

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM (KSP) MITRA USAHA MANDIRI SUMATERA UTARA

Roslinda Sagala

Dosen Faakultas Ekonomi Unika Santo Thomas Medan

Email : roslindasagala@gmail.com

Esli Silalahi

Dosen Faakultas Ekonomi Unika Santo Thomas Medan

Email : esli2silalahi@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to analyze the effect of service quality on member satisfaction. With this aim, it is expected to identify the problem of how the quality of service of physical evidence (tangible), reliability (reliability), responsiveness (responsiveness), assurance (assurance), and empathy (emphasis) on member satisfaction is expected. The research method used a sample of 154 members, with questionnaire data collection and documentation and data analysis tools with multiple regression.

The results showed : $Y = 2,096 + 0,285X_1 + 0,210X_2 + 0,098X_3 + 0,046X_4 + 0,196X_5$. This means that tangible variables, reliability, responsiveness, assurance and empathy have a positive effect on member satisfaction. The results of the F test show that the tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy variables have a simultaneous positive and significant effect on member satisfaction with the provisions of $F_{count} = 3.157 > F_{table} = 2.31$ then H_0 is rejected and H_1 is accepted. The results of the t-test, indicate that the tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy variables have a positive and partially significant effect on member satisfaction, this can be seen from the tcount of all variables $> t_{table} 1.661$ then H_0 is rejected and H_1 is accepted. The value of the correlation coefficient (r) = 0.745 means that the relationship between tangible variables, reliability, responsiveness, assurance and empathy for member satisfaction is very strong. The coefficient of determination (R Square) = 0.555 means that the tangible variables, reliability, responsiveness, assurance and empathy are able to explain the member satisfaction variable of 55.5% while 44.5% is explained by other factors. To increase the level of satisfaction of members, it is better to make various improvements related to the quality of services offered by KSP Mitra Usaha Mandiri, North Sumatra.

Keywords: *Service Quality (Reliability, responsiveness, confidence/guarantee, tangible, empathy) and satisfaction*

PENDAHULUAN

Untuk menghadapi perkembangan dunia bisnis seyogyanya membangun sistem kualitas modern agar mampu mempertahankan pelanggan yang ada dan menarik konsumen menjadi pelanggan dari perusahaan bisnis jasa lainnya. Perusahaan perlu membangun sistem manajemen kualitas jasa, mengidentifikasi kesenjangan yang mungkin terjadi, serta pengaruhnya bagi kepuasan konsumen. Melalui pemahaman ini diharapkan perusahaan jasa akan mengeliminasi tuntutan konsumen dan mengoptimalkan kepuasan pelanggannya (Lupiyoadi & Hamdani, 2006: 216).

Menurut Kotler dan Keller (2009: 138), kepuasan anggota merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Puas tidaknya anggota

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Koperasi Simpan Pinjam (KSP) 205
Mitra Usaha Mandiri Sumatera Utara.

Oleh : Roslinda Sagala, Esli Silalahi

diketahui setelah melakukan transaksi, tergantung pada kinerja karyawan dalam pemenuhan harapan anggota. Jika kinerja berada dibawah harapan, anggota tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, anggota puas. Jika kinerja melebihi harapan, anggota amat puas atau senang.

Faktor-faktor yang dapat memepengaruhi kepuasan anggota adalah kualitas pelayanan dan nilai anggota . Perusahaan yang berhasil bertahan dalam perdagangan adalah perusahaan yang mampu memberikan kepuasan kepada konsumen dan pelayanan yang lebih baik dari pesaingnya. Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang bermutu kepada pelanggannya. Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen sekarang sudah menjadi hal yang penting bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan pelanggan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk atau jasa yang ada.

Menurut Kotler (2004: 23) , kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia.

Sampai saat ini strategi yang masih dianggap handal adalah menciptakan pelayanan yang terbaik bagi konsumen (Amin, 2002: 21). Dalam dunia bisnis, khususnya yang bergerak dibidang jasa, kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dan menentukan dalam mempertahankan maupun menumbuhkembangkan perusahaan. Demikian pula dengan bisnis perbankan termasuk didalamnya koperasi dan lembaga keuangan lainnya merupakan bisnis jasa berdasar pada asas kepercayaan, sehingga masalah kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini.

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. Secara umum kepuasan anggota tergantung pada mutu dan kualitas jasa yang diterima. Menurut Parasuraman (Tjiptono, 2005: 121) kualitas jasa adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan. Dalam dimensi kualitas jasa terdiri dari *tangible* (berwujud), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (kepercayaan), *empathy* (empati). Kualitas itu sendiri sering diartikan sebagai ukuran dimana produk atau pelayanan mampu memenuhi keinginan pelanggan.

Koperasi merupakan salah satu unsur yang penting sebagai penyangga perekonomian. Koperasi dikenalkan di Indonesia oleh R. Aria Wiratmadja di Purwokerto, Jawa Tengah pada 1896. Pada 12 Juli 1947, pergerakan koperasi di Indonesia mengadakan kongres koperasi yang pertama di Tasikmalaya. Tanggal dilaksanakan kongres ini kemudian ditetapkan sebagai Hari Koperasi Indonesia. Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum. Koperasi yang melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus merupakan gerakan ekonomi rakyat yang berdasar asas kekeluargaan.

Koperasi di Indonesia berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 serta berdasar asas kekeluargaan. Koperasi bertujuan mensejahterakan anggota pada

khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut memebangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur, berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945, khususnya Pasal 33 ayat (1) menyatakan bahwa “perekonomian Indonesia disusun sebagai usaha bersama berdasar asas kekeluargaan”. Sebagai lembaga keuangan, koperasi dituntut untuk dapat bekerja secara profesional tanpa menghilangkan asas utama koperasi yaitu kekeluargaan.

Peningkatan anggota ataupun tingkat perputaran keuangan koperasi berasal dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada anggota. Peran karyawan koperasi dalam pelaksanaan yang baik, tutur kata yang sopan, keandalan pelayanan dan ketanggapan terhadap keluhan anggota menjadi daya tarik masyarakat menjadi anggota. Kepuasan pelanggan dalam hal ini adalah anggota, memang bukan hanya berasal dari kinerja pelayanan saja, melainkan dari beban keuangan yang ditetapkan oleh koperasi. Namun hal ini dapat diselesaikan bila penanganan dan pelayanan karyawan yang diberikan kepada anggota lebih baik.

