

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH KSU BIS BANCAR (Studi kasus Koperasi Serba Usaha Bina Insan Sejahtera)

Linna Nikmatul Farikhah , Arif Unwanullah
Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Ronggolawe Tuban
Linaikha52@gmail.com , arifunwanullah@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah (1) mengetahui tingkat kualitas pelayanan KSU BIS Bancar (2) Mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa KSU BIS Bancar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini berlokasi di KSU BIS Bancar yang berlokasi di Pasar Layur Bulu Jowo, Kecamatan Bancar, Kabupaten Tuban, Jawa Timur 62354. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah KSU BIS Bancar sebanyak 650 nasabah. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 65. Teknik pengambilan sampel dengan sampling insidental. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berupa angket (kuesioner), wawancara, dan dokumentasi. Dimensi kualitas pelayanan berdasarkan bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena Nilai R Square (R^2) atau kuadrat R nilainya sebesar 0,910 ini membuktikan bahwa pengaruh variabel X1 (Bukti Fisik), X2 (Keandalan), X3 (Daya Tanggap), X4 (Jaminan), dan X5 (Empati) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 91,0% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang lain.

Kata Kunci : Pelayanan, Kepuasan Nasabah.

PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia usaha di masa sekarang semakin ketat baik di pasar dalam negeri atau domestik maupun dipasar luar negeri. Apalagi negara Indonesia yang telah menjadi anggota *Asean Free Trade Area* (AFTA) pada tahun 2002. Hal ini berarti pelaku usaha yang ada di dalam negeri selain mereka harus bersaing dengan para pelaku usaha lokal mereka juga bersaing dengan para pelaku usaha dari luar, karena mereka telah dibebaskan bea masuk produk yang mereka tawarkan dipasar dalam

negeri. Untuk persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya murah dan pelayanan yang lebih baik dari pada para pesaingnya. Ada beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen dalam menilai suatu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Philip Kotler, 2002). Koperasi merupakan sebuah organisasi ekonomi yang

dimiliki dan di operasikan oleh orang-seorang demi kepentingan bersama.

Koperasi merupakan perkumpulan orang yang secara sukarela mempersatukan diri untuk berjuang meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka melalui pembentukan sebuah badan usaha yang dikelola secara demokratis (Rudianto 2015:3). Koperasi melandaskan kegiatan berdasarkan prinsip gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan sehingga masalah kualitas pelayanan menjadi factor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Keberhasilan suatu koperasi tidak dapat berjalan dengan baik apabila tidak didukung dengan adanya konsumen dalam mempersiapkan diri menghadapi persaingan tersebut, maka Koperasi harus jeli dalam melihat peluang pasar serta keinginan dan kebutuhan dari nasabah.

Kualitas pelayanan merupakan tolok ukur keberhasilan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan alat penting untuk mengukur kepuasan pelanggan (Hazlina et al, 2011: 60). Sedangkan tingkat kepuasan penerima layanan ini akan dapat diperoleh apabila seorang penerima pelayanan tersebut mendapatkan jenis pelayanan sesuai dengan yang mereka harapkan dan butuhkan.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang

baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan konsumen secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan konsumen) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Kualitas pelayanan dapat berpengaruh kepada kepuasan konsumen dan kemudian berdampak terhadap kepercayaan, serta dapat menimbulkan kepuasan konsumen.

Apabila yang diterima oleh nasabah melebihi harapannya, maka nasabah tersebut dapat meraih kepuasan. Sebaliknya, apabila harapan nasabah lebih tinggi dari yang didapatkan, maka nasabah tersebut belum terpuaskan. Dalam hal ini perusahaan harus mampu meningkatkan kepuasan tersebut sehingga nasabah tidak beralih kepada perusahaan lain. Ada beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen dalam menilai suatu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Ada lima dimensi yang berhasil mengidentifikasi kualitas jasa (Tjiptono, 2008: 31), yaitu: Bukti langsung (tangibles), Keandalan (reliability), Daya tanggap (responsiveness), Jaminan (assurance), Perhatian (emphaty).

Pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan nasabah, apabila karyawan memusatkan perhatian pada upaya pemuasan keinginan nasabah dengan menentukan nasabah sasaran yang sebenarnya yang akan dilayani, mengidentifikasi keinginan nasabah, mengembangkan produk yang mampu memuaskan keinginan nasabah.

