Kita, founded by H. M. Solikhan on December 18, 1998 and now led by his son, Lukman Khaqim, play an important role in the financial sector by providing funds directly and indirectly. Service quality and communication are the main factors that influence member satisfaction and commitment. This study aims to evaluate the effect of service quality and communication on the commitment of KSU Harapan Kita members, Pasuruan 2 Branch Office, Pasuruan Region, using data from 51 members collected through questionnaires and analyzed with SPSS. The results showed that service quality (X1) and communication (X2) had a significant positive effect on member commitment. Multiple regression analysis produced the equation  $Y = 33,340 + 2,242X1 + 2,327X2 + e$ , with a t-value of 3.289 and a significance level of 0.004, and an F-value of 7.822 with a significance value of 0.001. These results indicate that both service quality and communication individually and together have a significant effect on member commitment, with an F-count value greater than the F-table ( $7.822 > 3.186$ ), and a significance of less than 0.005.

**Keywords:** Service Quality, Communication and Commitment

## 1. PENDAHULUAN

Maraknya pendirian lembaga atau perusahaan non-bank oleh perorangan menuntut adanya kualitas dan daya tarik khusus untuk bersaing. Koperasi jasa di lapangan dapat dikelompokkan menjadi Single Purpose (satu usaha) dan Multi Purpose (banyak usaha), seperti Koperasi Simpan Pinjam (KSP) dan koperasi produsen susu. KSU Harapan Kita, didirikan oleh H. M. Solikhan pada 18 Desember 1998 dan kini dipimpin oleh putranya, Lukman Khaqim, adalah lembaga non-bank yang memiliki izin dan nomor induk berusaha (NIB), dengan 6 kantor cabang di wilayah Pasuruan dan sekitarnya. Dengan tingginya tingkat persaingan, penting bagi KSU Harapan Kita untuk meningkatkan

kualitas pelayanan dan komunikasi untuk menciptakan komitmen dari anggotanya. Penelitian ini memfokuskan pada kantor cabang Pasuruan 2 yang melayani pedagang kecil dan calon pedagang yang membutuhkan modal dengan jaminan tertentu.

Kualitas pelayanan sangat penting bagi KSU Harapan Kita karena pelayanan yang baik meningkatkan kepuasan dan kesetiaan anggota. Layanan berkualitas ditandai dengan penanganan cepat, minimal kesalahan, dan kepatuhan pada prosedur perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan (Indrasari, 2019).

Komunikasi adalah proses interaksi yang melibatkan pertukaran informasi untuk mempengaruhi sikap dan perilaku (Koesoemowidjojo, 2021). Dalam KSU Harapan Kita, komunikasi yang efektif antara pegawai dan anggota sangat penting karena mempengaruhi minat dan kepuasan anggota. Komunikasi yang buruk dapat mengurangi pemahaman dan kepuasan anggota, serta berdampak negatif pada perkembangan lembaga.

Komitmen anggota mencerminkan keyakinan terhadap nilai dan tujuan perusahaan, serta membangun kenyamanan, kepercayaan, dan ikatan. KSU Harapan Kita bertahan dan berkembang berkat komitmen anggota yang tinggi, yang meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mendukung pencapaian target (S. Gholami, 2017).

Ketika anggota melakukan komitmen terhadap suatu lembaga keuangan non-bank hal ini terjadi karena adanya Kualitas Pelayanan yang baik, adanya komunikasi yang baik antara karyawan dengan anggota, serta adanya kepercayaan karena dalam pengelolaan keuangan perlu adanya pihak yang profesional atau ahli dalam bidangnya.

Pengamatan penulis menunjukkan bahwa keluhan tentang kualitas pelayanan dan komunikasi karyawan sering dibahas dalam briefing pagi di KSU Harapan Kita Kantor Cabang Pasuruan 2. Penelitian ini, berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Komunikasi terhadap Komitmen Anggota KSU Harapan Kita Kantor Cabang Pasuruan 2 Wilayah Pasuruan,” diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi untuk perbaikan di lembaga tersebut.

