



**HUBUNGAN KUALITAS JASA PELAYANAN SIMPAN PINJAM TERHADAP  
KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI KREDIT SEJAHTERA  
(STUDI KASUS KOPERASI KREDIT SEJAHTERA CIBINONG)**

Skripsi

Dibuat Oleh:

Nurul Anisa

021114021

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR**

**AGUSTUS 2018**

**HUBUNGAN KUALITAS JASA PELAYANAN SIMPAN PINJAM TERHADAP  
KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI KREDIT SEJAHTERA  
(STUDI KASUS KOPERASI KREDIT SEJAHTERA CIBINONG)**

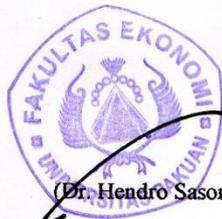
Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan  
Bogor

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi,

Ketua Program Studi



(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA.)

(Tutus Rully, SE., MM)

**HUBUNGAN KUALITAS JASA PELAYANAN SIMPAN PINJAM TERHADAP  
KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI KREDIT SEJAHTERA  
(STUDI KASUS KOPERASI KREDIT SEJAHTERA CIBINONG)**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus

Pada Hari : Selasa Tanggal 17 Juli 2018

Nurul Anisa

021114021

Menyetujui,  
Dosen Penilai



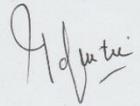
(Hj. Dra. Sri Hartini, M.M)

Ketua Komisi Pembimbing



(Oktorini Kiswati Zaini, S.E., M.M)

Anggota Komisi Pembimbing



(Dra. Sri Pudjawati, M.M)

## ABSTRAK

Nurul Anisa 021114021, manajemen pemasaran “Hubungan Kualitas Jasa Pelayanan Simpan Pinjam Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Kredit Sejahtera (Studi Kasus Koperasi Kredit Sejahtera Cibinong)” dibawah bimbingan Oktorik Kiswati Zaini dan Sri Pudjawati, 2018.

Pada era globalisasi persaingan menjadi semakin ketat, untuk memenangkan persaingan Koperasi Kredit Sejahtera harus memberikan kualitas jasa pelayanan, walaupun jumlah anggota meningkat setiap tahunnya tetapi jumlah pinjaman mengalami fluktuasi serta banyaknya anggota keluar dan masing-masing ada keluhan dari anggota. Hal ini menunjukkan koperasi harus meningkatkan kualitas pelayanan, karena kualitas pelayanan berdampak pada kepuasan anggota.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas jasa pelayanan simpan pinjam di Koperasi Kredit Sejahtera, untuk mengetahui kepuasan anggota koperasi simpan pinjam di Koperasi Kredit Sejahtera dan untuk mengetahui kualitas jasa pelayanan koperasi simpan pinjam terhadap kepuasan anggota Koperasi Kredit Sejahtera.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian verifikatif dengan metode penelitian explanatory survey. Metode penarikan sampel penelitian yang digunakan adalah metode penarikan sampel tidak berpeluang (nonprobability sampling) dengan jumlah sampel 100 responden. Metode analisis yang digunakan sebagai analisis adalah korelasi rank Spearman, koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS 23.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat hubungan yang kuat antara hubungan kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai koefisien korelasi diperoleh 0,711 artinya bahwa jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan pelanggan meningkat. Sedangkan koefisien determinasi diperoleh sebesar 80,2% artinya kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan pelanggan memberikan kontribusi sebesar 80,2%, sedangkan sisanya sebesar 19,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Dari 5 indikator yang memiliki hubungan yang paling tinggi adalah indikator bukti fisik karena nilai koefisien korelasi dan koefisien determinasinya paling tinggi, sedangkan yang memiliki hubungan yang terendah adalah indikator jaminan.

**Kata Kunci:** Kualitas Jasa Pelayanan, Kepuasan Anggota

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan anugerah-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Hubungan Kualitas Jasa Pelayanan Simpan Pinjam Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Kredit Sejahtera (Studi Kasus Koperasi Kredit Sejahtera)”.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis berusaha semaksimal mungkin untuk dapat mencapai hasil yang baik sehingga mudah dipahami dan dapat dimengerti oleh pembaca dengan apa yang disajikan penulisan skripsi dengan harapan akan dapat menambah pengetahuan bagi pembaca. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua yaitu Bapak Suharto dan Ibu Robingah, serta kakak tercinta yaitu Siti Nurhayati, Spd yang telah senantiasa memberikan doa, semangat serta dukungan secara moral maupun material selama ini.
2. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor
3. Ibu Tutus Rully, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor
4. Ibu Yudhia Mulya, S.E., M.M selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
5. Ibu Octori Kiswati Zaini, S.E., M.M selaku Ketua Pembimbing dan Ibu Dra. Sri Pudjawati, M.M selaku Anggota Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan arahan, masukan, saran dan motivasi kepada penulis.
6. Seluruh dosen yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan ilmunya, Staf Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
7. Para pengurus dan manajemen Koperasi Kredit Sejahtera yang telah membantu dalam memberikan masukan dan saran.
8. Semua teman-teman angkatan 2014 seluruh teman-teman kelas A Manajemen. Serta sahabat saya diantaranya Alletta Adzanni, Ade Resti Wulandari, Dina