Koperasi dalam menjalankan perannya sesuai dengan jati diri koperasi adalah profesionalisme koperasi, dibuktikan dengan penggolongan koperasi sesuai dengan jenis dan fungsinya yaitu koperasi produksi, koperasi konsumsi, koperasi simpan pinjam dan koperasi serba usaha. Pesatnya perkembangan koperasi di daerah mengikut sertakan Provinsi Sumatera Utara sebagai salah satu daerah sentral pengembangan koperasi.

Pertumbuhan anggota koperasi akhir –akhir ini menunjukkan pertumbuhan yang lambat sebagai dampak dari persaingan antar koperasi yang sejenis maupun dengan pihak bank pemerintah maupun swasta yang menawarkan suku bunga pinjaman yang rendah seperti KUR (Kredit Usaha Rakyat) sebesar 7 % pertahun. Padahal koperasi kredit menawarkan suku bunga yang lebih besar dari bank. Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Mitra Usaha Mandiri Sumatera Utara (KSP Mitra Usaha Mandiri Sumut) merupakan salah satu koperasi yang ada di Provinsi Sumatera Utara , terletak di Kota Medan merupakan perusahaan jasa yang bergerak dibidang lembaga keuangan, yaitu melayani anggota dan nasabah dalam melakukan transaksi simpan pinjam. Penelitian ini dilakukan di Kantor KSP Mitra Usaha Mandiri Sumut yang beralamat di Jl. Anggrek 1 N0. 7B Kelurahan Simpang Selayang Kecamatan Medan Tuntungan Medan. Untuk mengetahui tingkat kepuasan anggota KSP Mitra Usaha Mandiri Sumut, peneliti melakukan wawancara kepada 20 orang anggota.

Berdasarkan hasil wawancara kepada 20 orang anggota KSP Mitra Usaha Mandiri Sumut, mengenai beberapa indikator kualitas pelayanan (*SERVQUAL*) dan kepuasan anggota diperoleh hasil yang disajikan dalam tabel di atas, yaitu kualitas pelayanan (*SERVQUAL*) sebanyak 21% menyatakan kualitas pelayanan tinggi, sebanyak 46% menyatakan sedang, dan 33% menyatakan rendah. Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwasannya untuk membentuk kepuasan anggota maka pihak KSP Mitra Usaha Mandiri Sumut harus mengambil langkah- langkah yang diperlukan, sehingga para anggota akan lebih dominan merasa puas dengan layanan dan dukungan yang diberikan pihak KSP Mitra Usaha Mandiri Sumut. Maka permasalahan-permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah Kualitas pelayanan jasa *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* di KSP Mitra Usaha Mandiri Sumut belum optimal. Persaingan antar koperasi yang semakin kompetitif sehingga dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanannya. Pelayanan dan dukungan yang diberikan pihak KSP Mitra Usaha Mandiri Sumut kepada anggota belum optimal. Kepuasan anggota yang masih perlu ditingkatkan. Maka penulis

ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota KSP Mitra Usaha Mandiri Sumatera Utara

KAJIAN TEORITIS

Pengertian Kepuasan anggota

Pada umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya apabila pelanggan membeli atau mengkonsumsi suatu produk baik barang maupun jasa, sedangkan kinerja atau hasil yang dirasakan merupakan persepsi pelanggan terhadap apa yang pelanggan terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli. Untuk itu manajemen harus memiliki persepsi yang sama dengan pelanggan agar diperoleh hasil yang melebihi atau paling tidak sama dengan harapan pelanggan (Laksana, 2008: 96).

Kepuasan anggota merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Puas tidaknya anggota diketahui setelah melakukan transaksi, tergantung pada kinerja karyawan dalam pemenuhan harapan anggota. Jika kinerja berada dibawah harapan, anggota tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, anggota puas. Jika kinerja melebihi harapan, anggota amat puas atau senang (Kotler dan Keller, 2009: 138).

Menurut Sumarwan (2003: 322), kepuasan anggota merupakan dampak dari perbandingan antara harapan anggota sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh anggota dari produk yang dibeli tersebut. Selanjutnya menurut Tjiptono dan Chandra (2005: 195) mendefinisikan kepuasan anggota adalah respon anggota terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Dilihat dari definisi di atas dapat disimpulkan kepuasan anggota adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan

Rangkuti (2003: 31), menyatakan ada delapan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu : nilai, Daya saing, Persepsi pelanggan, Harga, Citra, Tahap pelayanan, Situasi pelayanan, Tingkat kepentingan pelanggan.

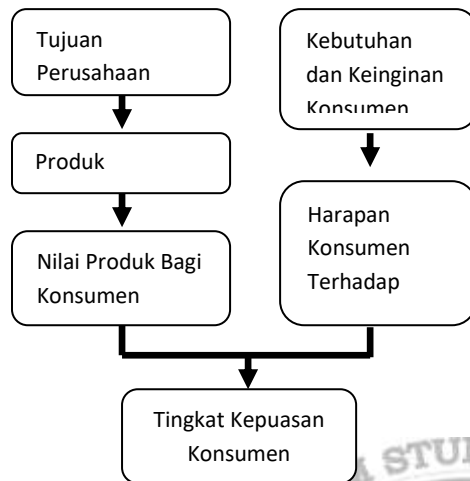
Menurut Irawan (2004: 37), faktor-faktor yang mendorong tingkat kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Kualitas produk, pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
2. Harga, untuk pelanggan yang sensitive biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
3. *Service quality*, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan tolak ukur yang mempunyai banyak dimensi seperti *tangible* (berwujud), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (kepercayaan), *empathy* (empati).
4. *Emotional Factor*, pelanggan akan merasa puas karena adanya *emosional value* yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.
5. Biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk dan pelayanan.

Berdasarkan pendapat tersebut bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan/anggota yaitu faktor kualitas produk, harga, SEVQUAL, *emotional factor*, dan biaya mempengaruhi persepsi pelanggan.

