

## UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN ANGGOTA MELALUI KUALITAS PELAYANAN PADA KOPERASI UNIT DESA BERINGKIT BELAYU

Ni Luh Putu Ari Puspita Dewi<sup>1</sup>  
Ida Ketut Kusumawijaya<sup>2</sup>  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Triatma Mulya, Badung - Bali<sup>1,2</sup>

### *Abstrack*

*This study aims to analyze the effect of service quality measured by five dimensions: tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy on the satisfaction of members in the Village Unit Cooperative Beringkit Belayu. The population of this research is members of Village Unit Cooperative Beringkit Belayu. This study uses probability sampling with 90 respondents. Hypothesis test used is multiple regression. The results showed that: 1) there was positive influence and significant tangible evidence to the satisfaction of members. 2) there is a positive influence and significant reliability (reliability) to the satisfaction of members. 3) there is a positive and significant influence of responsiveness (responsiveness) on member satisfaction. 4) there is a positive influence and significant assurance (assurance) to member satisfaction. 5) there is a positive and significant influence empathy (empaty) on the satisfaction of members at the Village Unit Cooperative Beringkit Belayu. The study gives consideration to the leadership of Village Unit Cooperative Beringkit Belayu to improve the quality of service for increased member satisfaction.*

**Keywords:** *service quality, member satisfaction.*

### **PENDAHULUAN**

Koperasi merupakan salah satu unsur yang penting sebagai penyangga perekonomian. Berdasarkan fungsi tersebut sudah seharusnya koperasi mulai memperhatikan atribut-atribut yang melekat pada jasa koperasi yang merupakan daya tarik bagi masyarakat untuk menjadi anggota dan pengguna jasa. Untuk memajukannya, sebuah koperasi harus dikelola secara baik professional agar mendapat kepercayaan dari anggota maupun pengguna layanan koperasi tersebut.

Demi memenuhi harapan anggota dan pengguna jasa koperasi, koperasi memberikan pelayanan yang berorientasikan kualitas yaitu selalu memperhatikan kepuasan anggota maupun pelayanan yang berorientasikan kuantitas yaitu pada

inovasi produk – produknya. Harapan anggota dan pengguna jasa koperasi sangatlah penting, maka koperasi perlu melakukan riset konsumen untuk mengevaluasi kualitas pelayanan.

Secara umum kepuasan anggota tergantung pada mutu dan kualitas jasa yang diterima. Kualitas itu sendiri sering diartikan sebagai ukuran dimana produk atau pelayanan mampu memenuhi keinginan pelanggan (Kotler,2002). Dengan meningkatnya kualitas jasa dan kinerja para karyawan, maka diharapkan kepuasan pelanggan dapat tercapai. Kepuasan pelanggan akan menjadi pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi kearah pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga menjadi sumber keunggulan daya saing berkelanjutan.

Dalam proses kegiatan, kepuasan nasabah sering kali dikesampingkan atau kurang diperhatikan dengan baik oleh karyawan atau manajemen dalam organisasi. Keluhan konsumen atau hak-hak konsumen yang sering diabaikan menyangkut pelayan yang lambat, karyawan tidak ramah, promosi yang berbeda dengan kenyataan, jaminan purna jual yang tidak memadai, serta rendahnya kualitas produk dan jasa. Perusahaan jasa terlebih pada lembaga keuangan hendaknya benar-benar memanfaatkan layanan yang berkualitas untuk dapat unggul dalam persaingan. Sebab sekarang ini banya sekali lembaga-lembaga keuangan yang menawarkan produk dengan kualitas yang menjanjikan, sehingga konsumen sangat selektif dalam menentukan pilihan.

Kualitas layanan dan kepuasan konsumen atau anggota lebih diutamakan, karena melalui dua hal inilah keunggulan bersaing dapat tercapai. Masalah konsumen merupakan indikator bagaimana kondisi perusahaan jasa dimasa yang akan datang. Satu cara terbaik mempertahankan dan menambah jumlah anggota adalah menjaga serta memberikan perhatian pada konsumen. Kepuasan dapat diketahui dengan melakukan pengumpulan informasi secara sistematis tentang respon para konsumen terhadap layanan yang diberikan perusahaan. Mengingat arti pentingnya kualitas jasa serta kinerja koperasi dalam menarik minat anggota dan pengguna jasa koperasi, maka koperasi Koperasi Unit Desa Beringkit Belayu berusaha meningkatkan kualitas pelayanan kepada anggotanya.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin

ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggan.

