

SURVEI KEPUASAN TERHADAP LAYANAN (STUDI KASUS ANGGOTA KOPERASI PT.INDO BHARAT RAYON DI PURWAKARTA 2019)

Budi Santoso Muhajir, Ati Mustikasari
Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia
Budisantosom8@gmail.com
Atimustikasari@tass.telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK: Kehadiran Koperasi di PT.Indo Bharat Raron telah sukses menarik minat karyawan untuk menjadi anggota koperasi, lebih khususnya di kota Purwakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kepuasan Konsumen (X) Terhadap Kualitas Layanan (Y) studi kasus koperasi PT.Indo Bharat Rayon, di Bandung – 2019. Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dan pengumpulan data melalui kuesioner terhadap 400 orang sampel. Pengolahan data menggunakan skala ordinal dan uji statistik yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji deskriptif, uji regresi linier sederhana, uji *R square*, uji normalitas, dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan, dengan pengaruh sebesar 74.7%. Sedangkan sisanya sebesar 25.3% (dari hasil 100% - 22,8%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Kepuasan anggota koperasi, Kualitas layanan

BAB 1 PENDAHULUAN

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1. Profil Perusahaan

Koperasi PT.Indo Bharat Rayon adalah badan usaha yang beranggotakan karyawan dari PT.Indo Bharat Rayon yang berlandaskan pada asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti, koperasi ini menyediakan pinjaman dana, pinjaman mobil, angsuran barang elektronik, sembako, dan kebutuhan rumah tangga. Koperasi PT.Indo Bharat Rayon buka sampai Sabtu. Hari Senin sampai Jumat buka jam 06.00-16.30 sedangkan Hari Sabtu buka jam 06.00-12.00.

1.2. Visi Misi Perusahaan

1. Visi Koperasi PT.Indo Bharat Rayon :

Terwujudnya koperasi simpan pinjam yang mandiri dan tangguh dengan berlandaskan amanah dalam membangun ekonomi bersama dan berkeadilan di Indonesia.

2. Misi Koperasi PT.Indo Bharat Rayon:

Sedangkan misi koperasi, yaitu memberdayakan koperasi, pengusaha kecil dan menengah menjadi pelaku ekonomi yang tangguh dan profesional, dengan mengembangkan system ekonomi kerakyatan yang bertumpu pada mekanisme pasar yang berkeadilan berbasis pada SDA dan SDM yang produktif, mandiri, maju, berdaya saing, berwawasan lingkungan dan berkelanjutan dengan bermuara dalam koperasi, PKM serta masyarakat pada umumnya.

1.3 Latar Belakang

Koperasi Koperasi memegang peranan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian Indonesia. Oleh karena itu koperasi sering disebut juga sebagai pondasi utama perekonomian Indonesia. Mengapa koperasi disebut sebagai pondasi perekonomian Indonesia? Karena koperasi

mempunyai sifat kemasyarakatan yang dapat mempersatukan seluruh elemen elemen di Indonesia.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah yang diangkat oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat kepuasan anggota koperasi PT.Indo Bharat Rayon terhadap layanan ?
2. Apa manfaat yang didapatkan setelah menjadi anggota koperasi ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui tanggapan / penilaian anggota koperasi terhadap kualitas layanan
2. Mengetahui kepuasan anggota koperasi PT.Indo Bharat Rayon

1.6 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini antara lain :

1. Aspek Akademis

Sebagai bahan masukan, referensi serta perbandingan untuk penelitian berikutnya, khususnya yang berhubungan dengan *kepuasan konsumen* dan *kualitas layanan*

1.7 Kegiatan Koperasi

Kegiatan koperasi PT.Indo Bharat Rayon diantaranya adalah :

1. Produksi barang

Produksi barang umumnya adalah usaha kecil sampai menengah. Para produsen dikumpulkan dalam wadah koperasi agar ada komunikasi yang intens tentang usaha anggota - anggotanya. Sehingga produk yang mereka hasilkan kualitasnya semakin bagus dan usaha mereka semakin maju karena adanya dukungan dan kerja sama dengan sesama anggota.

2. Simpan Pinjam Modal

Kegiatan koperasi yang paling banyak di minati oleh anggota karyawan PT.Indo Bharat Rayon adalah peminjaman modal. Banyak sekali anggota yang ingin mendirikan usaha / mempunyai kebutuhan yang tidak terduga. Oleh karena itu koperasi memberikan solusi dengan pinjaman modal terhadap anggota karyawan PT.Indo Bharat Rayon dengan bunga yang cukup rendah.