Konsep Kepuasan Anggota

Tjiptono (2008: 25), menyatakan harapan konsumen dibentuk beberapa faktor diantaranya pengalaman berbelanja dimasa lampau, opini teman dan kerabat serta informasi dan janji-janji perusahaan dan pesaing. Secara konseptual, kepuasan konsumen dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Konsep Kepuasan Konsumen

Konsumen melalui aktifitas dalam interaksi pasar berdasarkan pada kebutuhan dan keinginan akan barang dan jasa, kebutuhan ini mendorong produsen yaitu perusahaan untuk menyediakan barang dan jasa tersebut. Harapan juga akan muncul dari pelanggan mengenai barang dan jasa yang akan diberikan produsen. Tujuan perusahaan adalah memberikan kepuasan pada konsumen melalui produk yang ditawarkan dan produk yang memiliki nilai lebih akan memberi kepuasan lebih juga bagi konsumen.

Lupiyoadi dan Rambat (2014), menyatakan bahwa ada tiga tingkat kepuasan pelanggan yaitu:

- Pelanggan sangat puas, jika layanan yang diterima lebih dari layanan yang diharapkan.
- Pelanggan puas, jika layanan diterima sama dengan layanan yang diharapkan.
- Pelanggan tidak puas, jika layanan yang diterima tidak sebagus layanan yang diharapkan.

Kepuasan pelanggan terhadap suatu jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh pelanggan. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Pengukuran Kepuasan Pelanggan/Anggota

Pengukuran terhadap kepuasan pelanggan (anggota) telah menjadi harapan yang esensial bagi setiap perusahaan. Hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan (anggota). Pada prinsipnya kepuasan pelanggan dapat

diukur dengan berbagai macam metode dan teknik. Meski tak mudah merebut hati pelanggan agar setia menggunakan produk atau jasa dan menjalin kerjasama dengan organisasi, namun dengan pelayanan yang terbaik maka hal tersebut bisa terwujud. Menurut Tjiptono (2008: 34), ada 4 metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut :

1. Sistem keluhan dan saran. Perusahaan yang fokus kepada pelanggan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran dan keluhan terhadap perusahaan. Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.
2. *Ghost Shopping*. Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/anggota potensial produk dan jasa perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk dan jasa perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam membeli produk dan jasa tersebut.
3. *Lost Customer Analysis*. Perusahaan akan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti menggunakan produk dan jasa atau yang telah pindah ke perusahaan lain agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi supaya dapat mengambil kebijakan/penyempurnaan selanjutnya.
4. *Survai Kepuasan Pelanggan*. Perusahaan harus menghubungi para pelanggan/anggota yang berhenti atau beralih ke perusahaan lain guna mempelajari alasan kejaidan itu. Ada dua hal yang harus diperhatikan adalah melakukan wawancara terhadap pelanggan yang keluar setelah berhenti membeli, dan memantau tingkat kehilangan pelanggan.

Tjiptono(2008: 35), menyatakan bahwa metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan (anggota) adalah sebagai berikut.

1. *Directly Reportec Satisfaction*. Pengukuran ini dapat dilakukan secara langsung dengan menanyakan item-item spesifik untuk mengetahui kepuasan yang dirasakan pelanggan.
2. *Derived Dissatisfaction*. Responden diberikan pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan.
3. *Problem Analysis*. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan.
4. *Importance Performance Rating*. Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen

Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa/ SERVQUAL

Bukti Fisik (*tangibles*)

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry,(1998) dalam Lupiyoadi (2014: 216) bukti fisik (*tangibles*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas layanan terhadap anggota. Sedangkan bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi (Subagyo, 2010: 13).

Kotler dan Keller (2009: 53), menyatakan bahwa bukti fisik atau wujud merupakan

penampilan fisik, perlengkapan, karyawan, dan bahan komunikasi. Bukti fisik salah satu dimensi kualitas pelayanan perlu diperhatikan oleh perusahaan, karena aktifitas usaha dalam jasa banyak bergantung pada sifat pelanggan dalam berinteraksi langsung dengan perusahaan. Hubungan bukti fisik (*tangible*) dengan kepuasan pelanggan. Menurut Parasuraman dalam Tjiptono dan Chandra (2005: 135), menyatakan bahwa berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan. Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan khususnya perusahaan jasa, para pelanggan akan banyak dipengaruhi oleh atribut-atribut yang digunakan oleh perusahaan seperti penampilan karyawan.

Keandalan (*reliability*)

Keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan (Subagyo, 2010: 13). Sedangkan menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry, (1998) dalam Lupiyoadi (2014: 216) keandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan anggota yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua anggota tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan akurasi yang tinggi.

Menurut Kotler dan Keller (2009: 53) keandalan berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara andal dan akurat. Atribut yang ada dalam dimensi keandalan ini memberikan pelayanan sesuai dengan janji, pertanggungjawaban tentang penanganan pelanggan akan masalah pelayanan dan memberikan pelayanan tepat waktu. Jadi layanan yang akurat sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan termasuk memiliki karyawan-karyawan yang handal dibidangnya, maka para pelanggan akan merasa puas terhadap perusahaan.

Daya Tanggap (*responsiveness*)

Daya Tanggap (*Responsiveness*) adalah keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap (Subagyo, 2010: 12). Sedangkan menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry, (1998) dalam Lupiyoadi (2014: 216) daya tanggap (*responsiveness*) adalah suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada para anggota dengan menyampaikan informasi yang jelas. Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada anggota dapat meningkatkan kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh koperasi.

Menurut Kotler dan Keller (2009: 53) daya tanggap merupakan kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Dalam dimensi ini suatu perusahaan harus memberikan pelayanan dan menanggapi permintaan dari sudut pandang perusahaan.

Hubungan daya tanggap dengan kepuasan anggota adalah daya tanggap mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan anggota. Semakin baik persepsi anggota terhadap daya tanggap maka kepuasan anggota juga akan semakin tinggi. Jika persepsi anggota terhadap daya tanggap buruk maka kepuasan anggota juga akan semakin rendah.

Jaminan (*assurance*)

Jaminan (*assurance*) mencakup pengetahuan kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya dengan dimiliki para karyawan; bebas dari bahaya fisik, risiko, atau keragu-raguan (Subagyo, 2010: 12). Sedangkan menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry, (1998) dalam

Lupiyoadi (2014: 216) jaminan adalah pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen, antara lain :

- a. Komunikasi (*communication*), yaitu secara terus menerus memberikan informasi kepada para konsumen dalam bahasa dan penggunaan kata yang jelas sehingga dapat dengan mudah mengerti apa yang diinformasikan karyawan serta dengan cepat dan tanggap menyikapi keluhan dan komplain dari para konsumen.
- b. Kredibilitas (*credibility*), perlunya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada konsumen, *believability* atau sikap kejujuran, menanamkan kepercayaan, memberikan kredibilitas yang baik bagi perusahaan pada masa yang akan datang.
- c. Keamanan (*security*), adanya suatu kepercayaan yang tinggi dari para konsumen akan pelayanan yang diterima. Tentunya pelayanan yang diberikan mampu memberikan suatu jaminan kepercayaan.
- d. Kompetensi (*competence*), yaitu keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dapat dilaksanakan dengan optimal.
- e. Sopan santun (*courtesy*), dalam pelayanan adanya suatu nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Jaminan akan kesopan-santunan yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada.

