

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA PADA CREDIT UNION BAHAGIA KABANJAHE

Esli Silalahi<sup>1)</sup>, Donalson Silalahi<sup>2)</sup>, Dinalorena Br Bangun,<sup>3)</sup>Sinar Ritonga<sup>4)</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan

E-mail: [esli2silalahi@gmail.com](mailto:esli2silalahi@gmail.com)<sup>1)</sup>, [donalsonsilalahi@ust.ac.id](mailto:donalsonsilalahi@ust.ac.id)<sup>2)</sup>,

[Dinalorena0111@gmail.com](mailto:Dinalorena0111@gmail.com),<sup>3)</sup> [sinarritonga@gmail.com](mailto:sinarritonga@gmail.com)<sup>4)</sup>

### ABSTRACT

*Service quality is something that is desired by customers in receiving products or services provided by service providers so that they are in accordance with customer expectations. While trust is the consumer's expectation that providers of goods and services can be trusted or relied on to fulfill their promises. This study provides empirical evidence of the influence of service quality and trust on member satisfaction at CU. Bahagia Kabanjahe. The population in this study was 13,441 people where the number of samples was 100 people. The analysis method used was multiple linear regression and conducted t-tests and F-tests. The results of the study showed that service quality and trust together (simultaneously) had a positive and significant effect on member satisfaction at CU. Bahagia Kabanjahe. Likewise, partially it shows that service quality and trust have a positive and significant effect on member satisfaction.*

**Keywords:** *Service Quality, Trust, and Member Satisfaction*

### PENDAHULUAN

*Credit Union* (CU) adalah salah satu koperasi simpan pinjam yang bernaung di bawah Induk Koperasi Kredit (Inkopdit). *Credit Union* (CU) mempunyai peranan yang penting dalam perekonomian nasional, karena tujuan dari CU adalah untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya, dan kelangsungan operasional CU dalam jangka Panjang. Semakin banyaknya jumlah CU yang berdiri membuat persaingan antar CU di Indonesia semakin ketat, hanya CU yang memberikan nilai lebih dan yang memberikan kepuasan kepada anggotanya dan mampu bersaing antara CU lainnya yang akan memenangkan persaingan. Usaha untuk meningkatkan kepuasan anggota merupakan hal yang sangat penting diperhatikan oleh koperasi simpan pinjam. Kepuasan anggota dapat terwujud jika koperasi simpan pinjam dapat memenuhi keinginan anggota yang berupa kualitas pelayanan yang baik, kepercayaan dan citra koperasi di masyarakat.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan anggota ialah kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono (2014:268) kualitas jasa atau pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan anggota untuk menggunakan ulang jasa perusahaan. Kepuasan anggota dalam menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan dapat dijadikan masukan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan. Menurut Kotler dan Keller (2016:284), terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu diantaranya; Bukti Fisik (*Tangible*), Empati (*Empathy*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Keandalan (*Reliability*) dan Jaminan (*Assurance*).

Selain kualitas pelayanan, faktor kepercayaan juga memiliki pengaruh penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Kepercayaan adalah keyakinan suatu pihak mengenai maksud dan perilaku pihak yang lainnya. Dengan demikian kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan

yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya (Mowen dan Minor 2012:312). Kepercayaan timbul ketika konsumen merasa janji-janji dan harapan terpenuhi pada *service quality*. Maka, sikap dan akibat perilaku dari kepuasan pelanggan memiliki peranan penting dalam menjaga kepercayaan jangka panjang antara penyedia jasa dengan pelanggan.

Koperasi CU Bahagia Kabanjahe didirikan di lingkungan Gereja Katolik yang dilandasi oleh semangat para pengurus gereja. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan ekonomi umat Katolik di Tanah Karo. Koperasi CU Bahagia Kabanjahe didirikan pada tanggal 13 April tahun 1980 yang dipimpin oleh Bruder Yoris. Hingga saat ini, Kopdit CU. Bahagia telah berusia 44 tahun. Adapun produk-produk yang ditawarkan oleh CU. Bahagia yaitu :

1. Simpanan Pokok, merupakan biaya administrasi saat pertama kali mendaftar sebagai anggota koperasi.
2. Simpanan Wajib, berbentuk tabungan yang harus dibayar secara berkala bisa selama sebulan sekali atau seminggu sekali sesuai dengan peraturan yang telah disepakati sebelumnya.
3. Simpanan Sukarela, merupakan simpanan dana yang dapat dilakukan oleh anggota koperasi dengan jumlah yang sukarela dapat diambil kapan saja ketika mereka menginginkannya.

Secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap hasil suatu produk dengan harapannya (Kotler dan Keller, 2016:138). Menurut Tjiptono (2014:353) kepuasan anggota adalah sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek apakah produk atau jasa bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan atau pemakaiannya. Kepuasan anggota merupakan salah satu faktor penentu dari keberhasilan koperasi, maka harus memperhatikan antara harapan yang diinginkan oleh anggota dengan jasa yang diberikan.

Penelitian Masriati (2022) menunjukkan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, citra merek dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian Lilis (2021) Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan citra merek, kepercayaan merek dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dimana semakin baik citra merek, kepercayaan merek dan kualitas pelayanan yang diterapkan oleh perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Senada dengan hasil penelitian Ghantynireta (2021) menunjukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan Variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari uraian diatas maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan anggota pada Credit Union Bahagia Kabanjahe

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kepuasan Anggota

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 di bawah harapan, pelanggan tidak puas jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang (Kotler dan Keller, 2016: 138).

Menurut Sumarwan (2003: 322), kepuasan pelanggan merupakan dampak dari

perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh pelanggan dari produk yang dibeli tersebut. Selanjutnya menurut Tjiptono (2014:195) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan dilihat dari definisi tersebut mengenai kepuasan pelanggan, dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan adalah tergantung pada kinerja tawaran dalam pemenuhan harapan pembeli. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Berdasarkan pada pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan/anggota adalah tingkat perasaan seseorang setelah mengonsumsi produk atau jasa terhadap kebutuhan, keinginan dan harapan yang diinginkan.

### **Kualitas Pelayanan**

Secara umum, Pelayanan (*customer service*) adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Menurut Kotler dan Keller (2016:386) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan demi terciptanya kepuasan pada konsumen itu sendiri, dan perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi.

Kualitas Pelayanan (*service quality*) adalah salah satu instrumen yang digunakan oleh pelanggan untuk menilai pelayanan atau jasa yang diberikan oleh Perusahaan. Kotler dan Keller (2016:118) menyatakan bahwa kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan.

Tjiptono (2014:268) merumuskan kualitas jasa atau pelayanan sebagai berikut: “Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan”.

Berdasarkan pada beberapa pendapat para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang diinginkan oleh pelanggan dalam penerimaan produk maupun jasa yang diberikan sehingga sesuai dengan harapan pelanggan.

### **Dimensi Kualitas Pelayanan**

Apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, maka perusahaan harus mengerti dimensi apa saja yang digunakan oleh pelanggan untuk membedakan jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut dengan jasa yang ditawarkan oleh pesaing.

Tjiptono (2014:282) menyebutkan indikator kualitas pelayanan terletak pada lima dimensi berikut yaitu :

1. Bukti Fisik (*tangible*), yang meliputi penampilan fisik, kebersihan dan kerapian karyawan serta kelengkapan komunikasi.
2. Empati (*emphaty*), adalah tata cara yang digunakan penyelenggara pelayanan untuk menunjukkan rasa peduli dan perhatian kepada konsumen.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kesiapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan informasi dengan cepat.
4. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan layanan dengan segera, akurat, konsisten, dan memuaskan.

5. Jaminan (*assurance*), yaitu mencangkup pengetahuan, kopetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh karyawan.

### **Kepercayaan**

Kepercayaan merupakan konsep multi dimensional yang dapat dipelajari dari berbagai sudut pandang disiplin ilmu, termasuk psikologi sosial, sosiologi, ekonomi, dan pemasaran. Kepercayaan merupakan salah satu pondasi utama dalam dunia bisnis. Membangun sebuah kepercayaan dalam hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan adalah menjadi faktor yang penting untuk menciptakan rasa aman, rasa saling percaya, dan loyalitas.

