

## **PENGARUH RELEVANSI DAN KONSISTENSI TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA**

Kuswanto

Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Adi Buana Kampus Lamongan  
mr.koes@gmail.com

### **ABSTRACT**

*High loyalty allows PGRI to run its various programs more effectively because it has the full support of its members. This research uses quantitative research methods based on the philosophy of positivism and is applied to research specific populations or samples. Data collection is carried out through research instruments, and data analysis is quantitative, with the aim of testing the hypothesis that has been formulated. With a population of 288 PGRI members in Sukorame District with a sample of 74 members. The results of the existing analysis show that consistency and relevance affect loyalty in different ways. Consistency has a significant positive impact on loyalty, with each unit increase by 762 units. In contrast, relevance is negatively related to loyalty, where each increase of one unit reduces loyalty by 0.231 units. Despite the negative relevance influence, both have a statistically significant influence. Overall, consistency plays an important role in increasing loyalty, while relevance can decrease it.*

**Keywords :** *Relevance<sup>1</sup>, Consistency<sup>2</sup>, Member Loyalty<sup>3</sup>*

### **ABSTRAK**

Loyalitas yang tinggi memungkinkan PGRI menjalankan berbagai programnya dengan lebih efektif karena mendapat dukungan penuh dari para anggota. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif didasarkan pada filsafat positivisme dan diterapkan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dilakukan melalui instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Dengan populasi 288 anggota PGRI di Kecamatan Sukorame dengan sampel sebanyak 74 anggota. Dari hasil analisis yang ada menunjukkan bahwa konsistensi dan relevansi mempengaruhi loyalitas dengan cara berbeda. Konsistensi memiliki dampak positif yang signifikan terhadap loyalitas, dengan setiap peningkatan satu unit meningkatkan loyalitas sebesar 762 unit. Sebaliknya, relevansi berhubungan negatif dengan loyalitas, di mana setiap peningkatan satu unit mengurangi loyalitas sebesar 0.231 unit. Meskipun pengaruh relevansi negatif, keduanya memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik. Secara keseluruhan, konsistensi berperan penting dalam meningkatkan loyalitas, sementara relevansi dapat menurunkannya.

**Kata Kunci :** *Relevansi<sup>1</sup>, Konsistensi<sup>2</sup>, Loyalitas Anggota<sup>3</sup>*

## **PENDAHULUAN**

Organisasi profesi seperti Persatuan Guru Republik Indonesia (PGRI) memiliki peran penting dalam mendukung profesi guru melalui perlindungan, pengembangan kompetensi, dan peningkatan kesejahteraan anggota. loyalitas anggota menjadi aspek esensial dalam mencapai tujuan yang berfokus pada peningkatan kualitas pendidikan di Indonesia (Kim *et al.*, 2023). Loyalitas anggota merupakan faktor krusial dalam keberlangsungan organisasi ini karena loyalitas menjadi pondasi untuk membentuk ikatan jangka panjang antara anggota dan organisasi (Handoko, 2018). Loyalitas yang tinggi memungkinkan PGRI menjalankan berbagai programnya dengan lebih efektif karena mendapat dukungan penuh dari para anggota dan menunjukkan komitmen individu terhadap organisasi, yang dapat meningkatkan efektivitas organisasi dalam mencapai tujuan-tujuan strategisnya.

Faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas anggota dalam organisasi profesional meliputi berbagai aspek, baik dari dalam maupun luar organisasi. Dalam konteks ini, dua faktor yang mendapat perhatian lebih adalah relevansi dan konsistensi organisasi, yang secara signifikan dapat meningkatkan keterlibatan serta kepuasan anggota (Al-Dmour, 2018). Relevansi mencakup sejauh mana program organisasi mampu memenuhi kebutuhan anggotanya, sementara konsistensi berkaitan dengan kestabilan organisasi dalam mencapai tujuan dan menjaga integritas nilai-nilainya.