Semakin baik persepsi anggota terhadap jaminan maka kepuasan anggota juga akan semakin tinggi. Jika persepsi anggota terhadap jaminan buruk maka kepuasan anggota juga akan semakin rendah.

Parasuraman dalam Tjiptono dan Chandra (2005: 134), menyatakan bahwa jaminan (*assurance*) yaitu karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman kepada pelanggan. Jadi dengan adanya kepercayaan yang diberikan terhadap pelanggan dengan rasa aman, maka pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan perusahaan tersebut. Hubungan jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pelanggan. Jadi dengan kepercayaan yang diberikan terhadap pelanggan dengan rasa aman, maka pelanggan pun akan merasa puas dengan pelayanan tersebut.

Empati (*empathy*)

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry,(1998) dalam Lupiyoadi (2014: 216) empati (*empathy*) yaitu memberikan sikap yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada konsumen dengan berupaya memahami keinginannya. Suatu perusahaan dapat berhasil tumbuh dan berkembang apabila dapat mengerti kebutuhan dan keinginan konsumennya.

Atribut-atribut yang ada dalam empati, meliputi (Subagyo, 2010:13) :

1. Kemudahan dalam menjalin hubungan
2. Komunikasi yang efektif
3. Perhatian personal
4. Pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

Semakin baik persepsi anggota terhadap empati maka kepuasan anggota juga akan semakin tinggi. Jika persepsi anggota terhadap empati buruk maka kepuasan anggota juga akan semakin rendah. Aspek empati dalam menjalankan perusahaan jasa menjadi hal yang sangat penting, karena antara penyajiannya terhadap konsumen berjalan secara langsung. Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry,(1998) dalam Lupiyoadi (2014: 216) dimensi empati merupakan penggabungan dari dimensi :

1. Akses (*access*), meliputi kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan.
2. Komunikasi (*communication*), merupakan kemampuan melakukan komunikasi untuk

menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen.

3. Kemampuan memahami konsumen (*understanding the costomer*), yaitu meliputi usaha perusahaan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa empati yaitu perhatian khusus individu terhadap segala kebutuhan anggota dan adanya komunikasi yang baik antara karyawan koperasi dengan anggotanya. Dengan adanya perhatian khusus dan komunikasi yang baik dari karyawan koperasi terhadap anggota maka akan berpengaruh pada kepuasan anggota. Anggota merasa diperhatikan oleh pihak koperasi yaitu apa yang dibutuhkan dan yang dikeluhkan segera ditanggapi dengan baik oleh pihak koperasi.

Perkoperasian

a. Pengertian Koperasi

Koperasi merupakan suatu perserikatan dengan tujuan berusaha bersama yang terdiri atas mereka yang lemah dan diusahakan selalu dengan semangat tidak memikirkan diri sendiri sedemikian rupa. Sehingga masing masing sanggup menjalankan kewajibannya sebagai anggota dan mendapat imbalan sebanding dengan tingkat hubungan mereka dengan perserikatan itu (Arifin, 2001: 98). Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar asas kekeluargaan. Bidang usaha koperasi ada terdiri dari beberapa bidang yaitu Koperasi Konsumsi, adalah Koperasi yang bergerak dibidang usaha pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Koperasi Produksi, adalah koperasi yang bergerak dibidang pembuatan barang. Koperasi Simpan Pinjam (KSP), adalah koperasi yang bergerak di bidang simpan pinjam. Koperasi Jasa, adalah koperasi yang bergerak dibidang pelayanan jasa.

Berikut ini pengertian koperasi menurut para ahli.

1. R.M Margono Djojohadikoesoemom, koperasi adalah perkumpulan manusia seorang-seorang yang dengan sukanya sendiri hendak bekerja sama untuk memajukan ekonominya.
2. Prof. R.S. Soeriaatmadja, koperasi adalah suatu badan usaha yang secara sukarela dimiliki dan dikendalikan oleh anggota yang juga pelanggannya dan dioperasikan oleh mereka dan untuk mereka atas dasar nir laba atau dasar biaya.

Dilihat dari definisi tersebut mengenai koperasi, dapat diketahui bahwa koperasi adalah asosiasi orang-orang yang bergabung dan melakukan usaha bersama atas dasar prinsip-prinsip koperasi, sehingga mendapatkan manfaat yang lebih besar dengan biaya rendah melalui perusahaan yang dimiliki dan diawasi secara demokratis oleh anggotanya.

b. Fungsi dan Peranan Koperasi

Dalam setiap organisasi memiliki fungsi dan peranan tertentu, begitupun dengan organisasi koperasi. Menurut Arifin (2001: 101), menyatakan bahwa perkoperasian di Indonesia seharusnya berfungsi dan memiliki peran sebagai berikut.

1. Mengembangkan serta membangun kemampuan dan potensi anggota koperasi pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan sosial ekonomi.
2. Berperan secara aktif (*role actively*) dalam rangka meningkatkan dan memperbaiki kualitas kehidupan anggota koperasi dan masyarakat
3. Memperkuat serta mengkokohkan perekonomian rakyat Indonesia sebagai dasar ketahanan dan kekuatan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai soko gurunya.

4. Berusaha mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi

c. Tujuan Koperasi

Tujuan didirikannya koperasi menurut Undang-undang Nomor 25 tahun 1992 Pasal 3 koperasi bertujuan untuk.