Koperasi merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kekeluargaan. Menurut undang-undang Koperasi Nomor 25 Tahun 1997 memberikan definisi koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi dan sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas azas kekeluargaan. Jadi jelaslah koperasi merupakan perkumpulan orang yang secara bersama-sama bergotong royong melakukan kerjasama untuk memajukan perekonomian anggota dan masyarakat umum.

Salah satu strategi yang menunjang keberhasilan dalam bisnis koperasi adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan yang tinggi yang nampak dalam kinerja yang tinggi dalam performa dari pelayanan yang ada. Dalam menghadapi persaingan, menurut Kotler (2002) ada beberapa dimensi

kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi perilaku nasabah maupun anggota. Dalam dimensi jasa tersebut terdiri dari bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*).

Koperasi Unit Desa Beringkit Belayu mencoba untuk selalu tumbuh, meningkatkan diri dan selalu berkembang dalam aktivitas pelayanan operasional kepada anggota, baik simpanan maupun pinjaman. Sebagai koperasi yang bergerak di sektor jasa, Koperasi Unit Desa Beringkit Belayu berusaha meningkatkan pelayanannya kepada anggota. Memberikan

pelayanan berupa komitmen profesional. Kepercayaan juga adalah kualitas layanan yang menjadi faktor untuk menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*), dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*), (Kotler,1997).

Koperasi Unit Desa Beringkit Belayu merupakan salah satu instansi pelayanan jasa yang berdiri pada tanggal 27 Desember 1973 dan pengesahan berbadan hukum terakhir pada tanggal 27 Maret 1996.

**TABEL 1**  
**PERKEMBANGAN ANGGOTA KUD BERINGKIT BELAYU**

TAHUN	JUMLAH ANGGOTA	PERSENTASE (%)
<b>2011</b>	<b>1590</b>	<b>-</b>
<b>2012</b>	<b>1619</b>	<b>1,8%</b>
<b>2013</b>	<b>1645</b>	<b>1,6%</b>
<b>2014</b>	<b>1680</b>	<b>2 %</b>
<b>2015</b>	<b>1710</b>	<b>1,8%</b>

Sumber : Laporan Rapat Anggota Tahunan Tahun Buku 2015

Tabel 1 menjelaskan perkembangan anggota koperasi dimana pertumbuhan anggota pada tahun 2012 sebanyak 29 orang dengan persentase 1,8%, tahun 2013 sebanyak 26 orang dengan persentase 1,6%, tahun 2014 sebanyak 35 orang dengan persentase 2 %,tahun 2015 sebanyak 30 orang dengan persentase 1,8 %.

Koperasi Unit Desa Beringkit Belayu dalam persaingan yang cukup ketat mampu bertahan. Hal ini tidak terlepas dari strategi yang dijalankan koperasi dan loyalitas anggota. Loyalitas anggota merupakan hal yang sangat penting kaitannya dengan pengembangan usaha koperasi. Anggota yang mempunyai loyalitas yang tinggi akan senantiasa menggunakan produk atau jasa yang disediakan perusahaan,tidak akan

terpengaruh jasa yang ditawarkan pihak lain, dan ketika terdapat hal-hal yang tidak mereka sukai akan memberitahukan kepada penyedia jasa dan tidak memberitahukannya kepada orang lain. Koperasi berusaha untuk mewujudkan kepuasan anggota, sebab jika kepuasan tidak dicapai maka anggota akan meninggalkan koperasi tersebut. Hal ini berakibat pada menurunnya laba dan bahkan bisa menyebabkan kerugian.

Membangun kepuasan anggota merupakan inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang. Kepuasan anggota koperasi merupakan perbedaan antara harapan anggota dan jasa kenyataan yang diterima. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelayanan yang diterima

anggota koperasi sangat menentukan apakah anggota tersebut tetap bertahan atau tidak.

Kemudahan yang akan didapat oleh para anggota dapat menjadi sebuah nilai tambah dari koperasi tersebut untuk mendapatkan jumlah anggota lebih banyak lagi, sehingga dapat meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat kepada koperasi tersebut.