KSU BIS (Koperasi Serba Usaha Bina Insan Sejahtera) yaitu merupakan sebuah perusahaan jasa keuangan perbankan yang berbadan hukum. Beralamat di desa Bulu Jowo, Bancar, Kabupaten Tuban, Jawa Timur 62354. KSU BIS memberikan pelayanan kepada nasabah sudah semaksimal mungkin, pastinya tidak semua anggota

merasa dipuaskan oleh pelayanan yang diberikan, mengingat penilaian kepuasan anggota dari setiap individu berbeda-beda. Oleh karena itu, peneliti memilih KSU BIS sebagai tempat penelitian dengan harapan mampu memberikan manfaat kemajuan serta mengetahui sejauh mana pelayanan yang diberikan selama ini berpengaruh terhadap kepuasan anggota KSU BIS dari hasil penelitian yang dilakukan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian dan jenis penelitian.

Penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan kuantitatif. metode kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan- penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang disebut dengan variabel. Dalam pendekatan kuantitatif hakikat hubungan diantara variabel dinamis dengan menggunakan teori yang objektif. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan yaitu penelitian langsung dilakukan di lapangan.

Populasi dan sampel.

Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah-masalah pokok dalam suatu penelitian (Muhammad, 2008: 161)

Peneliti mengambil populasi dari nasabah-nasabah KSU BIS Bancar kurang lebih 650 nasabah.

Sampel merupakan sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Arikunto,2002:109). Jika jumlah responden kurang dari 100 maka sampel diambil dari seluruhnya sehingga penelitiannya adalah penelitian populasi. Sedangkan jika jumlah responden lebih dari 100, maka pengambilan sampel 10%-15% atau 20%-25% atau lebih (Arikunto,2002:112) . Pengambilan sampel ini yaitu berjumlah 65 sampel karena dari banyaknya populasi sebanyak

650 populasi di ambil 10% yaitu 65 sampel.

Teknik pengumpulan data.

a. Angket (kuesioner)

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik penyebaran kuesioner, peneliti menyebarkan daftar pertanyaan kepada KSU BIS Bancar yang menjadi responden dalam penelitian ini.

Dengan skala likert, maka variabel penelitian yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan yang harus diteliti. Wawancara ini berupa pertanyaan-pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya yang akan diajukan kepada narasumber

untuk dimintai keterangannya mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penelitian tersebut untuk mendapatkan data-data yang diperlukan. Adapun data-data yang ingin diketahui hasil wawancara tersebut adalah untuk mendapatkan data pendapat dari responden.

a. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa foto-foto, catatan-catatan, transkrip, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Metode ini digunakan sebagai pelengkap guna memperoleh data sebagai bahan informasi yang berupa latar belakang kantor, tugas pokok dan tata kerja, struktur organisasi, presensi serta data lain yang mendukung.

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dikatakan metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka- angka dan analisis menggunakan statistik untuk menguji hipotesis. Informasi yang hendak diambil dalam penelitian ini adalah yang berkaitan dengan analisis

pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Peneliti melakukan penelitian di koperasi yang dilaksanakan pada bulan juni-selesai. Alat yang digunakan untuk menganalisis adalah SPSS. Penelitian ini diawali dengan beberapa aspek yaitu angket, observasi dan dokumentasi dan menggunakan teknik analisis data uji validitas, realibilitas, uji normalitas, uji linier itas, uji T, uji F, uji R, uji regresi sederhana, uji regresi berganda

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas terhadap responden melalui kuesioner mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Di KSU BIS Bancar, hasil pengujian reliabilitasnya dapat dilihat pada tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7 Reliabilitas Variabel X1, X2, X3, X4, X5 dan Y

Reliability Statistics

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Ket.
X1	0,806	4	Reliabel
X2	0,820	4	Reliabel
X3	0,849	3	Reliabel
X4	0,755	5	Reliabel
X5	0,822	4	Reliabel
Y	0,937	20	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS v.22

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dinyatakan dengan melihat nilai *Cronbach Alpha* (a). Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6, dimana nilai 0,6 memiliki kriteria kurang baik, 0,7 cukup atau dapat diterima, dan diatas 0,8 dinyatakan baik.