3. Jual Beli Produk

Kegiatan lain dari koperasi adalah jual beli produk dengan harga yang jauh lebih murah dari pada di pasaran misalnya, Beras yang di beli di koperasi PT.Indo Bharat Rayon harganya lebih murah di dibandingkan membeli beras di toko - toko

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan teori

Manajemen Pemasaran

Definisi pemasaran menurut Kotler & Keller (2016:27) marketing management as the art and science of choosing target market and getting, keeping, and growing customers through creating, delivering, and communicating superior customer value. Dapat diartikan yaitu manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih target pasar dan mendapatkan, menumbuhkan pelanggan, menciptakan, menyampaikan, dan mengkomunikasikan nilai superior kepada pelanggan. Pemasaran adalah ujung tombak perusahaan. Dalam dunia persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut agar tetap bertahan hidup dan berkembang. Oleh karena itu pemasar dituntut untuk memahami permasalahan pokok di bidangnya dan menyusun strategi agar dapat mencapai tujuan perusahaan. (Suyanto, 2015:190).

Teori Pemasaran Jasa

Menurut Fandy Tjiptono (2016:2) pemasaran jasa adalah suatu tindakan yang ditawarkan pihak produsen kepada konsumen berupa jasa yang tidak dapat dilihat, dirasa, didengar atau diraba namun dapat dirasakan manfaatnya oleh konsumen.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Sedangkan menurut Westbrook dan Reilly dalam Tjiptono (2014) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku, serta pasar secara keseluruhan



Gambar 2.1 Kopesem kepuasan pelanggan
Sumber : Tjiptono 2014:369

Kualitas Layanan

Kualitas sebagaimana diinterpretasikan ISO 9000 merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya. Menurut Fandy Tjiptono (2015:157) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan

Dimensi Kualitas Layanan TERRA

Kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi atau unsur kualitas pelayanan. Unsur-unsur kualitas pelayanan

merupakan hasil temuan penelitian dari teori kualitas pelayanan yang disampaikan oleh A.Pasuraman. Sebagai salah satu tokoh pioner dalam pengukuran kualitas layanan, Pasuraman mencetuskan dimensi servqual. Dimensi ini dibuat untuk mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan suatu kuesioner. Teknik servqual dapat mengetahui seberapa besar jarak harapan pelanggan dengan ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima. servqual memiliki 5 dimensi.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan sebuah alur tentang hubungan antara variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dijelaskan. Menurut Sugiyono (2016:88) kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai factor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting

2.2 Hipotesis

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, variabel yang akan diteliti terdiri dari variabel X yaitu kepuasan pembelian dan variabel Y yaitu kualitas layanan, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Kepuasan pembelian berpengaruh terhadap kualitas layanan koperasi (PT.Indo Bharat Rayon,Purwakarta).

H₁ = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kepuasan pembelian dengan kualitas layanan koperasi .

H₂ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan pembelian dengan kualitas layanan koperasi

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif, menurut Sugiono (2016:35) menyatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri). Jadi dalam penelitian ini, peneliti tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel yang lain, dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel lain.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif menurut Sugiono (2016:7) menyatakan bahwa metode kuantitatif merupakan metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah – kaidah ilmiah yaitu konkrit atau empiris,obyektif,terukur,rasional,dan sistematis. Metode ini menggunakan angka – angka dan analisis menggunakan statistik

3.2 Variabel Operasional Dan Skala Pengukuran

1. Variabel Operasional

Sugiyono (2016:2) Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam – macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi :

Variabel Independen : Variabel ini disebut variabel stimulus,predictor,antecedent. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau timbulnya variabel dependen (terikat)

Variabel dependen : Sering disebut sebagai variabel output,kriteria,konsekuensi. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan Variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat,karena adanya

variabel bebas.

3.3. Skala Pengukuran

Menurut Sugiono (2016:131) Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan Panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif

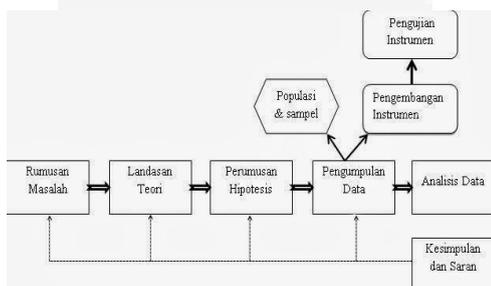
Kategori	Skor Nilai
Sangat Puas	Skor 5
Puas	Skor 4
Cukup Puas	Skor 3
Tidak Puas	Skor 2
Sangat Tidak Puas	Skor 1

TABEL 3.2

Tabel skala likert
Sumber : Sugiono (2016:93)

3.4 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian menggambarkan kegiatan yang dilakukan penulis dari awal penelitian hingga pembuatan kesimpulan dan saran, Berikut proses penelitian kuantitatif



3.5 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2016:116) Teknik Sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *Nonprobability Sampling*.