Loyalitas anggota adalah komponen krusial dalam manajemen organisasi. Menurut Kotler dan Keller (2018), loyalitas dapat didefinisikan sebagai komitmen yang kuat dari seorang individu untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa tertentu secara berulang. Loyalitas anggota dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun eksternal organisasi. Di antara berbagai faktor tersebut, relevansi dan konsistensi program organisasi telah diidentifikasi sebagai komponen penting

dalam meningkatkan loyalitas anggota (Baker & Sinkula, 2009).

Relevansi adalah ukuran sejauh mana suatu produk, layanan, atau informasi memenuhi kebutuhan dan harapan individu atau kelompok. Dalam konteks organisasi, relevansi menjadi kunci untuk menarik dan mempertahankan anggota. Menurut Kotler dan Keller (2018), relevansi produk terhadap konsumen sangat berpengaruh pada keputusan pembelian dan loyalitas. Hal ini menunjukkan bahwa relevansi bukan hanya sekadar aspek pemasaran, tetapi juga merupakan elemen strategis dalam manajemen organisasi.

Relevansi dapat meningkatkan kepuasan anggota dengan memastikan bahwa layanan atau produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan mereka. Penelitian oleh Marianti (2022) menunjukkan bahwa ketika anggota merasa bahwa layanan yang diberikan relevan dengan kebutuhan mereka, tingkat kepuasan mereka meningkat secara signifikan. Ini berimplikasi pada loyalitas anggota yang lebih tinggi terhadap organisasi. Loyalitas anggota sering kali dipicu oleh pengalaman positif yang berakar dari relevansi layanan. Penelitian oleh Wicaksono dan Santosa (2015) menemukan bahwa ada hubungan positif antara relevansi layanan dan loyalitas pelanggan. Ketika anggota merasa bahwa organisasi memahami dan memenuhi kebutuhan mereka, mereka cenderung untuk tetap setia.

Relevansi program dan kegiatan organisasi sangat penting dalam meningkatkan loyalitas anggota. Anggota yang merasa bahwa program organisasi sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka akan cenderung lebih setia dan berkomitmen pada organisasi (Daraba *et al.*, 2018). Penelitian menunjukkan bahwa organisasi yang menawarkan kegiatan relevan mampu meningkatkan kepuasan dan motivasi anggota untuk terlibat aktif dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan.

Selain relevansi, konsistensi organisasi juga memegang peranan penting dalam

mempertahankan loyalitas anggota. Konsistensi mengacu pada kemampuan organisasi untuk menjalankan program dan kebijakan secara berkelanjutan tanpa perubahan yang mengarah pada ketidakpastian atau ketidakjelasan. Anggota cenderung merasa lebih percaya dan setia terhadap organisasi yang mempertahankan komitmen dan nilai-nilai dasarnya secara konsisten (López-López *et al.*, 2018).

Konsistensi dalam organisasi mencakup penerapan standar dan praktik yang berkelanjutan dalam berbagai aspek, seperti komunikasi, kebijakan, dan tindakan kepemimpinan (Sürücü *et al.*, 2022). Konsistensi ini dianggap menciptakan lingkungan yang dapat diandalkan, yang memberikan kenyamanan bagi anggota organisasi untuk tetap loyal dan aktif dalam berpartisipasi.

Organisasi yang memiliki konsistensi tinggi cenderung memiliki anggota yang lebih loyal. Studi dari Ford *et al.* (2021) mengungkapkan bahwa konsistensi dalam penerapan kebijakan organisasi meningkatkan kepercayaan anggota dan mendorong rasa memiliki yang lebih kuat, yang merupakan dasar dari loyalitas. Dalam konteks PGRI, ketika organisasi konsisten dalam tujuan dan nilai, anggota lebih cenderung berkomitmen.

Dalam konteks PGRI, relevansi dan konsistensi program memiliki dampak signifikan mengingat organisasi ini harus beradaptasi dengan perubahan dalam dunia pendidikan yang terus berkembang. Dengan adanya perubahan teknologi dan kebijakan pendidikan, PGRI diharapkan dapat menyediakan program yang relevan agar anggotanya merasa didukung dan dilindungi secara profesional (Febriani *et al.*, 2020).