Agnes Wijaya, Febrina Tresna Fitria, Kadita Ardiani, Budi Setiawan,  
Muhamad Al Fani dan untuk seluruh teman-teman seperjuangan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini dan masih jauh dari kesempurnaan. Walaupun demikian halnya, penulis berharap semoga penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Bogor, Agustus 2018

Nurul Anisa

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	8
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	8
1.2.2 Perumusan Masalah .....	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	8
1.3.1 Maksud Penelitian.....	8
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1. Secara Teoritis.....	9
1.4.2. Secara Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Pemasaran.....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.1.2 Konsep Pemasaran .....	11
2.1.3 Bauran Pemasaran .....	11
2.2 Jasa .....	13
2.2.1. Pengertian Jasa .....	13
2.2.2. Bauran Pemasaran Jasa .....	14
2.2.3. Karakteristik Jasa .....	15
2.2.4. Klasifikasi Jasa .....	16
2.3 Kualitas Pelayanan .....	18
2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	18
2.3.2. Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan.....	19

2.3.3. Dimensi Kualitas .....	21
2.3.4. Analisis Kesenjangan Kualitas Jasa .....	22
2.4 Kepuasan Pelanggan.....	24
2.4.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	24
2.4.2. Konsep Kepuasan Pelanggan .....	25
2.4.3. Faktor-Faktor Yang Mendorong Kepuasan Pelanggan .....	26
2.4.4. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	28
2.5 Penelitian Sebelumnya .....	30
2.6 Kerangka Pemikiran dan Kerangka Konstelasi.....	33
2.6.1 Kerangka Pemikiran .....	33
2.6.2 Kerangka Konstelasi .....	35
2.7 Hipotesis Penelitian .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	36
3.2. Objek Penelitian, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian .....	36
3.2.1. Objek Penelitian .....	36
3.2.2. Unit Analisis.....	36
3.2.3. Lokasi Penelitian .....	36
3.3. Jenis Dan Sumber Data Penelitian .....	36
3.4. Operasionalisasi Variabel .....	37
3.5. Metode Penarikan Sampel.....	38
3.6. Metode Pengumpulan Data .....	39
3.7. Metode Pengolahan/Analisis Data .....	40
3.7.1. Uji Instrumen .....	40
3.7.2. Metode Analisis Data.....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
4.1. Hasil Penelitian.....	44
4.1.1. Sejarah Perusahaan.....	44
4.1.2. Kegiatan Usaha .....	44
4.1.3. Visi, Misi Dan Tujuan.....	44
4.1.4. Struktur Organisasi .....	45
4.2. Analisis Data .....	46
4.2.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	43
4.2.2. Karakteristik Responden .....	49
4.3.3. Analisis Deskriptif.....	52
4.3. Pembahasan .....	53