## 2. METODE

Desain penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner atau angket sebagai alat untuk mengumpulkan data yang diambil dari sampel yang berasal dari populasi Kemudian dilakukan uji coba instrumen, uji validitas, dan uji reliabilitas.

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota KSU Harapan Kita Wilayah Kantor Cabang Pasuruan 2 dengan jumlah siswa 106 Anggota. Data diperoleh dari Kepala Mantri KSU Harapan Kita Kantor Cabang Pasuruan 2. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *Simple Random Sampling*. Untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus yang dikemukakan slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$
$$n = \frac{106}{1 + 106(0,1)^2}$$
$$n = \frac{106}{1 + 106(0,01)}$$

$$n = \frac{106}{1 + 1,06}$$

$$n = \frac{106}{2,06}$$

$$n = 51,45$$

Jadi setelah di hitung dengan menggunakan Rumus Slovin di dapatkan sampel sebanyak **51 Sampel Penelitian**.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa angket atau kuesioner untuk memperoleh data penelitian ini. Responden menilai setiap pertanyaan dengan menggunakan skala likert 5 poin. Angket yang digunakan adalah angket tertutup. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan software SPSS versi 25 untuk menguji dan mengetahui hasil penelitian ini. Adapun uji analisis data dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif; analisis regresi linear berganda; uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji linearitas; uji hipotesis: meliputi uji parsial (Uji t), uji simultan (Uji F), dan koefisien determinasi (R<sup>2</sup>).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### a. Hasil Analisis Data

##### 1) Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan teknik analisa data untuk menjelaskan data secara umum atau generalisasi dengan menghitung nilai minimum, nilai maksimum serta nilai rata-rata atau mean tidak hanya itu analisis ini juga sebagai penentu standar deviasi (Sugiyono, 2017:147). Berikut hasilnya:

**Tabel 1** Analisis Statistik Deskriptif  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KUALITAS PELAYANAN	51	18	25	22.33	2.251
KOMUNIKASI	51	18	30	26.76	3.160
KOMITMEN	51	12	50	34.33	14.965
Valid N (listwise)	51				

**Sumber:** Data di olah dengan SPSS oleh Penulis 2024

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai minimum 18, maksimum 25, rata-rata 22,33, dan standar deviasi 2,251.
2. Variabel Komunikasi (X2) menunjukkan nilai minimum 18, maksimum 30, rata-rata 26,76, dan standar deviasi 3,160.
3. Variabel Komitmen (Y) memiliki nilai minimum 12, maksimum 50, rata-rata 14,965, dan standar deviasi 14,965.

#### a) Kualitas Pelayanan (X1)

**Tabel 2** Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan (X1)

	SS		S		KS		TS		STS		JUMLAH	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
X1	26	51%	20	39%	4	8%	1	2%	0	0%	51	20%
	27	53%	22	43%	1	2%	0	0%	1	2%	51	20%
	24	47%	24	47%	2	4%	1	2%	0	0%	51	20%
	28	55%	21	41%	2	4%	0	0%	0	0%	51	20%

	32	63%	18	35%	0	0%	1	2%	0	0%	51	20%
	137		105		9		3		1			100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

Tabel 2 menunjukkan 5 item pernyataan pada X1 telah dijawab oleh 51 responden dengan tingkat frekuensi 100%. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner telah dijawab oleh responden. Untuk menjelaskan hasil dari data seluruh item pernyataan pada X1, dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 3 Jabaran Jawaban Variabel X1

Skala	Frekuensi	%
SS	137	54%
SS	105	41%
KS	9	4%
TS	3	1%
STS	1	0%
TOTAL	255	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 3 jawaban terbesar adalah sangat setuju dengan persentase sebesar 54% dan yang terendah adalah jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%.

b) Komunikasi (X2)

Tabel 4 Distribusi Frekuensi Komunikasi (X2)