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota menunjukkan bahwa program yang tidak relevan dapat menurunkan loyalitas karena anggota merasa organisasi tidak mampu memenuhi kebutuhan mereka. Daraba *et al.* (2018) menemukan bahwa anggota organisasi yang merasakan manfaat langsung dari

program yang relevan cenderung memiliki tingkat loyalitas yang lebih tinggi dibandingkan mereka yang tidak.

Di sisi lain, konsistensi organisasi dalam mencapai tujuan dan melaksanakan program juga meningkatkan kepercayaan anggota terhadap stabilitas organisasi, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas (Nguyen dan Tuan, 2019). Ketika organisasi menunjukkan kestabilan dalam operasional dan pencapaian tujuan, anggota akan merasa yakin bahwa organisasi berada di jalur yang tepat dan dapat diandalkan.

Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada aspek kepuasan, motivasi kerja, dan gaya kepemimpinan sebagai faktor utama yang memengaruhi loyalitas anggota (Johnson *et al.*, 2020). Meski demikian, penelitian khusus mengenai pengaruh relevansi dan konsistensi terhadap loyalitas, terutama dalam konteks organisasi profesional seperti PGRI, masih jarang dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk mengisi kesenjangan literatur ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana relevansi dan konsistensi program yang diselenggarakan oleh PGRI dapat mempengaruhi loyalitas anggotanya. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas, PGRI diharapkan mampu merancang strategi program yang lebih efektif dalam mempertahankan anggotanya di masa mendatang.

## **KAJIAN PUSTAKA**

Loyalitas anggota merujuk pada komitmen jangka panjang anggota terhadap organisasi, baik itu komunitas, klub, atau asosiasi. Loyalitas ini bukan hanya berupa keikutsertaan yang konsisten, tetapi juga partisipasi aktif dalam aktivitas organisasi dan kecenderungan untuk merekomendasikan organisasi kepada orang lain (Bowen & Shoemaker, 2018).

Relevansi merujuk pada sejauh mana suatu organisasi atau komunitas dapat

memenuhi kebutuhan, harapan, dan keinginan anggotanya, baik itu dalam hal layanan, kegiatan, maupun tujuan organisasi. Menurut Gounaris (2018), relevansi organisasi dapat meningkatkan kepuasan anggota dan, pada gilirannya, memperkuat loyalitas mereka. Gounaris (2018) mengungkapkan bahwa relevansi dalam hubungan anggota-organisasi melibatkan pemahaman terhadap kebutuhan dan preferensi individu anggota. Organisasi yang relevan adalah organisasi yang mampu beradaptasi dengan perubahan kebutuhan anggotanya, menciptakan ikatan yang lebih kuat dan memperpanjang masa keterlibatan mereka.

Konsistensi berhubungan dengan kemampuan organisasi untuk menjaga kualitas layanan, komunikasi, dan nilai-nilai yang konsisten dalam setiap interaksi dengan anggota. Keller (2018) menyatakan bahwa konsistensi adalah faktor penting dalam membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang dengan anggota, karena ketidakpastian dapat menurunkan tingkat loyalitas. Menurut Keller (2018), organisasi yang konsisten dalam kualitas dan komunikasi menciptakan persepsi stabil dan dapat diandalkan di mata anggotanya. Ketika organisasi menunjukkan perilaku yang konsisten, anggota merasa lebih nyaman dan aman untuk tetap menjadi bagian dari komunitas tersebut.