4.3.1. Kualitas Jasa Pelayanan Yang Diberikan Koperasi Kredit Sejahtera.....	53
4.3.2. Kepuasan Anggota Atas Pelayanan Pada Koperasi Kredit Sejahtera.....	70
4.3.3. Hubungan Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Kredit Sejahtera .....	88
4.4. Inerprestasi Hasil Penelitian .....	93
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>95</b>
5.1. Simpulan.....	95
5.2. Saran .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah Anggota Koperasi Kredit Sejahtera Dan KSP Putra Setia.....	2
Tabel 2 Jumlah Debitur Pada Koperasi Kredit Sejahtera dan KSP Putra Setia Tahun 2013 Sampai Tahun 2017 .....	4
Tabel 3 Jumlah Anggota Keluar Koperasi Kredit Sejahtera Tahun 2015 sampai Tahun 2017 .....	5
Tabel 4 Jasa Pinjaman Yang Berada Di Koperasi Kredit Sejahtera .....	6
Tabel 5 Keluhan Anggota Koperasi Kredit Sejahtera.....	7
Tabel 6 Penelitian Sebelumnya.....	30
Tabel 7 Operasionalisasi Variabel .....	37
Tabel 8 Skala Likert Pada Pertanyaan Tertutup.....	40
Tabel 9 Kriteria Tanggapan Responden.....	42
Tabel 10 Pedoman Untuk Interpretasi Koefisian Kolerasi .....	42
Tabel 11 Hasil Uji Validitas Kualitas Jasa Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan.....	47
Tabel 12 Hasil Reliabilitas Kualitas Jasa Pelayanan.....	48
Tabel 13 Hasil Reliabilitas Kepuasan Pelanggan.....	49
Tabel 14 Jenis Kelamin Responden .....	49
Tabel 15 Usia Responden.....	50
Tabel 16 Pekerjaan Responden .....	50
Tabel 17 Pendidikan Responden .....	51
Tabel 18 Lamanya Menjadi Anggota Koperasi Kredit Sejahtera .....	51
Tabel 19 Kriteria Tanggapan Responden.....	52
Tabel 20 Manajemen KKS Mencatat Transaksi Dengan Benar .....	53
Tabel 21 Manajemen KKS Melayani Anggota Dengan Tepat Waktu.....	54
Tabel 22 Manajemen KKS Dalam Melayani Tidak Membedakan Anggota Yang Datang .....	54
Tabel 23 Manajemen KKS Memberikan Pelayanan Secara Profesional Kepada Anggota.....	55
Tabel 24 Manajemen KKS Mampu Memberikan Informasi Tentang Layanan	

Dengan Jelas Dan Tepat .....	56
Tabel 25 Manajemen KKS Lancar Dalam Komunikasi Dengan Anggota .....	56
Tabel 26 Manajemen KKS Dapat Menjawab Setiap Pertanyaan Anggota Mengenai Simpan Pinjam.....	57
Tabel 27 Manajemen KKS Cepat Memberikan Solusi Atas Keluhan Dari Anggota.....	58
Tabel 28 Manajemen KKS Memberikan Jaminan Keamanan Dalam Penyimpanan Dana .....	59
Tabel 29 Manajemen KKS Menjamin Kerahasiaan Keuangan Anggota.....	59
Tabel 30 Manajemen KKS Memberikan Rasa Aman Kepada Anggota Dalam Melakukan Transaksi .....	60
Tabel 31 Manajemen KKS Mampu Memahami Kondisi Keuangan Anggota	61
Tabel 32 Manajemen KKS Mampu Menanamkan Kepercayaan Kepada Anggota .....	61
Tabel 33 Manajemen KKS Mampu Memahami Keinginan Anggota.....	62
Tabel 34 Manajemen KKS Mampu Memahami Kebutuhan Anggota.....	63
Tabel 35 Anggota Merasa Diperlakukan Dengan Baik Oleh Manajemen KKS Pada Saat Melakukan Transaksi .....	63
Tabel 36 KKS Mempunyai Tempat Parkir Yang Memadai .....	64
Tabel 37 KKS Menempati Lokasi Yang Strategis Dan Mudah Dijangkau .....	65
Tabel 38 Gedung KKS Bersih Dan Nyaman .....	65
Tabel 39 Manajemen KKS Berpenampilan Rapih.....	66
Tabel 40 Hasil Rata-Rata Tanggapan Pelanggan Terhadap Kinerja Kualitas Jasa Pelayanan Pada Koperasi Kredit Sejahtera .....	67
Tabel 41 Hasil Keseluruhan Indikator Pada Variabel Kualitas Jasa Pelayanan .....	69
Tabel 42 Manajemen KKS Mencatat Transaksi Dengan Benar .....	70
Tabel 43 Manajemen KKS Melayani Anggota Dengan Tepat Waktu.....	71
Tabel 44 Manajemen KKS Dalam Melayani Tidak Membedakan Anggota Dengan Yang Datang .....	71
Tabel 45 Manajemen KKS Memberikan Pelayanan Secara Profesional	