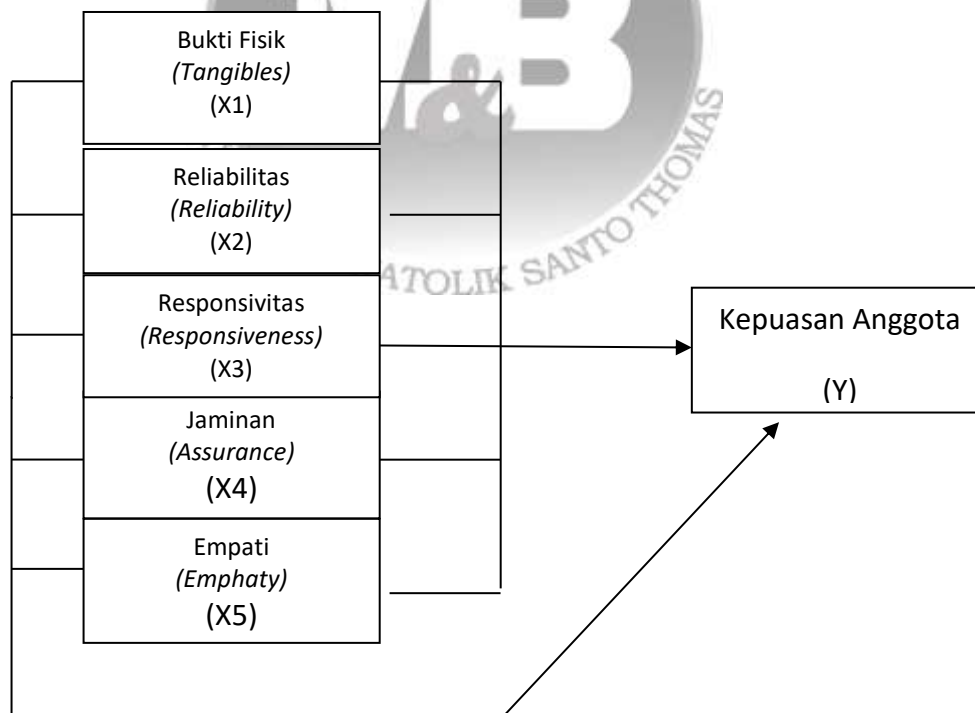
- 1) Memajukan kesejahteraan anggotanya pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan UUD 1945.
- 2) Menjadikan kondisi sosial dan ekonomi anggotanya lebih baik dibanding sebelum bergabung dengan koperasi

Melalui koperasi para anggota ikut, secara aktif memperbaiki kehidupannya dan kehidupan masyarakat melalui karya dan jasa yang disumbangkan. Dalam usahanya, koperasi akan lebih menekankan pada pelayanan terhadap kepentingan anggota, baik sebagai produsen maupun konsumen.

Kerangka Pikir

Berdasarkan pada dimensi kualitas jasa, terdapat 5 kriteria penentu kualitas layanan jasa yaitu: bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) mempengaruhi tingkat kepuasan anggota, maka kelima unsur diatas akan mendasari kerangka pemikiran ini.

Berdasarkan pernyataan tersebut diduga bahwa variabel terikat kepuasan (Y) dipengaruhi oleh berbagai variabel bebas, diantaranya bukti fisik (X₁), keandalan (X₂), daya tanggap (X₃), jaminan (X₄), dan empati (X₅). Berdasarkan kerangka pikir, maka hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada paradigma penelitian seperti pada gambar berikut :



Gambar 2. Kerangka Berpikir diolah oleh peneliti

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kepuasan anggota yang akan dilaksanakan pada anggota KSP Mitra Usaha Mandiri Sumut. Objek dari penelitian ini adalah anggota yang menggunakan jasa pelayanan KSP Mitra Usaha Mandiri Sumut. Yang menjadi ruang lingkup penelitian ini adalah dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan anggota.

Populasi dan Sampel

Pengertian Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya sedangkan sampel merupakan bagian dari jumlah dan ciri khas yang dimiliki oleh populasi tersebut." Pengukuran sampel ialah suatu langkah dalam menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan sebuah penelitian (Sugiyono, 2015; 117). Selain itu juga harus diperhatikan bahwa sampel yang dipilih menunjukkan karakteristik populasi sehingga akan terlihat dalam sampel yang kita pilih, dengan kata lain, sampel harus bisa menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh anggota KSP Mitra Usaha Mandiri Sumut. Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu, maka digunakan rumus Slovin, yakni sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

1

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e^2 = Taraf nyata atau batas kesalahan

Jumlah anggota KSP Mitra Usaha mandiri Sumut 250 orang, jika tingkat kesalahan sebesar 5 % maka jumlah sampel yang diharapkan sebanyak :

$$n = \frac{250}{1 + 250 (0,05)^2} \quad n = 153,8 = 154 \text{ orang} \quad \dots\dots\dots 2$$

Maka jumlah sampel sebanyak 154 orang.

Defenisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara melihat pada dimensi tingkah laku yang ditunjukkan oleh konsep dan mengkategorikan hal tersebut menjadi elemen yang dapat diamati dan diukur (Basrowi dan Kasinu 2007: 197). Definisi operasional kelima variabel yang telah disebutkan dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 1. Defenisi Operasionalisasi Variabel Penelitian, Indikator dan Skala Pengukuran

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan			
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>) (X1)	Fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi	1. Penggunaan peralatan yang mutakhir 2. Fasilitas fisik (ruang tunggu, toilet) yang nyaman dan bersih 3. Karyawan berpenampilan rapi 4. Keselarasan fasilitas fisik dengan jenis pelayanan yang diberikan	Ordinal
Keandalan (<i>reliability</i>) (X2)	Kemampuan memberikan pelayanan sesuai dengan janji dan memuaskan	1. Karyawan menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan waktu yang dijanjikan 2. Karyawan memperhatikan saat anggota menyampaikan keluhannya 3. Keandalan karyawan dalam mengerjakan pelayanan jasa dari awal sampai akhir 4. Penggunaan sistem pencatatan yang akurat	Ordinal
Responsivitas (<i>Responsiveness</i>) (X3)	Respon yang cepat dan tepat	1. Giliran pelayanan dengan nomor antrian 2. Kesiediaan karyawan dalam memberikan pelayanan jasa dengan cepat 3. Kesiediaan karyawan dalam membantu atau menangani keluhan anggota 4. Kesiediaan karyawan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan anggota	Ordinal
Jaminan (<i>assurance</i>) (X4)	Kemampuan dipercaya dan kesopanan	1. Karyawan yang jujur dan dapat dipercaya 2. Perasaan aman selama anggota berurusan dengan karyawan 3. Sikap karyawan yang ramah	Ordinal

		dan sopan saat melayani 4. Karyawan berpengetahuan luas sehingga mampu menangani permasalahan anggota	
Empati (<i>emphaty</i>) (X5)	Perhatian yang tulus dan bersifat individual	1. Karyawan memberikan perhatian secara individual kepada anggota 2. Kesungguhan Karyawan dalam memperhatikan kepentingan-kepentingan anggota 3. Karyawan memahami kebutuhan anggota 4. Karyawan bersifat adil dalam melayani anggota	Ordinal
Kepuasan Anggota (Y)	Respon Anggota, Keluhan dan Saran.	1. Kualitas pelayanan sesuai dengan harapan anggota 2. Kualitas pelayanan sesuai dengan keinginan anggota 3. Kualitas pelayanan sesuai dengan kebutuhan anggota 4. Karyawan lebih mementingkan kepuasan anggota.	Ordinal

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan :

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati langsung kegiatan pada KSP Mitra Usaha Mandiri Sumut.