Penelitian oleh Kim & Lee (2019) menguji pengaruh relevansi dan konsistensi terhadap loyalitas anggota dalam konteks organisasi nonprofit. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa relevansi (dalam hal pemenuhan kebutuhan anggota) dan konsistensi (dalam komunikasi dan pelayanan) memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas anggota.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini digolongkan sebagai penelitian eksplanatori karena bertujuan untuk memahami hubungan antar variabel. Penelitian eksplanatori ini menggunakan

pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016), metode penelitian kuantitatif didasarkan pada filsafat positivisme dan diterapkan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dilakukan melalui instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Studi eksplanatori bertujuan menyoroti hubungan antar variabel dan menguji hipotesis yang telah disusun sebelumnya (Singarimbun, 2008). Penelitian ini juga disebut sebagai penelitian hipotesis, di mana pengujian dilakukan terhadap hipotesis yang relevan. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang memuat pernyataan dan pertanyaan khusus untuk mengukur variabel loyalitas, relevansi dan konsistensi yang disebarkan kepada 288 anggota PGRI di Kecamatan Sukorame dengan sampel sebanyak 74 anggota.

Uji validitas mengukur sejauh mana suatu instrumen mampu secara akurat menggambarkan dan mengukur apa yang hendak diteliti, sehingga data yang dihasilkan relevan, dapat dipercaya, dan bebas bias. Validitas menjadi kunci untuk menghasilkan data sah yang mendukung pengambilan keputusan yang tepat (Ghozali, 2018).

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel pada tingkat signifikansi 0,05. Item dianggap valid jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan bernilai positif, menunjukkan hubungan yang signifikan dengan skor total. Validitas memastikan setiap item instrumen relevan dan menghasilkan data yang sah.

Menurut Ghozali (2018), reliabilitas mengacu pada konsistensi dan stabilitas hasil pengukuran suatu instrumen. Sebuah kuesioner dianggap reliabel jika menghasilkan jawaban yang konsisten saat digunakan berulang kali dalam kondisi serupa. Reliabilitas memastikan data yang diperoleh bebas dari fluktuasi acak, mendukung validitas kesimpulan penelitian.

Penelitian ini mengukur reliabilitas menggunakan metode Cronbach's alpha untuk

menguji konsistensi internal variabel seperti kompleksitas tugas, tekanan kepatuhan, pengetahuan auditor, dan pertimbangan audit. Metode ini menilai korelasi antar-item untuk memastikan pengukuran konsisten.

Menurut Ghozali (2018), instrumen dianggap reliabel jika nilai Cronbach's alpha  $> 0,70$ , menunjukkan konsistensi pengukuran. Sebaliknya, nilai  $< 0,70$  mengindikasikan ketidakkonsistenan, sehingga instrumen perlu direvisi.

Perhitungan reliabilitas dengan Cronbach's alpha menggunakan IBM SPSS 25 memastikan data konsisten, mendukung kredibilitas dan validitas kesimpulan penelitian. Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen (kompetensi, kualifikasi, motivasi) terhadap variabel dependen (kinerja) dan mengevaluasi perannya dalam meningkatkan kinerja.

Uji t dilakukan pada tingkat signifikansi 5% untuk menentukan apakah hipotesis nol ( $H_0$ ) dapat ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Keputusan didasarkan pada p-value yang dihitung menggunakan SPSS 25 sesuai panduan Cooper & Schindler (2014). Dasar pengambilan keputusan untuk uji t adalah sebagai berikut:

- Jika angka probabilitas signifikansi (p-value)  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- Jika angka probabilitas signifikansi (p-value)  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Prosedur uji t ini memungkinkan peneliti untuk membuat keputusan berdasarkan data yang ada, apakah ada hubungan yang signifikan antara variabel-variabel yang diuji atau tidak. Dengan demikian, uji t menjadi alat yang esensial dalam menguji hipotesis dan menyimpulkan apakah faktor-faktor tertentu memberikan kontribusi yang nyata terhadap variabel yang lebih besar, dalam hal ini, kinerja.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan koefisien Alpha Cronbach

melalui perangkat lunak SPSS 25, diperoleh nilai Alpha Cronbach untuk reliabilitas kuesioner yang mengukur variabel tingkat relevansi, konsistensi, dan loyalitas terhadap anggota PGRI Kecamatan Sukorame. Hasil uji reliabilitas ini menunjukkan angka-angka yang tertera pada tabel di bawah ini, yang mencerminkan sejauh mana kuisisioner tersebut dapat dipercaya dalam mengukur ketiga variabel tersebut secara konsisten.