Setelah dilakukan pengujian reliabilitas dalam penelitian ini maka didapat dari data tabel 4.8 (*Reliability Statistics*) diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel X1 sebesar 0,806 > 0,6; X2 sebesar 0,820 > 0,6; X3 sebesar 0,849 > 0,6; X4 sebesar 0,755 > 0,6; X5 sebesar 0,822 > 0,6;

dan Y sebesar $0,937 > 0,6$. Karena nilai Cronbach Alpha untuk variable X1 sebesar 0,8306 X2 sebesar 0,820; X3 sebesar 0,849; X4 sebesar 0,755; X5 sebesar 0,822; dan Y sebesar 0,937 lebih besar dari 0,6 maka dinyatakan Reliabel (Priyatno, 2009:172).

b. Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas terhadap responden melalui kuesioner mengenai Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Di KSU BIS Bancar, hasil pengujian reliabilitasnya dapat dilihat pada tabel 4.8 dan tabel 4.13 sebagai berikut:

Tabel 4.8 Validitas Variabel X1
(Bukti Fisik)

soal	Pearson Correlation	r Tabel	Ket.
Item1	,791**	0,240	Valid
Item2	,830**	0,240	Valid
Item3	,787**	0,240	Valid
Item4	,774**	0,240	Valid
itemtotal	1	0,240	Valid

Sumber: Data diolah SPSS v.21

Dari tabel 4.8 pengujian instrumen yang dilakukan terhadap 65 responden memiliki nilai r tabel pada tingkat signifikansi 5% adalah 0,240. Artinya nilai item tiap variabel atau item-item pertanyaan yang ada dalam kuesioner variabel X1 akan dinyatakan valid jika nilai korelasi (*Corrected item total correlation/ Pearson Correlation*) lebih besar dari nilai r tabel.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa instrumen variabel X1 (Bukti Fisik) sebanyak 4 pertanyaan diperoleh 4 item valid.

Tabel 4.9 Validitas Variabel X2 (Keandalan)

Soal	Pearson Correlation	r Tabel	Ket.
Item5	,738**	0,240	Valid
Item6	,873**	0,240	Valid
Item7	,809**	0,240	Valid
Item8	,812**	0,240	Valid

itemtotal	1	0,240	Valid
-----------	---	-------	-------

Sumber: Data diolah SPSS v.21

Dari tabel 4.9 pengujian instrumen yang dilakukan terhadap 65 responden memiliki nilai r tabel pada tingkat signifikansi 5% adalah 0,240. Artinya nilai item tiap variabel atau item-item pertanyaan yang ada dalam kuesioner variabel X2 akan dinyatakan valid jika nilai korelasi (*Corrected item total correlation/ Pearson Correlation*) lebih besar dari nilai r tabel.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa instrumen variabel X2 (Keandalan) sebanyak 4 pertanyaan diperoleh 4 item valid.

Tabel 4.10 Validitas Variabel X3 (Daya Tanggap)

soal	Pearson Correlation	r Tabel	Ket.
Item9	,794**	0,240	Valid
Item10	,925**	0,240	Valid
Item11	,907**	0,240	Valid
Itemtotal	1	0,240	Valid

Sumber: Data diolah SPSS v.21

Dari tabel 4.10 pengujian instrumen yang dilakukan terhadap 65 responden memiliki nilai r tabel pada tingkat signifikansi 5% adalah 0,240. Artinya nilai item tiap variabel atau item-item pertanyaan yang ada dalam kuesioner variabel X3 akan dinyatakan valid jika nilai korelasi (*Corrected item total correlation/ Pearson Correlation*) lebih besar dari nilai r tabel.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa instrumen variabel X3 (Daya Tanggap) sebanyak 3 pertanyaan diperoleh 3 item valid.

Tabel 4.11 Validitas Variabel X4 (Jaminan)

Item15	,703**	0,240	Valid
Item16	,505**	0,240	Valid

			d
itemtotal	1	0,240	Valid

Sumber: Data diolah SPSS v.22

Dari tabel 4.11 pengujian instrumen yang dilakukan terhadap 65 responden memiliki nilai r tabel pada tingkat signifikansi 5% adalah 0,240. Artinya nilai item tiap variabel atau item-item pertanyaan yang ada dalam kuesioner variabel X4 akan dinyatakan valid jika nilai korelasi (*Corrected item total correlation/ Pearson Correlation*) lebih besar dari nilai r tabel.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa instrumen variabel X4 (Jaminan) sebanyak 5 pertanyaan diperoleh 5 item valid.