Cara hitung :

$$N=2460/(1+(2460 \times 0.05^2))$$

$$N=2460/(1+(2460 \times 0.0025))$$

$$N=2460/(1+6.15)$$

$$N=2460/7.15$$

$$N=344.055$$

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data adalah:

- a. kuisioner
- b. wawancara
- c. studi pustaka

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:121) Uji Validitas adalah ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Teknik uji yang digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi product moment.

2. Uji Reliabilitas

Instrument yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Bila menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel. Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran bisa dipercaya atau diandalkan (Sugiyono, 2017:41).

3.8 Teknik Analisa Data

1. Analisa Analisis

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik (Sugiono, 2016:199)

2. Analisa Statistik Deskriptif

Sudaryono dan Asep Saefullah (2012:20) *statistic deskriptif* adalah *statistic* yang berkenaan dengan metode atau cara mendiskripsikan, menggambarkan, menjabarkan atau menguraikan data.

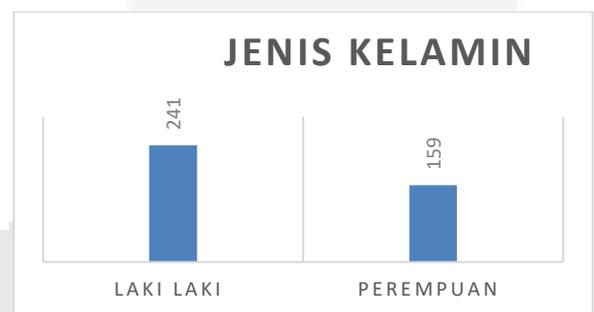
3.9 Uji Asumsi Klasik

Widodo (2017:110) mengatakan bahwa uji asumsi atau persyaratan analisis diperlukan untuk penelitian yang menggunakan *statistic inferensial*, khususnya *statistic parametrik*. Artinya jika penelitian tidak menggunakan formula statistik parametrik tidak diperlukan uji sumsi klasik atau persyaratab analisis

3.10 Uji Normalitas

Tujuan dari dilakukannya uji normalitas adalah untuk mengetahui distribusi residual. Uji normal Kolmogorov-Smirnov (K-S) dapat digunakan peneliti untuk melakukan uji normalitas (Widodo,2017:111). Cara pengambilan keputusan data berdistribusi normal pada uji normalitas menurut Basuki dan Prawoto (2016:20)

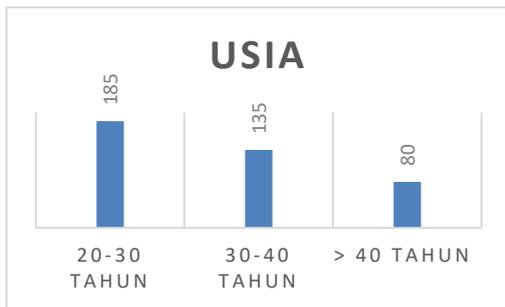
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN



GAMBAR 4.1

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

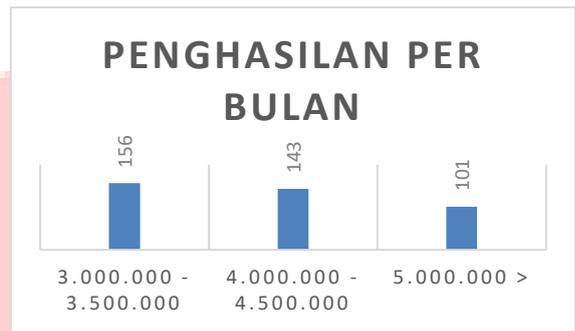


GAMBAR 4.2

Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Sumber : Pengolahan Data Peneliti,2019

4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan



GAMBAR 4.4

Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan PerBulan

Sumber : Pengolahan Data Peneliti,2019

Item	r table	r hitung	Keterangan
X1	0.098	0.708	Valid
X2	0.098	0.737	Valid
X3	0.098	0.723	Valid
X4	0.098	0.729	Valid
X5	0.098	0.705	Valid
X6	0.098	0.760	Valid
X7	0.098	0.781	Valid
X8	0.098	0.748	Valid
X9	0.098	0.682	Valid
X10	0.098	0.722	Valid
X11	0.098	0.699	Valid
X12	0.098	0.729	Valid