Koperasi Unit Desa Beringkit Belayu merupakan salah satu lembaga koperasi yang berlandaskan atas pengelolaan keuangan masyarakat, dimana dana dihimpun dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan disalurkan kepada masyarakat dengan tujuan untuk menunjang perekonomian anggotanya dan masyarakat, guna meningkatkan taraf hidup yang lebih baik dan memberikan solusi keuangan bagi anggotanya.

Mengingat pelayanan yang baik merupakan kunci utama dalam memuaskan anggota dan memajukan pelayanan koperasi, maka Koperasi Unit Desa Beringkit harus memberikan pelayanan yang terbaik bagi para anggotanya. Namun ada juga beberapa anggota merasa kurang nyaman atau kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan karyawan atau manajemen seperti : pelayanan yang lambat, kurang ramah menghadapin anggota yang datang untuk bertransaksi , penampilan dan tata cara berpakaian yang kurang rapi.

### **Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang di atas adalah Bagaimanakah pengaruh bukti fisik (*tangible*), kehandalan layanan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) terhadap kepuasan anggota yang diberikan oleh Koperasi Unit Desa Beringkit Belayu?

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Pengertian Pemasaran**

Untuk memperkenalkan suatu produk yang dimiliki suatu perusahaan , maka haruslah dilakukan pemasaran atas produk tersebut agar para nasabah dapat mengetahui akan suatu produk dan mungkin akan memakai produk itu. Jadi pemasaran sangatlah penting untuk menarik nasabah yang nantinya akan memberikan keuntungan kepada perusahaan.

“Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain”, (Kotler, 2002).

“Pemasaran juga dapat diartikan sebagai suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang diajukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial”, (Stanton, 2001).

Berdasarkan pengertian diatas dapat dikemukakan bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, serta mendistribusikann barang atau jasa yang dibutuhkan oleh nasabah sehingga nasabah menjadin tertarik, senang, kemudian menggunakan dan akhirnya puas terhadap produk tersebut.

### **Tujuan Pemasaran**

Menurut Kotler (2002),” Tujuan pemasaran adalah untuk memuaskan kebutuhan serta keinginan pelanggan”.

Menurut Hasan (2013),” Tujuan pemasaran adalah maksimalisasi keuntungan, memaksimalkan pangsa

pasar, memaksimalkan penjualan, meningkatkan citra merek, meningkatkan kepuasan pelanggan, menyediakan value dan memelihara stabilitas harga”.

Dari kedua pendapat tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan dari pemasaran adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dapat memuaskan mereka.

### **Pengertian Jasa**

Menurut Kotler (2007), “Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan atau tidak mengakibatkan kepemilikan”. Sedangkan Lupiyoadi (2001) mendefinisikan “Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak berupa produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberi nilai tambah (seperti misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, dan kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen”.

Definisi diatas menjelaskan bahwa didalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa bukan merupakan barang, jasa adalah suatu proses atau aktivitas, dan aktivitas tersebut tidak berwujud.

### **Karakteristik Jasa**

Jasa itu sendiri mempunyai empat karakteristik utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran dan membedakannya dengan barang Kotler(2008:292) yaitu

1. *Intangibility* (tak berwujud)
2. *Inseparability* (tak terpisahkan)
3. *Variability* (berubah-ubah)
4. *Perishability* (tidak tahan lama)

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Groomross Tjiptono(2000), kualitas total suatu jasa terdiri dari tiga komponen utama yaitu :

1. *Technical Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kepuasan pelayanan diterima oleh pelanggan dan dapat dirinci menjadi tiga hal.
  - a. *Search Quality* yaitu kualitas yang dapat dievaluasi oleh pelanggan sebelum membeli.
  - b. *Experince Quality* yaitu kualitas yang hanya dapat dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengkonsumsi jasa.
  - c. *Credence Quality* yaitu kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa.
2. *Functionality Quality* yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa
3. *Corporate Image* yaitu berkaitan dengan reputasi, citra perusahaan dan daya tarik keunggulan yang mengakar dalam benak pelanggan. Berdasarkan komponen – komponen diatas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa output jasa dan cara penyampaiannya merupakan faktor – faktor yang dipergunakan dalam menilai kualitas jasa . Oleh karena pelanggan terlibat dalam suatu proses jasa, maka seringkali penentuan kualitas jasa menjadi sangat kompleks.