	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
X2	26	51%	23	45%	2	4%	0	0%	0	0%	51	17%
	24	47%	23	45%	4	8%	0	0%	0	0%	51	17%
	26	51%	19	37%	4	8%	2	4%	0	0%	51	17%
	26	51%	23	37%	1	2%	0	0%	1	2%	51	17%
	30	59%	19	37%	2	4%	0	0%	0	0%	51	17%
	32	63%	16	31%	3	6%	0	0%	0	0%	51	17%
	164		123		16		2		1			100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

Tabel 4 menunjukkan 6 item pernyataan pada X2 telah dijawab oleh 51 responden dengan tingkat frekuensi 100%. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner telah dijawab oleh responden. Untuk menjelaskan hasil dari data seluruh item pernyataan pada X2, dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 5 Jabaran Jawaban Variabel X2

Skala	Frekuensi	%
SS	164	54%
SS	123	40%
KS	16	5%
TS	2	1%
STS	1	0%
TOTAL	306	100%



**Sumber:** Data diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 5 jawaban terbesar adalah sangat setuju dengan persentase sebesar 54% dan yang terendah adalah jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%.

**c) Komitmen (Y)**

**Tabel 6** Distribusi Frekuensi Komitmen (Y)

Y	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	36	71%	13	25%	0	0%	1	2%	1	2%	51	25%
26	51%	24	47%	0	0%	1	2%	0	0%	51	25%	
31	61%	17	33%	0	0%	1	2%	2	4%	51	25%	
30	59%	17	33%	1	2%	2	4%	1	2%	51	25%	
123		71		1		5		4			100%	

**Sumber:** Data diolah oleh peneliti, 2024

Tabel 6 menunjukkan 4 item pernyataan pada Y telah dijawab oleh 51 responden dengan tingkat frekuensi 100%. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner telah dijawab oleh responden. Untuk menjelaskan hasil dari data seluruh item pernyataan pada Y, dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 7** Jabaran Jawaban Variabel Y

Skala	Frekuensi	%
SS	123	60%
S	71	35%
KS	1	0%
TS	5	2%
STS	4	2%
TOTAL	204	100%

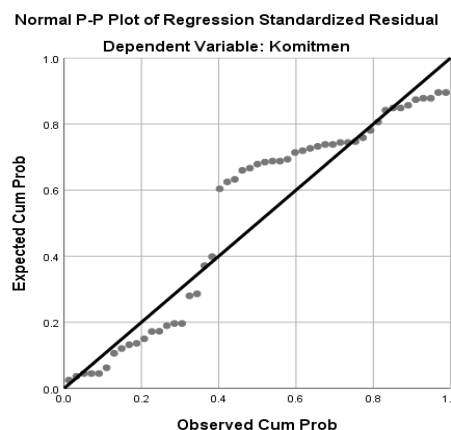
**Sumber:** Data diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 7 jawaban terbesar adalah sangat setuju dengan persentase sebesar 60% dan yang terendah adalah jawaban sangat kurang setuju dengan persentase sebesar 0%.

**2) Hasil Uji Asumsi Klasik**

**a) Uji Normalitas**

**Grafik 1** Uji Normalitas *Probability Plot*



Sumber: SPSS oleh Penulis 2024

Berdasarkan pada grafik 1 di atas, dapat di simpulkan bahwa gambar normal P-Plot yang menunjukkan bahwa terlihat titik-titik penyebaran di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal.

b) Uji Linieritas

Tabel 8 Hasil Uji Linieritas X1 Terhadap Y  
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KOMITMEN * KUALITAS PELAYANAN	Between Groups	(Combined)	983.453	6	163.909	.706	.646
		Linearity	70.175	1	70.175	.302	.585
		Deviation from Linearity	913.277	5	182.655	.787	.565
	Within Groups		10213.880	44	232.134		
	Total		11197.333	50			

Sumber: SPSS oleh Penulis 2024

Berdasarkan tabel 8 di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada baris *Deviation From Linierity* sebesar  $0,565 > 0,005$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara Kualitas Pelayanan (X1) dengan Komitmen (Y).