2. Angket/kuesioner

Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan yang dilengkapi dengan alternatif jawaban. Dari pertanyaan tersebut akan ditentukan skala-skala yang akan dipilih dan juga skor untuk setiap pertanyaan yang diajukan. Angket akan disebar kepada objek penelitian yaitu anggota KSP Mitra Usaha Mandiri Sumut.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan yaitu Regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini,

analisis regresi yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan bentuk persamaan (Sugiono. 2015) :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + ei$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat , a = Konstanta, X₁, X₂, X₃, X₄, X₅ = Variabel Bebas , b₁, b₂, b₃, b₄, b₅ = Koefisien Regresi , e = Standar Error

Kemudian persamaan regresi berganda di atas diaplikasikan untuk melihat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Mitra Usaha Mandiri Sumatera Utara dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + ei$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Anggota, a = Konstanta, X₁ = Bukti Fisik (*Tangibles*), X₂ = Keandalan (*Reliability*), X₃ = Ketanggapan (*Responsiveness*), X₄ = Jaminan (*Assurance*), X₅ = Empati (*Emphaty*), b₁ = Koefisien Bukti Fisik, b₂ = Koefisien Reliabilitas, b₃ = Koefisien Responsivitas, b₄ = Koefisien Jaminan, b₅ = Koefisien Empati, ei = Standar Error

Untuk membuktikan apakah hipotesis ditolak atau diterima dengan menggunakan uji F dan uji t pada penelitian ini.

C. Koefisien Determinasi (R²)

Tujuan koefisien korelasi untuk melihat keeratan hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan koefisien determinasi untuk melihat sejauh mana variabel bebas mampu menjelaskan terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi diantara nol dan satu (0 < R² < 1). Semakin mendekati nol berarti model tidak baik atau variasi model dalam menjelaskan terbatas, sebaliknya mendekati satu berarti model semakin baik sehingga variabel bebas memiliki kemampuan menerangkan variabel terikat.

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan oleh peneliti untuk memberikan informasi mengenai data demografi responden (umur, jenis kelamin, pendidikan, dan pekerjaan), sedangkan analisis deskriptif berguna untuk mendukung hasil analisis data yang menyajikan distribusi hasil jawaban responden.

Karakteristik responden berdasarkan umur lebih dominan berada pada umur 26-40 tahun yaitu sebanyak 72 orang (46,8%), berdasarkan jenis kelamin lebih dominan perempuan yaitu sebanyak 82 orang (54,7%) dari pada laki-laki, berdasarkan tingkat pendidikan, lebih dominan tingkat pendidikan responden SMA sebesar 60 orang (38,9%) dari pada tingkat pendidikan lainnya, berdasarkan jenis pekerjaan, lebih dominan jenis pekerjaan responden sebagai karyawan swasta sebesar 65 orang (42,2 %) dari pada jenis pekerjaan lainnya.

Tanggapan Responden

Dari 154 responden jumlah dan presentase jawaban responden tentang : a) variabel berwujud, menunjukkan bahwa responden lebih dominan menyatakan tentang variabel Bukti Fisik (*tangibles*) dengan 4(empat) indikator kurang sesuai dengan yang diharapkan , b) variabel Keandalan (*reliability*) menunjukkan bahwa responden lebih dominan menyatakan tentang variabel Keandalan (*reliability*) dengan 4(empat) indikator kurang

sesuai dengan yang diharapkan anggota , c) variabel responsivitas, menunjukkan bahwa responden lebih dominan menyatakan tentang variabel responsivitas dengan 4(empat) indikator kurang sesuai dengan yang diharapkan anggota, d) variabel jaminan (Assurance) , menunjukkan bahwa responden lebih dominan menyatakan tentang variabel Jaminan (Assurance) dengan 4(empat) indikator kurang sesuai dengan yang diharapkan anggota, e) variabel empati, menunjukkan bahwa responden lebih dominan menyatakan tentang variabel Empati dengan 4(empat) indikator kurang sesuai dengan yang diharapkan anggota dan f) tingkat kepuasan , menunjukkan bahwa tingkat kepuasan anggota t kurang puas dilihat dari 4(empat) indikator dalam melayani anggotanya.

Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda . Hasil pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Program For Social Science*) versi 24 dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 2. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.096	1.503		1.395	.167
	X1	.285	.071	.324	3.986	.000
	X2	.210	.056	.278	3.716	.000
	X3	.098	.048	.153	2.035	.045
	X4	.090	.046	.150	1.958	.053
	X5	.196	.062	.261	3.157	.002

a. Dependent Variable: Y

Persamaan regresinya menunjukkan :

$$Y = 2,096 + 0,285X1 + 0,210X2 + 0,098X3 + 0,046X4 + 0,196X5$$

1. Nilai 2,096 adalah nilai konstanta yang artinya ketika variabel bebas (berwujud (X1), Kehandalan(X2), Ketanggapan(X3), Jaminan(X4), Empaty(X5) dianggap konstan atau tidak ada perubahan maka besarnya variabel (Kepuasan Anggota) adalah sebesar 2,096.
2. Nilai 0,285 pada variabel berwujud (X1) artinya bila dinaikkan 1 satuan maka Kepuasan Anggota akan naik sebesar 0, 285.
2. Nilai 0,210 pada variabel Kehandalan(X2), artinya bila dinaikkan 1 satuan maka Kepuasan Anggota akan naik sebesar 0,210.
3. Nilai 0,098 pada variabel Ketanggapan(X3), artinya bila dinaikkan 1 satuan maka Kepuasan Anggota akan naik sebesar 0,098.
4. Nilai 0,046 pada Jaminan(X4), artinya bila naik 1 satuan maka Kepuasan Anggota akan naik sebesar 0,046.
5. Nilai 0,196 pada variabel empati (E) artinya bila naik 1 satuan maka Kepuasan Anggota akan naik sebesar 0,196.
6. Variabel berwujud (X1), Kehandalan(X2), Ketanggapan(X3), Jaminan(X4), Empaty(X5) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Anggota Pada KSP Mitra Usaha Mandiri Sumut.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 3. ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	83.221	5	16.644	22.446	.000 ^b
	Residual	66.737	149	.742		
	Total	149.958	154			