### **Dimensi dan Pengukuran Kualitas Pelayanan**

Zeithaml dan Kotler (2002), menyatakan bahwa untuk menilai kualitas pelayanan dapat digunakan lima dimensi yaitu :

1. *Tangibles* (bukti fisik) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana

fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2. *Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
3. *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance* (jaminan dan kepastian) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
5. *Emphaty* (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki

waktu untuk pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan

### **Kepuasan**

Dengan memberikan kepuasan kepada konsumen, maka perusahaan harus memperhatikan apa yang menjadi keinginan konsumen. Untuk mendefinisikan kepuasan konsumen tidaklah mudah karena konsumen terdiri dari bermacam-macam karakteristik, baik menyangkut pengetahuan, kelas sosial, pengalaman, pendapat maupun harapan. "Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya" (Kotler 2002).

Kepuasan anggota dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang terdiri dari sarana fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Jika kualitas pelayanan berada dibawah harapan, maka nasabah akan merasa puas, jika kualitas pelayanan melebihi harapan, maka nasabah akan merasa puas atau senang.

Untuk menciptakan kepuasan anggota, perusahaan koperasi harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh anggota yang banyak dan memiliki kemampuan untuk mempertahankan anggotanya. Dengan demikian, kepuasan anggota tidak berarti memberikan kepada anggota apa yang diperkirakan koperasi disukai anggota. Namun koperasi harus memberikan apa yang sebenarnya mereka inginkan, kapan diperlukan dan dengan cara apa mereka memperolehnya.

### **Pengukuran Kepuasan**

Menurut Kotler (1994) dalam Tjiptono et al (2008) mengemukakan beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengukur kepuasan yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran (*Complain and Suggestion System*)

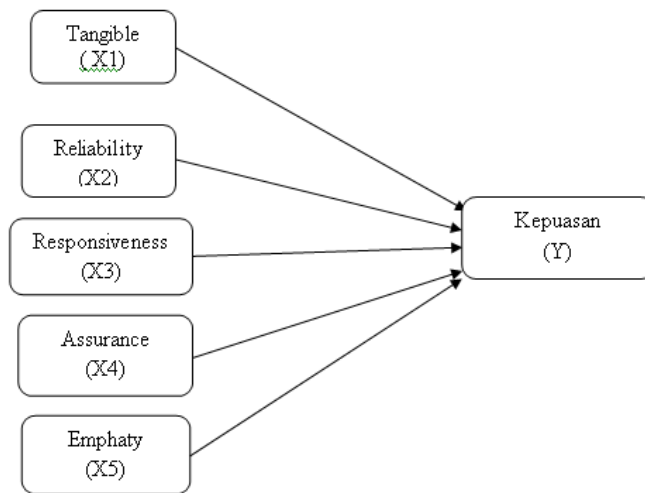
Banyak perusahaan yang berhubungan dengan konsumennya untuk menerima keluhan – keluhan yang dialami oleh konsumen. Perusahaan perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para konsumennya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis.

2. Survey Kepuasan Konsumen  
 Tingkat keluhan yang disampaikan oleh konsumen tidak bisa disimpulkan secara umum untuk mengukur kepuasan konsumen pada umumnya.
3. Pembeli Bayangan (*Ghost Shopping*)  
 Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan

konsumen adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai konsumen atau pembeli potensial produk perusahaan atau pesaing, kemudian mereka melaporkan hasil temuan - temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk atau jasa tersebut.

4. Analisis Konsumen yang Beralih (*Lost Customer Analyse*)  
 Perusahaan sebaiknya menghubungi para konsumen yang telah berhenti atau yang telah pindah ke perusahaan lain agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan selanjutnya.

**Kerangka Konseptual & Hipotesis**



Sumber : Zeithaml (1996) dan Kotler (2002)

**Gambar 1.**  
**Kerangka Konseptual**

**Hipotesis**

Berdasarkan latar belakang masalah, kajian teoritis dan kajian empiris, maka dapat dirumuskan

hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif wujud fisik (*tangible*) terhadap kepuasan

- anggota pada Koperasi Unit Desa Beringkit Belayu.
2. Terdapat pengaruh positif kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Unit Desa Beringkit Belayu.
  3. Terdapat pengaruh positif daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Unit Desa Beringkit Belayu.
  4. Terdapat pengaruh positif jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Unit Desa Beringkit Belayu.
  5. Terdapat pengaruh positif empati (*emphaty*) terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Unit Desa Beringkit Belayu.