Tabel 9 Hasil Uji Linearitas X2 Terhadap Y  
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KOMITMEN * KOMUNIKASI	Between Groups	(Combined)	3980.383	10	398.038	2.206	.038
		Linearity	2737.631	1	2737.631	15.173	.000
		Deviation from Linearity	1242.752	9	138.084	.765	.648
	Within Groups		7216.950	40	180.424		
	Total		11197.333	50			

Sumber: SPSS oleh Penulis 2024

Berdasarkan tabel 9 di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada baris *Deviation From Linierity* sebesar  $0,648 > 0,005$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara Komunikasi (X2) dengan Komitmen (Y).

c) Uji Multikolinearitas

Tabel 10 Hasil Uji Multikolinearitas  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.340	1.558		1.415	.463		
Kualitas Pelayanan	2.242	.537	.436	3.289	.004	.972	1.003
Komunikasi	2.327	.596	.491	3.904	.000	.992	1.008

a. Dependent Variable: Komitmen

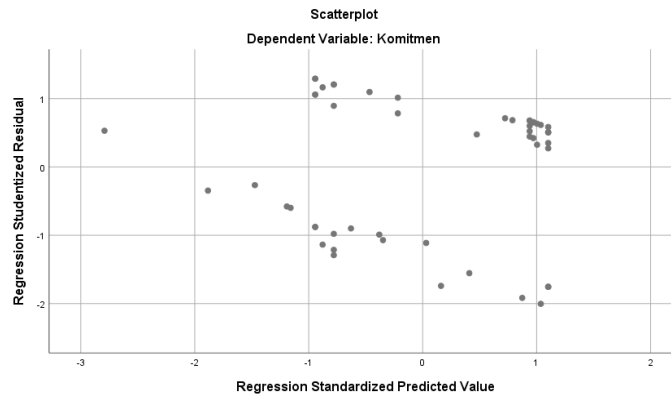
Sumber: SPSS oleh Penulis 2024

Berdasarkan tabel 10 diatas didapatkan nilai VIF untuk semua variabel kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1 yang berarti tidak ada multikolinearitas antara variabel bebas dalam model dan syarat tidak adanya multikolinearitas terpenuhi.



d) Uji Heteroskedastisitas

Grafik 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatter Plot



Sumber: SPSS oleh Penulis 2024

Dari grafik 2 menunjukkan pola menyebar dan abstrak dan berada jauh dari titik 0 sumbu X maupun Y, sehingga dapat dikatakan bahwa data bebas gejala heteroskedastisitas.

3) Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 11 Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.340	1.558		1.415	.463		
Kualitas Pelayanan	2.242	.537	.436	3.289	.004	.972	1.003
Komunikasi	2.327	.596	.491	3.904	.000	.992	1.008

a. Dependent Variable: Komitmen

Sumber: SPSS oleh Penulis 2024

Berdasarkan tabel 11 di atas dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

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

$$Y = 33.340 + 2,242X_1 + 2,327X_2 + e$$

4) Uji Hipotesis

a) Uji Parsial (Uji t)

Tabel 12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda Secara Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.340	1.558		1.415	.463		
Kualitas Pelayanan	2.242	.537	.436	3.289	.004	.972	1.003
Komunikasi	2.327	.596	.491	3.904	.000	.992	1.008

a. Dependent Variable: Komitmen



**Sumber:** SPSS oleh Penulis 2024

Berdasarkan tabel 12 di atas diperoleh T-hitung 3,289 dengan taraf signifikansi 0,004. Maka T-hitung  $3,289 > 2,00$  menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan sebagai X1 berpengaruh positif terhadap Komitmen atau Y.

Berdasarkan tabel 12 di atas diperoleh T-hitung 3,904 dengan taraf signifikansi 0,000. Maka T-hitung  $3,904 > 2,00$  menunjukkan bahwa Komunikasi sebagai X2 berpengaruh positif terhadap Komitmen atau Y.