a. Dependent Variable: Y

. Predictors: (Constant), X5, X2, X3, X4, X1

Tabel diatas menunjukkan, variabel berwujud (X1), Kehandalan(X2), Ketanggapan(X3), Jaminan(X4), Empaty(X5) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota.. Pengaruh tersebut ditunjukkan pada nilai F_{hitung} sebesar 22,446 > F_{tabel} sebesar 2,31 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya , berwujud (X1), Kehandalan(X2), Ketanggapan(X3), Jaminan(X4), Empaty(X5) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel di atas menunjukkan secara parsial pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan $\alpha = 5\%$ dan uji dua arah ($\alpha = 0,05$) sehingga diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,661 dengan ketentuan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan untuk menentukan signifikansi variabel bebas dengan variabel terikat maka dilihat dari nilai signifikan harus lebih kecil dari $\alpha = 5\%$. Maka dari tabel dapat diketahui bahwa, nilai uji t_{hitung} untuk variabel berwujud (X1), sebesar 3,986 > 1,661 dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dengan memperhatikan nilai t_{tabel} maka, H_0 ditolak H_1 diterima. Artinya variabel berwujud (X1) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota .

Nilai uji t_{hitung} untuk variabel Kehandalan(X2), sebesar 3,716 > 1,661 dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dengan memperhatikan nilai t_{tabel} maka, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel Kehandalan(X2), berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota.

Nilai uji t_{hitung} untuk variabel Ketanggapan(X3), sebesar 2,035 > 1,661 dan tingkat signifikan $0,045 < 0,05$ sehingga dengan demikian nilai t_{tabel} maka, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel Ketanggapan(X3), berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota .

Nilai uji t_{hitung} untuk variabel Jaminan(X4), sebesar 1,958 > 1,661 dan tingkat signifikan $0,053 < 0,05$ sehingga dengan demikian nilai t_{tabel} (dua arah) maka, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, Jaminan(X4), berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota.

Nilai uji t_{hitung} untuk variabel empati sebesar 3,157 > 1,661 dan tingkat signifikan $0,002 < 0,05$ sehingga dengan demikian nilai t_{tabel} (dua arah) maka, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel Empaty(X5) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.745 ^a	.555	.530	.861

a. Predictors: (Constant), X5, X2, X3, X4, X1

Berdasarkan tabel di atas, nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,745 artinya hubungan variabel berwujud (X1), Kehandalan(X2), Ketanggapan(X3), Jaminan(X4), Empaty(X5) terhadap kepuasan anggota pada KSP Mitra Usaha Mandiri Sumut sangat kuat. Koefisien determinasi (R Square) = 0,555 artinya variabel berwujud (X1), Kehandalan(X2), Ketanggapan(X3), Jaminan(X4), Empaty(X5) mampu menjelaskan variabel kepuasan anggota pada KSP Mitra Usaha Mandiri Sumut sebesar 55,5% sedangkan 44,5 % dijelaskan oleh faktor -faktor lainnya.

PEMBAHASAN

Pengaruh berwujud Terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t , variabel berwujud diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $3,986 > 1,661$ dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan ditolaknya H_0 berarti variabel berwujud berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Hal ini juga dapat dilihat dari koefisien regresi sebesar 0,285 artinya bahwa variabel berwujud berpengaruh terhadap kepuasan anggota.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nanang Kurniawan dan Miftakhul Khasanah, S.TP., M.SI (2018) yang berjudul "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota pada KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan Yogyakarta, yang hasilnya menunjukkan bahwa variabel berwujud berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan anggota dan juga sejalan dengan penelitian Ni Made Arie Sulistyawati¹ dan Ni Ketut Seminari (2015) yang berjudul "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran Indus Ubud Gianyar yang hasilnya menunjukkan bahwa variabel, Bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kehandalan Terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t , variabel kehandalan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $3,716 > t_{tabel} 1,661$ dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan ditolaknya H_0 berarti variabel kehandalan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Dapat di lihat dari koefisien regresi sebesar 0,210 artinya variabel kehandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nanang Kurniawan dan Miftakhul Khasanah, (2018) yang berjudul "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota pada KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan Yogyakarta, yang hasilnya menunjukkan bahwa variabel berwujud berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan anggota dan juga sejalan dengan penelitian Ni Made Arie Sulistyawati¹ dan Ni Ketut Seminari (2015) yang berjudul "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran Indus Ubud Gianyar yang hasilnya

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Koperasi Simpan Pinjam (KSP) 221
Mitra Usaha Mandiri Sumatera Utara.

Oleh : Roslinda Sagala, Esli Silalahi

menunjukkan bahwa variabel, Bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Ketanggapan Terhadap Terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t, variabel ketanggapan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $2,035 > t_{tabel} 1,661$ dan tingkat signifikan sebesar $0,045 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan ditolaknya H_0 berarti variabel ketanggapan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan anggota.. Hal ini juga dapat dilihat koefisien regresi sebesar 0,098 artinya variabel ketanggapan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota .

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nanang Kurniawan dan Miftakhul Khasanah, (2018) yang berjudul "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota pada pada KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan Yogyakarta, yang hasilnya menunjukkan bahwa variabel berwujud berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan anggota dan juga sejalan dengan penelitian Ni Made Arie Sulistyawati dan Ni Ketut Seminari (2015) yang berjudul " Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran Indus Ubud Gianyar yang hasilnya menunjukkan bahwa variabel, Bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Jaminan Terhadap Terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t, variabel jaminan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $1,958 > t_{tabel} 1,661$ dan tingkat signifikan $0,053 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan ditolaknya H_0 berarti variabel jaminan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan anggota. Hal ini juga dapat dilihat dari koefisien regresi sebesar 0,090 artinya variabel jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nanang Kurniawan dan Miftakhul Khasanah, (2018) yang berjudul "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota pada pada KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan Yogyakarta, yang hasilnya menunjukkan bahwa variabel berwujud berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan anggota dan juga sejalan dengan penelitian Ni Made Arie Sulistyawati dan Ni Ketut Seminari (2015) yang berjudul " Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran Indus Ubud Gianyar yang hasilnya menunjukkan bahwa variabel, Bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Empati Terhadap Terhadap Terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t, variabel empati diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $3,157 > t_{tabel} 1,661$ dan tingkat signifikan sebesar $0,002 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan ditolaknya H_0 berarti variabel empati berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan anggota. Hal ini juga dapat dilihat dari koefisien regresi sebesar 0,196 artinya variabel empati berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota..

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nanang Kurniawan dan Miftakhul Khasanah, (2018) yang berjudul "Pengaruh kualitas pelayanan

terhadap kepuasan anggota pada KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan Yogyakarta, yang hasilnya menunjukkan bahwa variabel berwujud berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan anggota dan juga sejalan dengan penelitian Ni Made Arie Sulistyawati¹ dan Ni Ketut Seminari (2015) yang berjudul “ Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran Indus Ubud Gianyar yang hasilnya menunjukkan bahwa variabel, Bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Variabel Berwujud, Kehandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Empati Terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji simultan (uji F) diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $22,446 > F_{tabel}$ 2,31 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Kepuasan anggota.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nanang Kurniawan dan Miftakhul Khasanah, (2018) yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota pada KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan Yogyakarta, yang hasilnya menunjukkan bahwa variabel berwujud, Kehandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Empati berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap tingkat kepuasan anggota dan juga sejalan dengan penelitian Ni Made Arie Sulistyawati¹ dan Ni Ketut Seminari (2015) yang berjudul “ Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran Indus Ubud Gianyar yang hasilnya menunjukkan bahwa variabel berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa kesimpulan yaitu :

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan umur lebih dominan berada pada umur 26-40 tahun yaitu sebanyak 72 orang (46,8%), berdasarkan jenis kelamin lebih dominan perempuan yaitu sebanyak 82 orang (54,7%) dari pada laki-laki, berdasarkan tingkat pendidikan, lebih dominan tingkat pendidikan responden SMA sebesar 60 orang (38,9%) dari pada tingkat pendidikan lainnya, berdasarkan jenis pekerjaan, lebih dominan jenis pekerjaan responden sebagai karyawan swasta sebesar 65 orang (42,2 %) dari pada jenis pekerjaan lainnya.
2. Tanggapan responden tentang kualitas pelayanan (berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati) dan kepuasan anggota , menunjukkan bahwa responden lebih dominan menyatakan tentang kualitas pelayanan (berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati) dan kepuasan anggota dengan 24 (dua puluh empat) indikator kurang sesuai dengan yang diharapkan anggota KSP Mitra Usaha Mandiri Sumut.
3. Persamaan regresi linear berganda adalah : $Y = 2,096 + 0,285X_1 + 0,210X_2 + 0,098X_3 + 0,046X_4 + 0,196X_5$ artinya variabel berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota.
4. Hasil uji F, disimpulkan variabel berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan anggota ,

hal ini dapat dilihat dari F_{hitung} sebesar $3,157 > F_{tabel} 2,31$ dan tingkat signifikan sebesar $0,002 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.

5. Hasil uji t, disimpulkan variabel berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan anggota, hal ini dapat dilihat dari t_{hitung} dari semua variabel $> t_{tabel} 1,661$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.
6. Koefisien korelasi (r) sebesar 0,745 artinya hubungan variabel berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati terhadap kepuasan anggota sangat kuat. Koefisien determinasi (R Square) = 0,555 artinya variabel berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati mampu menjelaskan variabel kepuasan anggota sebesar 55,5% sedangkan 44,5 % dijelaskan oleh faktor -faktor lainnya.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa saran, yaitu :

1. Tanggapan responden tentang kualitas pelayanan (berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati) dan kepuasan anggota, sebaiknya KSP Mitra Usaha Mandiri Sumut meningkatkan kinerja karyawannya dalam melayani anggotanya agar tingkat kepuasan anggota semakin tinggi yang pada akhirnya akan meningkatkan jumlah anggotanya ke masa yang akan datang.
2. Persamaan regresi linear adalah : $Y = 2,096 + 0,285X_1 + 0,210X_2 + 0,098X_3 + 0,046X_4 + 0,196X_5$, sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan yang terkait dengan variabel ketanggapan dan jaminan kemudian mempertahankan variabel berwujud, kehandalan dan empati agar tingkat kepuasan anggota dapat tercapai.
3. Koefisien determinasi (R Square) = 0,555 yang menunjukkan variabel berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati mampu menjelaskan variabel kepuasan anggota sebesar 55,5% sedangkan 44,5 % dijelaskan oleh faktor -faktor lainnya. Maka sebaiknya perlu mengkaji variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan anggota.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Sitio. 2001. *Koperasi: Teori dan Praktik*. Jakarta : Erlangga.
- Amin Widjaja Tunggal, Imam Sjahputra Tunggal. 2002. *Memahami Corporate Governance*. Jakarta:Haravindo.
- Basrowi, & Kasinu, A. (2007). *Metode Penelitian Sosial*. Kediri: Jenggala Pustaka Utama.
- Irawan. 2004. *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Edisi Sebelas. Jakarta: Penerbit PT. Prehalindo.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran : Penekatan Praktis. (Edisi Pertama)*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi*. (Edisi III). Jakarta : Salemba Empat.
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.

- Rangkuti, Freddy. 2003. *Measuring Customer Satisfaction (cetakan kedua)*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Subagyo, Ahmad. 2010. *Marketing In Business Studi Kasus UMK & LKM (Usaha Mikro Kecil & Lembaga Keuangan Mikro)*. (Edisi Pertama). Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Sugiono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : ALFABETA.
- Tjiptono, Fandi dan Greogorius Chandra. 2005. *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandi. 2008. *Strategi Pemasaran*. (Edisi III). Yogyakarta : Penerbit Andi.