## METODE PENELITIAN

### Identifikasi Variabel

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu :

1. Variabel Independen  
Variabel Independen yang dilambangkan dengan (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun negative. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang meliputi lima dimensi diantaranya adalah : sarana fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*)
2. Variabel dependen  
Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang

digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan anggota.

### Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan kepada anggota Koperasi Unit Desa Beringkit yang diukur dalam lima dimensi antara lain :

1. Dimensi bukti fisik (*Tangibles*) adalah sesuatu yang nampak atau nyata yang menunjang pelaksanaan pelayanan berupa : tata letak, bangunan fisik, ruang pelayanan yang layak, bersih, nyaman, peralatan dan perlengkapan pelayanan anggota dan penampilan karyawan Koperasi Unit Desa Beringkit.
2. Dimensi Kehandalan (*Reliability*) adalah kemampuan memberikan pelayanan secara tepat dan benar sesuai dengan yang dijanjikan kepada anggota Koperasi Unit Desa Beringkit seperti : Kualitas manajemen, fasilitas gedung, keramahan karyawan, pelayanan informasi yang diberikan oleh karyawan, dan produk – produk yang bermanfaat bagi kesejahteraan anggota.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*) kesadaran atau keinginan bertindak untuk cepat melayani anggota dalam memberikan pelayanan yang tepat waktu berupa : kesigapan staff dalam melayani anggota, keluwesan staff dalam berkomunikasi dengan anggota, tanggung jawab staff dalam melayani anggota, kecepatan staff dalam melayani anggota.



4. Jaminan (*Assurance*) adalah kemampuan meyakinkan anggota bahwa kebutuhannya ditanggapi dengan baik oleh manajemen.
5. Empati (*Emphaty*) komunikasi yang baik terhadap anggota dan selalu memberikan informasi kepada anggota.
6. Kepuasan Anggota yaitu persepsi konsumen terhadap pelayanan yang mereka terima berupa: *service encounter, image dan price*.

### Jenis dan Sumber Data

#### Jenis Data

1. Data kuantitatif yaitu data yang berupa angka – angka dan dapat digitung dengan satuan tertentu, seperti data tentang jumlah anggota Koperasi Unit Desa Beringkit.
2. Data kualitatif yaitu data yang bersifat keterangan dan penjelasan – penjelasan tentang obyek yang dibahas yang berhubungan dengan dengan masalah yang diteliti seperti struktur organisasi pernyataan responden dan sejarah koperasi.

#### Sumber Data

1. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung di lokasi penelitian dan diolah sendiri oleh peneliti, misalnya data dari responden melalui jawaban kuesioner dan wawancara yang dilakukan di obyek penelitian
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui bantuan orang lain seperti : uraian sejarah Koperasi Unit Desa Beringkit, struktur organisasi dan data jumlah anggota.

#### Prosedur Pengumpulan Data

1. Observasi  
Observasi merupakan metode penelitian dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian.
2. Wawancara

Yaitu cara pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab langsung dengan Manajer dan responden yaitu anggota Koperasi Unit Desa Beringkit.

3. Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan mengambil data-data yang sudah jadi atau diolah oleh pihak lain seperti struktur organisasi, sejarah perusahaan dan yang lainnya.

#### 4. Kuesioner

Prosedur Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan tertulis kepada responden untuk memberikan keterangan terhadap semua yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan anggota. Dengan harapan mereka menjawab atau mengisi daftar pertanyaan , sehingga hasil dari kuesioner tersebut datanya dapat diolah.

### 3.6 Prosedur Penentuan Sampel

Prosedur penentuan sampel yang akan digunakan adalah *probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsure (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Supranto (2001) menyatakan bahwa “ banyaknya responden yang diambil untuk mengisi kuesioner adalah 5-10 kali butir pertanyaan yang dimuat dalam kuesioner “. Dalam kuesioner penelitian ini digunakan 18 item pertanyaan ,jadi banyaknya responden yang diambil adalah 5x18 yaitu 90 responden. Yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah anggota Koperasi Unit Desa Beringkit.