## b) Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 13** Hasil Analisis ANOVA Regresi Linier Berganda Secara Simultan  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2752.304	2	1376.152	7.822	.001 <sup>b</sup>
	Residual	8445.030	48	175.938		
	Total	11197.333	50			

a. Dependent Variable: Komitmen

b. Predictors: (Constant), Komunikasi, Kualitas Pelayanan

**Sumber:** SPSS oleh Penulis 2024

Berdasarkan tabel 13 di atas dapat dilihat bahwa uji simultan ini menghasilkan nilai F-tabel sebesar 7,822 dengan nilai signifikansi 0,001. Nilai F-tabel untuk model regresi di atas 3,186 (F-hitung). Maka F-hitung  $>$  F-tabel ( $7,822 > 3,186$ ), signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,005 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan dan komunikasi secara simultan terhadap komitmen anggota KSU Harapan Kita Kantor Cabang Pasuruan 2 Wilayah Pasuruan.

## c) Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 14** Hasil Uji Koefisien Determinasi  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.905 <sup>a</sup>	.820	.324	18.964

a. Predictors: (Constant), Komunikasi, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Komitmen

**Sumber:** SPSS oleh Penulis 2024

Berdasarkan tabel 14 *model summary* di atas, koefisien determinasi Yang diperoleh sebesar 0,820 atau 82%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa X1 Kualitas Pelayanan dan X2 komunikasi memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap variabel Y komitmen sebesar 82%. Sedangkan 18% lainnya dipengaruhi oleh variabel dalam model penelitian lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

## b. Pembahasan

### 1) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Komitmen Anggota (Parsial)

Analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki koefisien 3,289 dengan nilai T-tabel 2,009, yang menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap Komitmen anggota (Y), dengan nilai signifikansi  $0,004 < 0,05$ . Hal ini berarti Kualitas Pelayanan mempengaruhi komitmen anggota sesuai ketentuan, terbukti dari kasus di lapangan di mana anggota melakukan peminjaman kembali berkat pelayanan yang baik. Teori Fandy Tjiptono (2015) mendukung hasil ini, yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan Zeithaml (1996) menambahkan bahwa lima indikator kualitas pelayanan bukti

langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mempengaruhi komitmen nasabah jangka panjang.

Hasil penelitian Alysha Primadani Putri (2022) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan, Pelayanan Komplain, Kepercayaan, dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah" mendukung penelitian ini, dengan menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Indonesia Tangerang Selatan, dengan nilai signifikansi  $0,006 < 0,05$ .

## 2) Pengaruh Komunikasi terhadap Komitmen Anggota (Parsial)

Analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel Komunikasi (X2) memiliki koefisien positif 3,904, dengan nilai T-hitung  $>$  T-tabel ( $3,904 > 2,009$ ) dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Komitmen Anggota (Y). Komunikasi yang baik terbukti mempengaruhi komitmen anggota di KSU Harapan Kita Kantor Cabang Pasuruan 2, seperti terlihat dari anggota baru yang melakukan peminjaman berkat komunikasi yang efektif.

Sesuai dengan penjelasan diatas dapat didukung dengan studi Brunner, Stocklin dan Opwis (2008) yang menjelaskan bahwa komunikasi merupakan peran penting dalam analisis sikap dan perilaku konsumen. Komunikasi menjadi dasar komunikasi pribadi yang mempengaruhi komitmen terutama dalam evaluasi produk atau jasa dan keputusan pembelian.

## 3) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Komunikasi terhadap Komitmen Anggota KSU Harapan Kita (Simultan)