Kepercayaan merupakan keyakinan suatu pihak mengenai maksud dan perilaku pihak yang lainnya. Dengan demikian kepercayaan konsumen di definisikan sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya (Mowen dan Minor 2012:312).

Menurut Kotler dan Keller (2016:225) kepercayaan adalah kesediaan pihak perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Kepercayaan bergantung kepada sejumlah faktor interpersonal dan antar organisasi. Seperti kompetensi perusahaan, integritas, kejujuran dan kebaikan.

Dari beberapa pengertian maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan pelanggan sangat penting bagi keberlangsungan perusahaan. Kepercayaan akan terwujud apabila perusahaan mampu menciptakan komunikasi yang efektif dengan para pelanggan.

### **Hipotesis**

Hipotesis merupakan suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Sugiyono, (2019:96). Suatu hipotesis akan diterima apabila data yang dikumpulkan mendukung pernyataan. Hipotesis merupakan anggapan dasar yang kemudian membuat suatu teori yang masih harus diuji kebenarannya.

Jadi hipotesis merupakan jawaban sementara pernyataan-pernyataan yang dikemukakan dalam perumusan masalah. Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditetapkan maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota pada CU. Bahagia Kabanjahe
- H2 : Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota pada CU. Bahagia Kabanjahe
- H3 : Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan berpengaruh simultan dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota pada CU. Bahagia Kabanjahe

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel**

Dalam penelitian ini populasinya adalah jumlah anggota yang tercatat dan masuk keanggotaan koperasi periode 2019-2023 CU. Bahagia Kabanjahe. Alasan peneliti mengambil populasi pada tahun tersebut yaitu adanya kasus yang menimpa CU. Bahagia terkait penggelapan dana oleh kepengurusan periode 2019-2023. dengan jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 13.441 orang. Dan jumlah sampel sebanyak 100 orang.

### **Operasionalisasi Variabel**

#### **Variabel independen (X)**

##### **1. Kualitas Pelayanan (X1)**

Kualitas Pelayanan merupakan suatu hal yang diinginkan oleh pelanggan dalam penerimaan produk maupun jasa yang diberikan sehingga sesuai dengan harapan

pelanggan.

## 2. Kepercayaan (X<sub>2</sub>)

Kepercayaan adalah harapan konsumen bahwa penyedia barang dan jasa dapat dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya

## 3. Variabel dependen (Y)

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja (atau hasil) barang atau jasa dengan harapannya.

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan model sebagai berikut:  $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e_i$

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Regresi Linear Berganda

Berikut ini adalah hasil pengujian regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS 27 yang disajikan dalam tabel 1 berikut:

**Tabel 1. Analisis Regresi Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.365	1.885		2.846	.005
	Kualitas Pelayanan	.163	.034	.476	4.770	.000
	Kepercayaan	.146	.066	.221	2.209	.030
a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota						

*Sumber : Data diolah dengan SPSS*

Berdasarkan hasil uji estimasi regresi diatas, maka model regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 5,365 + 0,163X_1 + 0,146X_2$$

Berdasarkan persamaan diatas, dapat dijelaskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

Konstanta sebesar 5,365 menunjukkan tingkat konstan yaitu jika variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) dan Kepercayaan (X<sub>2</sub>) adalah 0, maka Kepuasan Anggota (Y) sebesar 5,365 dengan asumsi variabel lain tetap. Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Anggota (Y), artinya jika variabel Kualitas Pelayanan ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka variabel Kepuasan Anggota akan meningkat sebesar 0,163. Sebaliknya, apabila variabel Kualitas Pelayanan turun sebesar 1 satuan, maka volume Kepuasan Anggota akan turun sebesar 0,132. Variabel Kepercayaan (X<sub>2</sub>) berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Anggota (Y), artinya jika variabel Kepercayaan ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka variabel Kepuasan Anggota akan meningkat sebesar 0,146. Sebaliknya, apabila variabel Kepercayaan turun sebesar 1 satuan, maka volume Kepuasan Anggota akan turun sebesar 0,146.