Tabel 1. Hasil Uji Realibilitas

Cases	N		%	
	Valid	74	100.0	
	Excluded <sup>a</sup>	0	0	
	Total	74	100.0	

Sumber: Data dari hasil Penelitian yang diolah peneliti (2024)

Tabel 1 menyajikan ringkasan statistik hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap 74 responden. Berdasarkan analisis tersebut, ditemukan bahwa 100% responden berhasil dipertahankan, tanpa ada satupun yang dikeluarkan dari sampel. Hal ini menunjukkan bahwa data yang diperoleh dapat dianggap lengkap dan representatif, serta mendukung validitas hasil uji reliabilitas yang dilakukan.

Tabel 2. Hasil Analisis Realibilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.911	18

Sumber: Data dari hasil Penelitian yang diolah peneliti (2024)

Pada data yang disajikan dalam Tabel 2, hasil analisis reliabilitas terhadap 18 butir soal pada kuesioner menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh adalah 0.911. Nilai ini mengindikasikan bahwa seluruh 18 butir soal tersebut memiliki tingkat reliabilitas yang sangat baik, karena nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0.7 menunjukkan bahwa kuisisioner tersebut konsisten dan dapat diandalkan dalam

mengukur variabel yang dimaksud. Dengan kata lain, reliabilitas kuisioner ini tergolong tinggi dan dapat digunakan untuk memperoleh hasil yang valid dan stabil dari responden.

Tabel 3. Hasil Uji Regresi

Model	Coef. Std. Error	Stand. Coef. Beta	T	Sig.
(Constant)	1.717		5.326	.000
Konsistensi	.084	.946	9.022	.000
Relevansi	.076	0.320	-3.053	.003

Sumber: Data diolah (2024)

Nilai konstan sebesar 9.145 menggambarkan tingkat kesetiaan yang diharapkan pada saat konsistensi dan relevansi berada pada nilai nol, yang dapat diartikan sebagai nilai dasar atau referensi dalam analisis ini. Sementara itu, kesalahan standar yang sebesar 1.717 memberikan gambaran mengenai seberapa besar variasi yang mungkin terjadi pada nilai konstan tersebut, mengindikasikan ketepatan perkiraan ini. Lebih lanjut, nilai t sebesar 5.326 dan tingkat signifikansi yang mencapai 000 menunjukkan bahwa konstanta ini signifikan secara statistik, yang berarti nilai tersebut tidak hanya sekadar kebetulan, melainkan merupakan perkiraan yang dapat dipercaya dan memberikan kontribusi penting dalam model yang dianalisis. Secara keseluruhan, hasil ini menegaskan bahwa konstanta yang diperoleh adalah nilai yang sah dan relevan untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Koefisien konsistensi yang sebesar 0.084 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam konsistensi akan mengarah pada peningkatan sebesar 0.084 unit dalam loyalitas, dengan asumsi bahwa relevansi tetap konstan. Angka ini mencerminkan pengaruh positif konsistensi terhadap loyalitas yang cukup besar. Kesalahan standar yang sebesar 0.084 menunjukkan bahwa perkiraan koefisien ini cukup andal dan tidak

mengalami fluktuasi yang signifikan. Selain itu, koefisien standar sebesar 0.946 mengindikasikan adanya hubungan yang sangat kuat antara konsistensi dan kesetiaan, semakin menguatkan pengaruh positif tersebut. Nilai t yang mencapai 9.022 dan tingkat signifikansi yang sebesar 000 semakin mengonfirmasi bahwa hubungan ini signifikan secara statistik, menegaskan bahwa konsistensi adalah faktor yang sangat penting dalam menentukan tingkat loyalitas. Dengan demikian, hasil analisis ini menunjukkan bahwa konsistensi memiliki peran krusial dalam membangun dan mempertahankan loyalitas.