Pengujian hipotesis yang pertama mengenai X1 dan X2 terhadap Y dengan uji signifikansi F menghasilkan nilai F-hitung  $>$  F-tabel ( $7,822 > 3,190$ ) dengan tingkat signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan kedua variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan komunikasi (X2) berpengaruh signifikan dan positif terhadap komitmen anggota (Y). Dengan nilai koefisien determinasi (Adjusted R2) yaitu 0,820 atau 82% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Komitmen dianggap sebagai faktor penting dalam menjalin hubungan, karena berkontribusi pada loyalitas dan kepuasan pelanggan (Qadir dkk, 2020). Tabrani dkk (2018) juga menyatakan bahwa kepercayaan tinggi menciptakan nasabah yang loyal dan berkomitmen, dengan komitmen berhubungan erat dengan faktor emosional nasabah. Penerapan Kualitas Pelayanan dan komunikasi yang baik di lapangan menunjukkan bahwa anggota lama melakukan pinjaman baru dan menarik anggota baru. Penelitian Devietha Intan Nilasarie mendukung temuan ini, menunjukkan bahwa komitmen berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, dengan koefisien regresi 0,427 dan nilai signifikansi  $0,000$  ( $p < 0,05$ ), yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi komitmen, semakin besar loyalitas nasabah.

## 4. KESIMPULAN DAN SARAN

### a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap komitmen anggota KSU Harapan Kita Kantor Cabang Pasuruan 2 Wilayah Pasuruan.

2. Ada pengaruh komunikasi secara parsial terhadap komitmen anggota KSU Harapan Kita Kantor Cabang Pasuruan 2 Wilayah Pasuruan.
3. Ada pengaruh Kualitas Pelayanan dan komunikasi secara simultan terhadap komitmen anggota KSU Harapan Kita Kantor Cabang Pasuruan 2 Wilayah Pasuruan.

#### b. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan hasil penelitian, ditemukan saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan: KSU Harapan Kita Kantor Cabang Pasuruan 2 perlu meningkatkan perhatian terhadap mantri dalam pelaksanaan tugas di lapangan, karena mereka berperan penting dalam komunikasi dan kualitas pelayanan yang membangun komitmen anggota. Perusahaan juga disarankan mengadakan seminar atau pelatihan mengenai karakteristik anggota lama dan baru untuk menghindari masalah dalam angsuran.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya: Untuk penyempurnaan penelitian ini penulis menyarankan untuk menambah jumlah sampel sehingga dapat lebih mencerminkan populasi dalam penelitian. Dan juga peneliti selanjutnya dapat menggunakan objek penelitian lainnya yang bertujuan untuk membandingkan KSU satu dengan yang lainnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Daryanto dan Setyobudi, I., (2014) *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta. Gava Media.
- Dupati Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. 2010. *Jenis Koperasi*. Jakarta. <https://dinkopukm.slemankab.go.id/wpcontent/uploads/2023/06/Jen-Koperasi.pdf>
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4 (125)*. Yogyakarta. Andi. (<https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/206460/strategi-pemasaran>)
- Gholami, F., Khoramdad, M., Esmailnasab, N., Moradi, G., Nouri, B., Safiri, S., & Alimohamadi, Y. (2017). The effect of dairy consumption on the prevention of cardiovascular diseases: A meta-analysis of prospective studies. *Journal of Cardiovascular and Thoracic Research*, 9(1), 1–11. <https://doi.org/10.15171/jcvtr.2017.01>
- Gholami, S. (2017). *The Impact Of Custumers Relationship On Brand Equity. International Journal Applied Bussines And Economic Research*. Vol 15. [https://serialsjournals.com/abstract/24224\\_ch\\_43\\_f\\_-\\_gholami.pdf](https://serialsjournals.com/abstract/24224_ch_43_f_-_gholami.pdf)
- Kotler, P., Molan, B., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen pemasaran / Philip Kotler, Kevin Lane Keller ; alih bahasa, Benyamin Molan. Edisi 12 Jilid 2*. PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Qadir, M. Z Khan, A. Javeed, & MY Khan. (2020). Pengaruh kepercayaan, keintiman Pelanggan dan Komitmen Tergadap Loyalitas Pelanggan di Bank Islam Pakistan:

Kepuasan Pelanggan sebagai Peran Mediasi. *Jurnal Pasar Berkembang Asia Pasifik*, Vol. 4, No. 1, 2020 ISSN; 2706-563444

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta Edisi 25. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=4940>

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>

Zeithaml V.A., A. Parasuraman. Dan L.L. Berry.1996. *The Behavioral Consequences Of Service Quality*. *Journal of marketing*. Vol60.