### Hasil Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan tabel 1 diatas, Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar (4,770) >  $t_{tabel}$  (1,660) dan signifikansi (0,000) < 0,05, maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Dengan demikian Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota CU. Bahagia Kabanjahe. Jika kualitas pelayanan meningkat, kepuasan anggota juga akan meningkat secara signifikan, demikian sebaliknya. Variabel Kepercayaan (X<sub>2</sub>) mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar (2,209) >  $t_{tabel}$  (1,66) dan signifikansi (0,030) < 0,05, maka H<sub>0</sub>



ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota CU. Bahagia Kabanjahe. Jika kepercayaan meningkat, kepuasan anggota juga akan meningkat secara signifikan, demikian sebaliknya.

### Hasil Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

**Tabel 2. Hasil Regresi Uji F**

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	246.536	2	123.268	33.120	.000 <sup>b</sup>
	Residual	361.024	97	3.722		
	Total	607.560	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kepercayaan						

*Sumber : Data diolah dengan SPSS*

Berdasarkan hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa kedua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengaruh tersebut diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 33,120 >  $F_{tabel}$  3,09 dan dengan nilai Sig. (0,000 < 0,05), berdasarkan kriteria pengujian hipotesis jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel bebas Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kepercayaan ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota (Y) CU. Bahagia Kabanjahe.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Hasil dari *R-Square* dari regresi digunakan untuk mengetahui besarnya kepuasan anggota yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepercayaan. Hasil koefisien determinasi sebagai berikut:

**Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.637 <sup>a</sup>	.406	.394	1.929
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kepercayaan				

*Sumber : Data diolah dengan SPSS*

Berdasarkan tabel 3 diketahui nilai R sebesar 0,637 sama dengan 63,7%, berarti kualitas pelayanan dan kepercayaan mempunyai hubungan yang kuat dengan kepuasan anggota. Koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,406 artinya kepuasan anggota dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan kepercayaan sebesar 40,6%. Sedangkan, 59,4% lagi dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota pada CU. Bahagia Kabanjahe

Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas pelayanan yaitu sebesar 4,770 >  $t_{tabel}$  1,660 dengan Tingkat signifikan sebesar 0,000 < 0,05, maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan anggota.

Teori ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ayuningtyas (2021) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Mandiri Cabang Alam Sutera Tangerang. Tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  dengan hipotesa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada bank mandiri cabang alam sutera tangerang.

### **Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Anggota pada CU. Bahagia Kabanjahe**

Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kepercayaan yaitu sebesar 2,209  $> t_{tabel}$  1,660 dengan tingkat signifikan sebesar  $0,030 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan anggota.

Teori ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan Fatmawati (2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Keluarga Karunia Sejahtera (K3S) Gresik. Dengan hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota dengan nilai regresi 0,407 dan signifikan t sebesar 0,030. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota dengan nilai regresi 0,398 dan signifikan t sebesar 0,034. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan anggota (*adjusted R Square*) adalah 0,622. Hasil uji F di dapat  $F_{hitung}$  (82,309) dengan signifikansi  $(0,000) < \alpha$  (0,10) dengan demikian  $H_1$  ditolak. Ini berarti secara simultan model penelitian yang terdiri dari variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan anggota.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Anggota pada CU. Bahagia Kabanjahe**

Dilihat dari koefisien regresinya diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 33,120  $> F_{tabel}$  3,09 dengan Tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Berarti bahwa variabel bebas Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kepercayaan ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Anggota ( $Y$ ) CU. Bahagia Kabanjahe.

Teori ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan Mawey (2018) dengan judul Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Sulutgo. Hasil analisis didapatkan Uji Simultan (uji F) dengan tingkat signifikan  $p\text{-value} = 0,012 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima yang berarti bahwa Kepercayaan ( $X_1$ ) dan Kualitas Layanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah ( $Y$ ). Kepercayaan ( $X_1$ ) memiliki tingkat signifikansi  $0,718 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak atau Kepercayaan ( $X_1$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah ( $Y$ ). Kualitas Layanan ( $X_2$ ) memiliki tingkat signifikansi  $0,003 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau Kualitas Layanan ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah ( $Y$ ). Hasil analisis didapatkan Uji Simultan (uji F) dengan tingkat signifikan  $0,012 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima yang berarti bahwa Kepercayaan ( $X_1$ ) dan Kualitas Layanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah ( $Y$ ).