Tabel 4.12 Validitas Variabel X5 (Empati)

soal	Pearson Correlation	r Tabel	Ket.
Item17	,738**	0,227	Valid
Item18	,880**	0,227	Valid
Item19	,867**	0,227	Valid
Item20	,743*	0,227	Valid
itemtotal	1	0,227	Valid

Sumber: Data diolah SPSS v.22

Dari tabel 4.12 pengujian instrumen yang dilakukan terhadap 65 responden memiliki nilai r tabel pada tingkat signifikansi 5% adalah 0,240. Artinya nilai item tiap variabel atau item-item pertanyaan yang ada dalam kuesioner variabel X5 akan dinyatakan valid jika nilai korelasi (*Corrected item total correlation/ Pearson Correlation*) lebih besar dari nilai r tabel.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa instrumen variabel X5 (Empati) sebanyak 4 pertanyaan diperoleh 4 item valid.

Interprestasi Hasil Penelitian

1. Hasil analisis normalitas data variabel X1 (Bukti Fisik), X2 (Keandalan), X3 (Daya Tanggap), X4 (Jaminan), X5 (Empati) dan Kepuasan Konsumen (Y) berdistribusi secara normal, yaitu bisa ditunjukkan

dengan nilai signifikansi (Asymp Sig) untuk variabel X1 sebesar 0,095; X2 sebesar 0,153; X3 sebesar 0,100; X4 sebesar 0,187; X5 sebesar 0,071; dan Y sebesar 0,085;. Karena signifikansi (Asymp Sig) > 0,05, maka Ho diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa distribusi X1 (Bukti Fisik), X2 (Keandalan), X3 (Daya Tanggap), X4 (Jaminan), X5 (Empati) dan Kepuasan Konsumen (Y) berdistribusi secara normal.

2. Hasil analisis linieritas data variabel X1 (Bukti Fisik), X2 (Keandalan), X3 (Daya Tanggap), X4 (Jaminan), dan X5 (Empati) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) memiliki hubungan yang linier, hal ini dapat dibuktikan dengan “Anova Table” yaitu bahwa nilai Sig. Deviation From Linearity untuk variabel X1 sebesar 0,140; X2 sebesar 0,222; X3 sebesar 0,207; X4 sebesar 0,183; X5 sebesar 0,247. Karena nilai sig. (Deviation From Linearity) > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Terdapat hubungan linier antara variabel X1 (Bukti Fisik), X2 (Keandalan), X3 (Daya Tanggap), X4 (Jaminan), dan X5 (Empati) dengan variabel Kepuasan Konsumen (Y) di KSU BIS Bancar.

3. Adanya pengaruh secara parsial antara Bukti Fisik (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Di Koperasi Barokah Mulia Abadi Tambakboyo – Tuban adalah terbukti, hal tersebut ditunjukkan oleh pengaruh variabel Bukti Fisik (X1) memiliki koefisiensi regresi sebesar 0,712 (bertanda positif) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y), dimana nilai determinasi (R^2) sebesar 0,507 ini membuktikan bahwa pengaruh Bukti Fisik (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 50,7% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang lain. Sedangkan nilai t didalam coefficiense menunjukkan bahwa Bukti Fisik (X1) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dibuktikan X1 terhadap Y dengan nilai thitung > ttabel ($8,052 > 1,998$) dan signifikansi < 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka Ho ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Bukti Fisik berpengaruh terhadap Kepuasan