## Teknik Analisis

### Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang bertujuan untuk mengetahui karakteristik responden yaitu : karakteristik berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan.

### Uji Kualitas Data

#### 1. Uji Validitas

Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam hal ini berarti mengukur sejauh mana ketepatan pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner untuk mengukur variable yang akan diteliti. Tinggi rendahnya validitas menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Validitas dapat dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor faktor dengan skor total dan bila korelasi tiap faktor tersebut bernilai positif ( $r > 0,3$ ) dengan alpha sebesar 0,05 (5 %), maka instrumen penelitian tersebut merupakan instrument yang valid.

2. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Menurut Sugiyono (2009 : 172) instrumen yang reliable adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Dengan kata lain, uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya. Ghazali (2007 : 42) Pengujian statistic dengan menggunakan teknik statistik Cronbach's Alpha instrumen dikatakan reliable bila memiliki nilai alpha lebih besar dari 0,60.

### Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah sebaran berasal

dari populasi distribusi normal atau tidak.

#### 2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas menunjukkan adanya korelasi linear yang sempurna diantara beberapa atau semua variabel independen.

#### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dimana untuk menggambarkan secara keseluruhan mengenai pengaruh antara variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap variabel kepuasan pelanggan.

### Analisis t-Test

Analisis t-Test digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Kualitas Data

Dari hasil uji validitas dan reliabilitas dapat dijelaskan bahwa semua variabel bernilai positif karena  $r > 0,3$  dan alpha cronbach lebih besar dari 0,60 maka instrument penelitian tersebut merupakan instrument yang valid dan reliabel.

### Hasil Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas Data

Dari hasil peneitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk semua variabel lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel berdistribusi normal.

### Hasil Uji Multikolinearitas

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *variance inflationfactor* (VIF) kelima dimensi variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* adalah lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel independen tidak terjadi persoalan multikolinearitas.

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pola grafik plot antara nilai prediksi ZPRED dengan residualnya SRESID tersebar dalam batasan nilai – nilai Y prediksi dan Y sesungguhnya, dan tidak ada data yang berada diluar batasan tersebut. Hal ini menandakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas terhadap data hasil penelitian tersebut .

### Hasil Analisis Regresi Berganda

**TABEL 2**  
**HASIL ANALISIS ANTARA**  
**TANGIBLE(X1),RELIABILITY(X2),RESPONSIVENESS(X3),**  
**ASSURANCE(X4),EMPATY (X5) TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA**  
**(Y) PADA KUD BERINGKIT BELAYU**

Variabel Terikat	Variabel Bebas	R ( Parsial)	R Berganda	B	B (beta)	T Hitung	Sig t
Kepuasan Anggota	Tangible	0.435	0.748	0.335	0.323	3.244	000
	Reliability	0.551		0.462	0.579	4.473	000
	Responsiveness	0.324		0.332	0.282	2.755	000
	Assurance	0.273		0.270	0.219	1.774	000
	Empati	0.478		0.392	0.358	3.642	000
R <sup>2</sup> = 0,559 Konstanta = 10,475 Persamaan Regresi: $Y = 10,475 + 0,335X_1 + 0,462X_2 + 0,332X_3 + 0,270X_4 + 0,392X_5$ T tabel = (0,05: 84) = 1,666							

### Sumber : Data diolah 2017

Dari tabel 3 dapat dijelaskan bahwa *Tangible* (X1) memiliki hubungan sebesar 0,335 dengan Kepuasan Anggota (Y) apabila *Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empaty* dikendalikan (konstan). Variabel *Reliability* (X2) memiliki hubungan dengan Kepuasan Anggota (Y) sebesar 0,462 apabila *Tangible, Responsiveness, Assurance dan Empaty* dikendalikan (konstan). Variabel *Responsiveness* (X3) memiliki hubungan dengan

Kepuasan Anggota (Y) sebesar 0,332 apabila *Tangible, Reliability, Assurance dan Empaty* dikendalikan (konstan). Variabel *Assurance* (X4) memiliki hubungan dengan Kepuasan Anggota (Y) sebesar 0,270 apabila *Tangible, Reliability, Responsiveness, dan Empaty* dikendalikan (konstan). Variabel *Empaty* (X5) memiliki hubungan dengan Kepuasan Anggota (Y) sebesar 0,392 apabila *Tangible, Reliability, Responsiveness dan Assurance* dikendalikan (konstan).