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota CU. Bahagia Kabanjahe.

2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota CU. Bahagia Kabanjahe.
3. Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Anggota CU. Bahagia Kabanjahe.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arfianti, S. R. (2014). *Pengaruh Citra Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah*. Jurnal Manajemen, 3(2), 2252-6552
- Ayuningtyas, K. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah* (Studi Pada Bank Mandiri Cabang Alam Sutera Tangerang). Jurnal Manajemen, 11(1), 63-76.
- Barnes, J. (2013). *Secrets of Customer Relationship Management: Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan*. (Andreas, Terjemahan). Yogyakarta: Andi Offset.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Gowa: Global Research And Consulting Institute.
- Desran, D., & Arifin, K. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Credit Union Sumber Rejeki Tempat Pelayanan Balai Putut Pamelum Tamiyang Layang Kabupaten Barito Timur*. JAPB, 4 (2), 1600-1614.
- Fatmawati, F. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Keluarga Karunia Sejahtera (K3S) Gresik*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, 5(2), 93-102.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro .
- Ghantynireta, B. V. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah*. Skripsi. Universitas Islam Negeri AR-Raniry. Banda Aceh.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif Untuk Akuntansi, Bisnis, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Semarang: Yoga Pratama.
- Indasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: unitomo press.
- Irawan, H. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta. Elex Media.
- Japlani, A., Fitriani, F., & Mudawamah, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Cabang BMT Fajar Metro Pusat*. Fidusia: Jurnal Keuangan Dan Perbankan, 3(1).
- Kasinem, K. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat*. Jurnal Media Wahana Ekonomika. 17(4), 329-339.
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Kevin, L. Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*, Jilid I. Edisi 16. Jakarta: Erlangga.
- Kusnadi, H. (2005). *Ekonomi Koperasi*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Lilis, S. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Pos Indonesia (Studi pada PT Pos Indonesia Cabang Kebon Jeruk)*. Economic and Business Innovation (CEBI), 617-631.
- Lupiyoadi, R. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa ( Berbasis Kompetensi)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Martino, W., & Ahmad. (2017). *Seri Manajemen Koperasi Dan UKM Tata Kelola Koperasi Yang Baik*. Yogyakarta: Deepublish.



- Masriati, I. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Edwin Jeans Indonesia pada E-Commerce Shopee*. 1(3), 433-449.
- Mawey, T. (2018). *Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Sulutgo*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 6(3).
- Mowen, J.C., & Michael Minor. (2012). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Nisa, P. F., & Harti. (2014). *Pengaruh kualitas layanan terhadap word of mouth melalui kepuasan konsumen pada jasa bus putra mas kelas ekonomi*. Jurnal Manajemen. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Vol. 1 No. 1
- Novianti, A. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kanasha di Kota Langsa*. Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam, 5(1), 459–468.
- Payangan, Otto R. (2018). *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Bogor: IPB Press.
- Priyatno, D. (2010). *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Puspita, H. (2007). *Tingkat Kepuasan Pasien terhadap Kualitas Jasa Pelayanan di Sport Massage Sarase Yogyakarta*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 7(5), 239–361.
- Setiawan, H., Minarsih, M. M., & Fathoni, A. (2016). *Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening (Studi kasus pada nasabah Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan)*. Journal Of Management. 2(2).
- Subandi. (2015). *Ekonomi Koperasi (Teori Dan Praktek)*. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein. 2002. *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam pemasaran*. edisi II, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 33 ayat (1).
- Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Indonesia.
- Wulandari. (2005). *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Pada RSUD Sleman Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: UPN.
- Zendrato, W. (2022). *Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di CU. Koperasi Simpan Pinjam Pengembangan Pedesaan (KSP3) Amandraya*. Curve Elasticity: Jurnal Pendidikan Ekonomi, 3(2), 35-46.