4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir



GAMBAR 4.3

Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Sumber : Pengolahan Data Peneliti,2019

4.4 Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Sumber : Data Olahan Peneliti

r hitung > r tabel (0,098) = Valid

4.5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan

Tabel di bawah ini adalah hasil pengolahan data dari jawaban responden melalui kuesioner sehingga dapat diketahui persepsi responden mengenai variabel kepuasan secara aktual saat di koperasi , sebagai berikut :

4.6. Uji Reliabilitas Variabel X

Tabel 4.6.1

Tabel Uji Realibilitas X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.939	12

Sumber : Pengolahan Data SPSS 2019

4.6.2 Uji R square

Tabel 4.9

Tabel Uji R square

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.747 ^a	.558	.557	3.44088

a. Predictors: (Constant), kepuasan kosumen
b. Dependent Variable: kualitas layanan

Sumber : Pengolahan Data SPSS 2019

R square =0.747 =74.7%

Berdasarkan hasil uji R square pada tabel 4.8 diperoleh nilai sebesar 0,747 yang mengartikan bahwa variabel X berpengaruh sebesar 74.7% terhadap variabel Y. Sedangkan sisanya sebesar 25,3% (dari hasil 100% - 74.7%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

4.7 UJI t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah komunikasi pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pengujian hipotesis tersebut dilakukan melalui uji t, dengan ketentuan H_0 jika t-hitung lebih besar dari t-tabel. Dengan ketentuan demikian, di peroleh nilai t-tabel sebagai berikut :

1. Dependent Variable: TOTALLY

Berdasarkan hasil di atas, diperoleh karena $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka: H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh antara variabel X dan variabel Y. Sehingga dapat disimpulkan dari uji t yang dilakukan dan hipotesis yang telah ditetapkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Berarti terdapat hubungan yang signifikan antara komunikasi pemasaran dengan keputusan pembelian.

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian koperasi PT.Indo Bharat Rayon serta pembahasan yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan TERRA, diperoleh nilai sig pada variabel kepuasan konsumen sebesar 0,200 yang lebih besar dari 0,05 maka variabel kepuasan konsumen tidak berperan positif dalam meningkatkan kualitas layanan Berikut ini merupakan hasil analisis pengujian hipotesis dalam bentuk kalimat yaitu :

H_1 = Diterima

H_0 = Ditolak

DAFTAR PUSTAKA

Buku

1. Kotler, Philip., dan Keller, Kevin Lane. 2016. "Manajemen Pemasaran", Edisi Lima Belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
2. Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi analisis multivariat dengan program IBM -SPSS 21. Semarang: penerbit Universitas Diponegoro
3. Aritonang R, L. 2016. Kepuasan Pelanggan. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
4. Tjiptono, Fandy and Gregorius Chandra, 2016, Pemasaran Jasa. Yogyakarta : Graha Ilmu Tjiptono, Fandy and Gregorius Chandra, 2015,
5. Kualitas Layanan . Jakarta: Alfabet (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
6. Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. Suhartanton, Dwi (2016). Metode riset Pemasaran. Jakarta: Alfabet. Jaiz, Muhammad. (2015). Dasar-dasar dimensi Pelayanan. Yogyakarta: Graha Ilmu..
6. Sudaryono, Saefullah Asep. (2017). Statistik deskriptif : langkah mudah analisis data. Yogyakarta: Andi.

Karya Tulis :

1. Adhikarini. 2003. Analisa Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Koperasi Serba Usaha Makmur Lestari Surakarta. Skripsi: UNS
2. Branti, Istariyani. 2002. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Telkom Cabang Sragen. FE: UMS.

Jurnal :

Wahyu Kuntoro (2018) Kepuasan Pasien Terhadap Kualitas Pelayanan di Tempat Pendaftaran Pasien Rawat Jalan Puskesmas Kretek Bantul Yogyakarta

Artikel :

Jatmiko. (2018) PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JNE CABANG BANDUNG

Internet :

[www.koperasi.com /logokoperasi\(2019\)](http://www.koperasi.com/logokoperasi(2019)) , diakses pada 25

Juni 2019

www.maxmanroe.com/pengertian_koperasi_2019,20 juni 2019

<http://www.jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/403>

diakses pada tanggal 1 juni 2019