Koefisien relevansi sebesar -0,231 menunjukkan adanya hubungan negatif antara relevansi dan loyalitas, yang berarti bahwa setiap kali relevansi meningkat satu unit, loyalitas justru menurun sebesar 0,231 unit, dengan asumsi konsistensi tetap konstan. Hubungan negatif ini mengindikasikan bahwa peningkatan relevansi dapat mengurangi tingkat loyalitas. Kesalahan standar sebesar 0,76 menunjukkan adanya keandalan dalam perkiraan ini, meskipun variasi tetap ada. Selain itu, koefisien standar sebesar -0,320 menunjukkan bahwa dampak relevansi terhadap loyalitas bersifat moderat, namun tetap signifikan. Nilai t yang sebesar -3,053 dan tingkat signifikansi 0,003 semakin menegaskan bahwa hubungan negatif ini signifikan secara statistik, yang berarti bahwa meskipun relevansi berperan dalam mempengaruhi loyalitas, pengaruhnya terjadi dalam arah yang berlawanan dengan apa yang mungkin diharapkan. Dengan demikian, hasil analisis ini menegaskan bahwa relevansi memiliki dampak yang cukup berarti pada loyalitas, namun dalam konteks yang mengurangi tingkat kesetiaan.

Dari hasil di atas dapat dijelaskan bahwa berdasarkan analisis, ditemukan bahwa seluruh responden (100%) berhasil dipertahankan tanpa ada yang dikeluarkan dari sampel, menunjukkan data yang lengkap dan representatif serta mendukung validitas hasil uji reliabilitas. Analisis reliabilitas

terhadap 18 butir soal kuesioner menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,911, yang mengindikasikan tingkat reliabilitas sangat baik. Nilai ini menunjukkan bahwa kuesioner memiliki konsistensi yang tinggi dan dapat diandalkan dalam mengukur variabel yang dimaksud. Nilai konstan sebesar 9,145 merepresentasikan tingkat kesetiaan sebagai nilai dasar ketika konsistensi dan relevansi bernilai nol, dengan kesalahan standar sebesar 1,717 menunjukkan ketepatan perkiraan tersebut. Nilai t sebesar 5,326 dengan tingkat signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa nilai konstan ini signifikan secara statistik dan relevan untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Selain itu, koefisien konsistensi sebesar 762 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam konsistensi mengarah pada peningkatan loyalitas sebesar 762 unit, dengan koefisien standar sebesar 0,946 yang mencerminkan hubungan yang sangat kuat antara konsistensi dan loyalitas. Nilai t sebesar 9,022 dan tingkat signifikansi 0,000 menegaskan bahwa pengaruh ini signifikan secara statistik, menggarisbawahi pentingnya konsistensi dalam membangun dan mempertahankan loyalitas. Sebaliknya, relevansi memiliki pengaruh negatif terhadap loyalitas, dengan koefisien relevansi sebesar -0,231 yang menunjukkan bahwa peningkatan relevansi satu unit menyebabkan penurunan loyalitas sebesar 0,231 unit, dengan asumsi konsistensi tetap konstan. Hubungan negatif ini bersifat moderat (koefisien standar -0,320) namun signifikan secara statistik, dengan nilai t sebesar -3,053 dan tingkat signifikansi 0,003. Temuan ini menegaskan bahwa relevansi berpengaruh terhadap loyalitas, namun dalam arah yang berlawanan, mengurangi tingkat kesetiaan secara signifikan. Secara keseluruhan, analisis ini menegaskan peran krusial konsistensi dan dampak relevansi yang signifikan terhadap loyalitas dalam konteks yang diteliti.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari analisis ini menunjukkan bahwa konsistensi dan relevansi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas, namun dengan arah yang berbeda. Nilai konstan yang sebesar 9.145 menggambarkan tingkat kesetiaan dasar yang dapat diandalkan, sementara hasil analisis lebih lanjut mengungkapkan bahwa konsistensi memiliki dampak positif yang kuat terhadap loyalitas. Setiap peningkatan satu unit dalam konsistensi berpotensi meningkatkan loyalitas sebesar 762 unit, dengan hubungan yang sangat signifikan secara statistik (nilai t 9.022 dan signifikansi 000), yang menegaskan bahwa konsistensi merupakan faktor kunci dalam membangun loyalitas. Sebaliknya, relevansi menunjukkan hubungan negatif dengan loyalitas, di mana setiap peningkatan satu unit dalam relevansi justru mengurangi loyalitas sebesar 0.231 unit. Meskipun pengaruh relevansi terhadap loyalitas bersifat moderat dan negatif, pengaruh ini juga signifikan secara statistik (nilai t -3.053 dan signifikansi 0.003), yang mengindikasikan bahwa relevansi dapat menurunkan tingkat kesetiaan. Secara keseluruhan, hasil analisis ini menegaskan bahwa konsistensi sangat penting dalam meningkatkan loyalitas, sementara relevansi dapat berdampak sebaliknya, mengurangi loyalitas jika meningkat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Al-Dmour, H. H. (2018). The effect of service quality dimensions on customer loyalty through customer satisfaction in Jordanian Islamic banks. *Journal of Financial Services Marketing*, 23(3), 141-151.
- Baker, W. E., & Sinkula, J. M. (2009). The complementary effects of market orientation and entrepreneurial orientation on profitability in small businesses. *Journal of Small Business Management*, 47(4), 443-464.
- Bowen, J. T., & Shoemaker, S. (2018). *Loyalty in Membership Organizations: A*