Kepada Anggota .....	72
Tabel 46 Manajemen KKS Mampu Memberikan Informasi Tentang Layanan Dengan Jelas Dan Tepat.....	73
Tabel 47 Manajemen KKS Lancar Dalam Komunikasi Dengan Anggota .....	73
Tabel 48 Manajemen KKS Dapat Menjawab Setiap Pertanyaan Anggota Mengenai Simpan Pinjam .....	74
Tabel 49 Manajemen KKS Cepat Memberikan Solusi Atas Keluhan Dari Anggota.....	75
Tabel 50 Manajemen KKS Memberikan Jaminan Keamanan Dalam Penyimpanan Dana .....	76
Tabel 51 Manajemen KKS Menjamin Kerahasiaan Keuangan Anggota.....	77
Tabel 52 Manajemen KKS Memberikan Rasa Aman Kepada Anggota Dalam Melakukan Transaksi .....	77
Tabel 53 Manajemen KKS Mampu Memahami Kondisi Keuangan Anggota	78
Tabel 54 Manajemen KKS Mampu Menanamkan Kepercayaan Kepada Anggota.....	79
Tabel 55 Manajemen KKS Mampu Memahami Keinginan Anggota.....	80
Tabel 56 Manajemen KKS Mampu Memahami Kebutuhan Anggota.....	80
Tabel 57 Anggota Merasa Diperlakukan Dengan Baik Oleh Manajemen KKS Pada Saat Melakukan Transaksi .....	81
Tabel 58 KKS Mempunyai Tempat Parkir Yang Memadai .....	82
Tabel 59 KKS Menempati Lokasi Yang Strategis Dan Mudah Dijangkau .....	82
Tabel 60 Gedung KKS Bersih Dan Nyaman .....	83
Tabel 61 Manajemen KKS Berpenampilan Rapih.....	84
Tabel 62 Hasil Rata-Rata Tanggapan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Koperasi Kredit Sejahtera.....	85
Tabel 63 Hasil Keseluruhan Indikator Pada Variabel Kepuasan Pelanggan ...	87
Tabel 64 Koefisien Kolerasi Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	88
Tabel 65 Hasil Koefisien Determinasi .....	89
Tabel 66 Koefisien Kolerasi Rank Spearman Reliabilitas Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Kredit Sejahtera.....	89

Tabel 67 Koefisien Kolerasi Rank Spearman Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Kredit Sejahtera .....	90
Tabel 68 Koefisien Kolerasi Rank Spearman Jaminan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Kredit Sejahtera .....	91
Tabel 69 Koefisien Kolerasi Rank Spearman Empati Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Kredit Sejahtera .....	91
Tabel 70 Koefisien Kolerasi Rank Spearman Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Kredit Sejahtera .....	92
Tabel 71 Hasil Koefisien Rank Spearman Kepuasan Anggota Di Koperasi Kredit Sejahtera .....	92

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Grafik Jumlah Anggotas Koperasi Kredit Sejahtera Dan KSP Putra Setia .....	3
Gambar 2 Grafik Jumlah Pinjaman Koperasi Kredit Sejahtera Tahun 2013 Samapai Tahun 2017 .....	4
Gambar 3 Jumlah Anggota Keluar Koperasi Kredit Sejahtera Tahun 2015 Sampai Tahun 2017 .....	5
Gambar 4 Analisis Lima Kesenjangan .....	23
Gambar 5 Konsep Kepuasan Pelanggan .....	26
Gambar 6 Konstelasi Penelitian .....	35
Gambar 7 Struktur Organisasi Koperasi Kredit Sejahtera .....	45

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Coding Kualitas Jasa Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan

Lampiran 3 Uji Validitas Dan Reliabilitas Kualitas Jasa Pelayanan Dan  
Kepuasan Pelanggan

Lampiran 4 Hasil Koefisien Kolerasi Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap  
Kepuasan Pelanggan

Lampiran 5 Hasil Koefisien Determinasi

Lampiran 6 Hasil Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati Dan Bukti  
Fisik Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Kredit Sejahtera

Lampiran 7 Surat Riset

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi persaingan menjadi semakin ketat, untuk memenangkan persaingan Koperasi Kredit Sejahtera harus memberikan kualitas jasa pelayanan agar jumlah pinjaman dan jumlah anggota koperasi meningkat, serta menurunkan keluhan-keluhan. Hal ini menunjukkan koperasi harus meningkatkan kualitas pelayanan, karena kualitas pelayanan berdampak pada kepuasan anggota.

Koperasi merupakan badan usaha yang mengorganisir pemanfaatan dan pendayagunaan sumber daya ekonomi anggota dengan dasar prinsip koperasi. Prinsip koperasi terdiri dari atas kemandirian, anggota bersifat terbuka, pengolahan dilakukan demokratis. Koperasi dibentuk berdasarkan kaidah usaha ekonomi untuk meningkatkan taraf hidup anggota (Johan Arifin 2009:2). Fungsi koperasi yaitu mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota dan masyarakat, mengembangkan perekonomian nasional dan memperkuat perekonomian rakyat. Sedangkan tujuan dari koperasi yaitu memajukan kesejahteraan anggota koperasi dan masyarakat, turut serta dalam membangun tatanan perekonomian nasional, untuk kemakmuran masyarakat yang adil dan maju dengan tetap berlandaskan pada Pancasila dan UUD 1945.