- Konsumen di KSU BIS Bancar.
4. Adanya pengaruh secara parsial antara Keandalan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Di KSU BIS Bancar adalah terbukti, hal tersebut ditunjukkan oleh pengaruh variabel Keandalan (X2) memiliki koefisiensi regresi sebesar 0,742 (bertanda positif) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y), dimana nilai determinasi (R^2) sebesar 0,550 ini membuktikan bahwa pengaruh Keandalan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 55,0% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang lain. Sedangkan nilai t didalam *coefficiense* menunjukkan bahwa Keandalan (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dibuktikan X2 terhadap Y dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,780 > 1,998$) dan signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Keandalan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di KSU BIS Bancar.
 5. Adanya pengaruh secara parsial antara Daya Tanggap (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di KSU BIS Bancar adalah terbukti, hal tersebut ditunjukkan oleh pengaruh variabel Daya Tanggap (X3) memiliki koefisiensi regresi sebesar 0,790 (bertanda positif) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y), dimana nilai determinasi (R^2) sebesar 0,624 ini membuktikan bahwa pengaruh Daya Tanggap (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 62,4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang lain. Sedangkan nilai t didalam *coefficiense* menunjukkan bahwa Daya Tanggap (X3) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dibuktikan X3 terhadap Y dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10,231 > 1,998$) dan signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Daya Tanggap berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di KSU BIS Bancar.
 6. Adanya pengaruh secara parsial antara Jaminan (X4) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di KSU BIS Bancar adalah terbukti, hal tersebut ditunjukkan oleh pengaruh variabel Jaminan (X4) memiliki koefisiensi regresi sebesar 0,767 (bertanda positif) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y), dimana nilai determinasi (R^2) sebesar 0,588 ini membuktikan bahwa pengaruh Jaminan (X4) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 58,8% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang lain. Sedangkan nilai t didalam *coefficiense* menunjukkan bahwa Jaminan (X4) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dibuktikan X4 terhadap Y dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,474 > 1,998$) dan signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Jaminan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di KSU BIS Bancar.
 7. Adanya pengaruh secara parsial antara Empati (X5) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di KSU BIS Bancar adalah terbukti, hal tersebut ditunjukkan oleh pengaruh variabel Empati (X5) memiliki koefisiensi regresi sebesar 0,532 (bertanda positif) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y), dimana nilai determinasi (R^2) sebesar 0,283 ini membuktikan bahwa pengaruh Empati (X5) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 28,3% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang lain. Sedangkan nilai t didalam *coefficiense* menunjukkan bahwa Empati (X5) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dibuktikan X5 terhadap Y dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,984 > 1,998$) dan signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Empati berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di KSU BIS Bancar.
 8. Adanya pengaruh secara simultan antara variabel X1 (Bukti Fisik), X2 (Keandalan), X3 (Daya Tanggap), X4 (Jaminan), dan X5 (Empati) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) di Di KSU BIS Bancar

adalah terbukti, hal tersebut ditunjukkan oleh pengaruh variabel X1 (Bukti Fisik), X2 (Keandalan), X3 (Daya Tanggap), X4 (Jaminan), dan X5 (Empati) memiliki koefisiensi regresi sebesar 0,954 (bertanda positif) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y), dimana nilai determinasi (R^2) sebesar 0,910 ini membuktikan bahwa pengaruh variabel X1 (Bukti Fisik), X2 (Keandalan), X3 (Daya Tanggap), X4 (Jaminan), dan X5 (Empati) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 91,0% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang lain. Sedangkan nilai t didalam coefficient menunjukkan bahwa variabel X1 (Bukti Fisik), X2 (Keandalan), X3 (Daya Tanggap), dan X5 (Empati) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) dibuktikan X1 terhadap Y dengan nilai thitung > ttabel (5,804 > 2,001) dan signifikansi < 0,05 (0,000 < 0,05) maka H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Bukti Fisik berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen; X2 terhadap Y dengan nilai thitung > ttabel (6,833 > 2,001) dan signifikansi < 0,05 (0,000 < 0,05) maka H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Keandalan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen; X3 terhadap Y dengan nilai thitung > ttabel (5,063 > 2,001) dan signifikansi < 0,05 (0,000 < 0,05) maka H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Daya Tanggap berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen; X4 terhadap Y dengan nilai thitung > ttabel (3,185 > 2,001) dan signifikansi < 0,05 (0,002 < 0,05) maka H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Jaminan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen; X5 terhadap Y dengan nilai thitung > ttabel (4,206 > 2,001) dan signifikansi < 0,05 (0,000 < 0,05), maka H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Empati berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Koperasi Barokah Mulia

Abadi Tambakboyo – Tuban.