Berdasarkan tabel 3 diatas juga ditemukan temuan lainnya yang menunjukkan hubungan antara Tangible (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4), dan Empaty (X5) terhadap Kepuasan Anggota sebesar 0,748.

Berdasarkan hasil analisis regresi dapat dijelaskan beberapa hal sebagai berikut :

1. Nilai  $b_1 = 0,335$  dengan  $t_{hitung} = 3,244 > t_{tabel} = 1,666$  menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara bukti fisik (X1) dengan kepuasan anggota (Y).
2. Nilai  $b_2 = 0,462$  dengan  $t_{hitung} = 4,473 > t_{tabel} = 1,666$  menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kehandalan (X2) dengan kepuasan anggota (Y).
3. Nilai  $b_3 = 0,332$  dengan  $t_{hitung} = 2,755 > t_{tabel} = 1,666$  menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara tanggapan (X3) dengan kepuasan anggota (Y).
4. Nilai  $b_4 = 0,270$  dengan  $t_{hitung} = 1,774 > t_{tabel} = 1,666$  menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara jaminan (X4) dengan kepuasan anggota (Y).
5. Nilai  $b_5 = 0,392$  dengan  $t_{hitung} = 3,642 > t_{tabel} = 1,666$  menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara empati (X5) dengan kepuasan anggota (Y).

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut :

1. Bukti fisik (*tangible*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Unit Desa Beringkit Belayu. Ini menunjukkan semakin baik wujud fisik (*tangible*) maka

kepuasan anggota juga akan meningkat.

2. Keandalan (*reliability*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Unit Desa Beringkit Belayu. Ini menunjukkan semakin baik kehandalan (*reliability*) maka kepuasan anggota juga akan meningkat.
3. Tanggapan (*responsiveness*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Unit Desa Beringkit Belayu. Ini menunjukkan semakin baik tanggapan (*responsiveness*) maka kepuasan anggota juga akan meningkat.
4. Jaminan (*assurance*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Unit Desa Beringkit Belayu. Ini menunjukkan semakin baik jaminan (*assurance*) maka kepuasan anggota juga akan meningkat.
5. Empati (*empaty*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Unit Desa Beringkit Belayu. Ini menunjukkan semakin baik empati (*empaty*) maka kepuasan nasabah juga akan meningkat.
6. Dimensi kehandalan (*Reliability*) adalah dimensi yang menjadi prioritas dalam penelitian ini.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diberikan beberapa saran kepada pihak manajemen Koperasi Unit Desa Beringkit Belayu untuk dapat menerapkannya sebagai implikasi kebijakan khususnya dalam usaha meningkatkan kepuasan anggota.

1. Dalam usaha meningkatkan kepuasan anggota maka perlu diperhatikan kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan tersebut dapat ditingkatkan melalui lima dimensi yaitu bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), tanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empaty*).

2. Semua dimensi dianggap penting bagi anggota, untuk itu pihak manajemen bisa mempertahankan kinerja yang sudah dicapai dan sebaiknya lebih ditingkatkan lagi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Algifari.2000. Analisis Statitik I Untuk Bisnis. Yogyakarta: Penerbit BPF
- Algifari.2009. *Analisis Regresi*. Edisi 2. Yogyakarta: BPF
- Buchari Alma.2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Ghozali, Imam.2007. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali.2013. *Marketing Dan Kasus–Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Capsn
- Lupiyoadi, Hamdani.2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, EdisiKedua. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Philip Kotler.1997. *Konsep Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Philip Kotler.2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium Jilid 1. Jakarta: PT Prenhallindo
- Philip Kotler.2007. “ *Manajemen Pemasaran* “. Jakarta:PTMacana Jaya Cemerlang
- Philip Kotler.2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta: PenerbitErlangga
- Rangkuti, Fredi. 2008. *Measuring Costumer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta :PT.Gramedia Pustaka Utama
- Sugiarto, Endar.2002. *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. Jakarta :PT.Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono.2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Cetakan ke-4. Bandung: Alfabeta
- Stanton.2001. *PrinsipPemasaran*. Erlangga: Jakarta
- Tjiptono, Fandy.2002. *Manajemen Jasa, Edisi Kedua, Cetakan Ketiga*. Yogyakarta: Andi Offset