- Multidimensional Approach. *Journal of Service Research*, 21(3), 309-327.
- Daraba, D., et al. (2018). The influence of organizational culture, job satisfaction, and work motivation on organizational commitment and performance of the principal at State Senior High Schools. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 226, 228-234.
- Febriani, R., et al. (2020). The role of organizational culture in improving organizational performance. *International Journal of Management and Business Research*, 10(2), 136-145.
- Ford, M. E., Heald, L. D., & Minshall, T. (2021). Leadership consistency and its impact on organizational trust and employee loyalty. *Leadership & Organization Development Journal*, 42(4), 563-577.
- Gounaris, S. P. (2018). Understanding and Enhancing Organizational Relevance: A Customer Perspective. *Journal of Marketing Research*, 55(5), 623-641.
- Handoko, H. (2018). Organizational behavior in Indonesia: Current status and future prospects. *Journal of Management Development*, 37(2), 156-170.
- Johnson, R. E., et al. (2020). The impact of transformational leadership on employee loyalty in educational institutions. *Academy of Educational Leadership Journal*, 24(1), 1-10.
- Keller, K. L. (2018). Building Strong Brands in the Age of Digital Disruption. *Journal of Brand Management*, 25(6), 572-586.
- Kim, J., Park, S., & Lee, H. (2023). Impact of consistent leadership on organizational commitment and member loyalty. *Management Decision*, 61(5), 1456-1473.
- Kim, Y., & Lee, J. (2019). The Impact of Relevance and Consistency on Member Loyalty in Nonprofit Organizations. *Nonprofit Management & Leadership*, 29(1), 55-74.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2018). *Marketing Management*. Pearson.
- Lee, S., & Han, S. (2020). Relevance, Consistency, and Member Loyalty in Community-Based Organizations. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 30(1), 55-68.
- López-López, V., et al. (2018). A loyalty model according to consumers' experience and satisfaction. *Journal of Business Research*, 92, 195-204.
- Marianti, N.P.E. (2022). Analisis Loyalitas Anggota Koperasi. *Jurnal Widya Amrita*.
- Nguyen, T. P., & Tuan, V. A. (2019). Determinants of customer loyalty in the retail industry. *Management Science Letters*, 9(13), 2247-2256.
- Wicaksono & Santosa (2015). Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen*.