9. Dari uraian tersebut di atas menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini telah dibuktikan oleh peneliti terdahulu yaitu Naomi Rentha Uli Silaban (2015) dalam jurnalnya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Koperasi Simpan Pinjam Rentha Jaya Purwakarta" hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diacukan seluruhnya memperoleh dukungan yaitu 1) kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KSP Rentha Jaya Purwakarta dengan kontribusi yang diberikan sebesar 29,1%, 2) kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan KSP Rentha Jaya Purwakarta dengan kontribusi yang diberikan sebesar 58,2%, sedangkan 41,8% lainnya merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti. Dan didukung pula oleh penelitian yang dilakukan Alifian Amanullah (2012) tentang "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di BKK Klaten", dengan metode kuesioner yang disebar kepada 100 responden PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *accidental sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda, diperoleh hasil bahwa dimensi kualitas layanan yang meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Maka dari hal itu diajukan hipotesis bahwa ada pengaruh signifikan secara parsial antara dimensi *responsiveness* (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y).

KESIMPULAN

Setelah dilakukan pembahasan hasil penelitian seperti yang telah dikemukakan

pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Kualitas pelayanan berdasarkan dimensi bukti fisik (*Tangibel*) (X1), secara parsial terbukti berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena memiliki koefisien regresi sebesar 0,712 (bertanda positif) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) dan nilai t hitung > t tabel ($8,052 > 1,998$) dan signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa bukti fisik secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y).
2. Kualitas pelayanan berdasarkan dimensi kehandalan (*Reliability*) (X2), secara parsial terbukti berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena memiliki koefisien regresi sebesar 0,742 (bertanda positif) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) dan nilai thitung > ttabel ($8,780 > 1,998$) dan signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$). maka H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kehandalan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y).
3. Kualitas pelayanan berdasarkan dimensi daya tanggap (*Responsiveness*) (X3), secara parsial terbukti berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena memiliki koefisien regresi sebesar 0,790 (bertanda positif) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) dan nilai thitung > ttabel ($10,231 > 1,998$) dan signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa daya tanggap secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y).
4. Kualitas pelayanan berdasarkan dimensi jaminan (*Assurance*) (X4), secara parsial terbukti berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena memiliki koefisien regresi sebesar 0,767 (bertanda positif) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) dan nilai thitung > ttabel ($9,474 > 1,998$) dan signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa jaminan

secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y).

5. Kualitas pelayanan berdasarkan dimensi empati (*Emphaty*) (X1), secara parsial terbukti berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena memiliki koefisien regresi sebesar 0,532 (bertanda positif) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) dan nilai thitung > ttabel ($4,984 > 1,998$) dan signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa empati secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y).
6. Dimensi kualitas pelayanan berdasarkan bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena Nilai R Square (R^2) atau kuadrat R nilainya sebesar 0,910 ini membuktikan bahwa pengaruh variabel X1 (Bukti Fisik), X2 (Keandalan), X3 (Daya Tanggap), X4 (Jaminan), dan X5 (Empati) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 91,0% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang lain.

Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa lima variable yang terkait kualitas pelayanan tersebut terbukti berpengaruh positif secara parsial dan simultan dengan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Barnes. James G. 2009. *Secrets of customer relationship management (Rahasia manajemen hubungan pelanggan)*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- [2] DRS. M. Mursid. @2003. *Managemen Pemasaran*. Edisi Satu jilid 3. Jakarta: Bumi Aksara.
- [3] [Http://ciputrauceo.net/blog/2016/2/18/kualitas-pelayanan-dimensi-dan-cara-mengukurnya](http://ciputrauceo.net/blog/2016/2/18/kualitas-pelayanan-dimensi-dan-cara-mengukurnya) pada tanggal 21 Februari 2018 pada jam 12.12 WIB .
- [4] Jurnal administrasi Bisnis (2015), Vol.11, No.1: hal. 61-83, (ISSN: 02164249)

- @2015 Center for Business Studies. F
ISIP-Unpar.
- [5] Koestanto, Yunit. 2014. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bank jatim cabang klampis Surabaya*. Jurnal Hmu & Riset Managemen. Surabaya: STIESIA.
- [6] Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: STMG Desa Putra. Yogyakarta: Unit Penerbitan dan Percetakan.
- [7] Mardalis. 1995. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- [8] Munhurrun,et,al, (2010). Service Quality In The Public Service. *International Journal Of Management and Marketing Research* Vol.3 No. 1