Koperasi harus memastikan kualitas jasa yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, namun untuk memahami bagaimana mengevaluasi kualitas jasa yang diterima oleh konsumen tidaklah mudah.

Menurut Kotler (2012:49) mengemukakan bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan menurut Tjiptono (2010:24) yang mengatakan bahwa Kualitas Jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

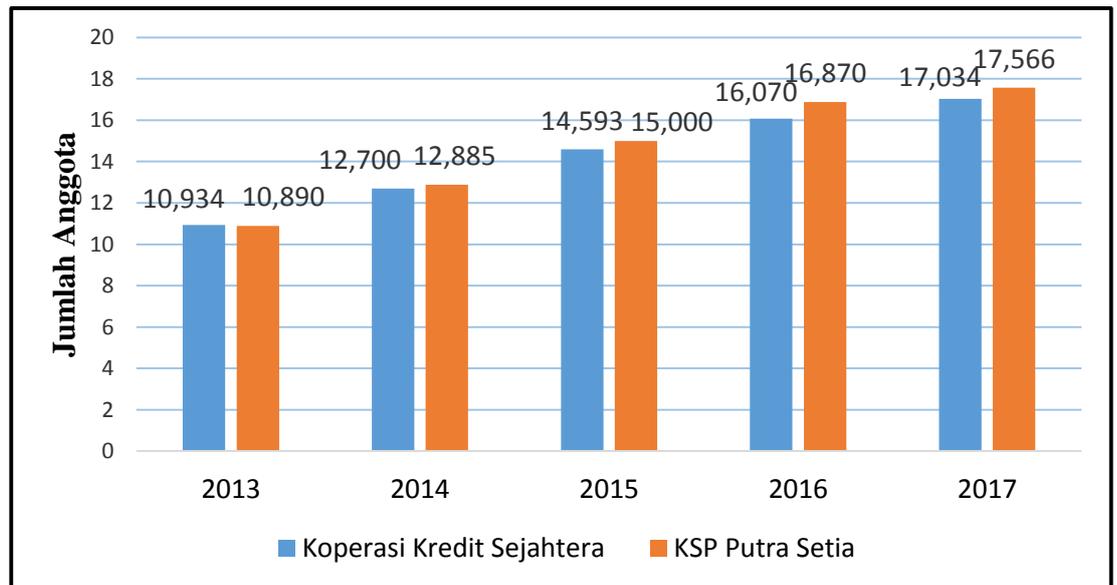
Koperasi Kredit Sejahtera berada di daerah Cibinong, jasa pelayanan yang diberikan Koperasi Kredit Sejahtera yaitu: 1) Pinjaman yang terbagi menjadi 8: Pinjaman Produktif, Pinjaman Rumah Tangga, Pinjaman Kesehatan, Pinjaman Pendidikan, Pinjaman Perayaan, Pinjaman Kendaraan, Pinjaman Perumahan, Pinjaman Wisata. 2) pendidikan dan pelatihan untuk anggota KKS yang terbagi menjadi 5: Pelatihan Manajemen Keuangan Keluarga (MKK), Pelatihan Pinjaman Untuk Kesejahteraan (PUTERA), Pelatihan Menjadi Anggota Sejati (MAS), Pendidikan Dasar Manajemen Kopdit (PDMK),

Pelatihan Kewirausahaan. 3) Santunan Duka Cita yang dibagi menjadi 2: Deperma (yang dikelola oleh Induk Koperasi Sejahtera Kredit (INKOPDIT)) dan Dari Koperasi Kredit Sejahtera. Berikut ini jumlah anggota Koperasi Kredit Sejahtera dan KSP Putra Setia.

Tabel 1  
Jumlah Anggota Koperasi Kredit Sejahtera dan KSP Putra Setia  
Tahun 2013-Tahun 2017

No	Koperasi Kredit Sejahtera			KSP Putra Setia		
	Tahun	Jumlah (Ribuan)	(%)	Tahun	Jumlah (Ribuan)	(%)
1	2013	10.934	-	2013	10.890	-
2	2014	12.700	1,16	2014	12.885	1,18
3	2015	14.593	1,15	2015	15.000	1,16
4	2016	16.070	1,10	2016	16.870	1,12
5	2017	17.034	1,06	2017	17.566	1,04

Sumber Data Koperasi Kredit Sejahtera dan KSP Putra Setia 2018



Sumber Data Koperasi Kredit Sejahtera dan KSP Putra Setia, 2018

Gambar 1  
Grafik Jumlah Anggota Koperasi Kredit Sejahtera dan KSP Putra Setia  
Tahun 2013-2017

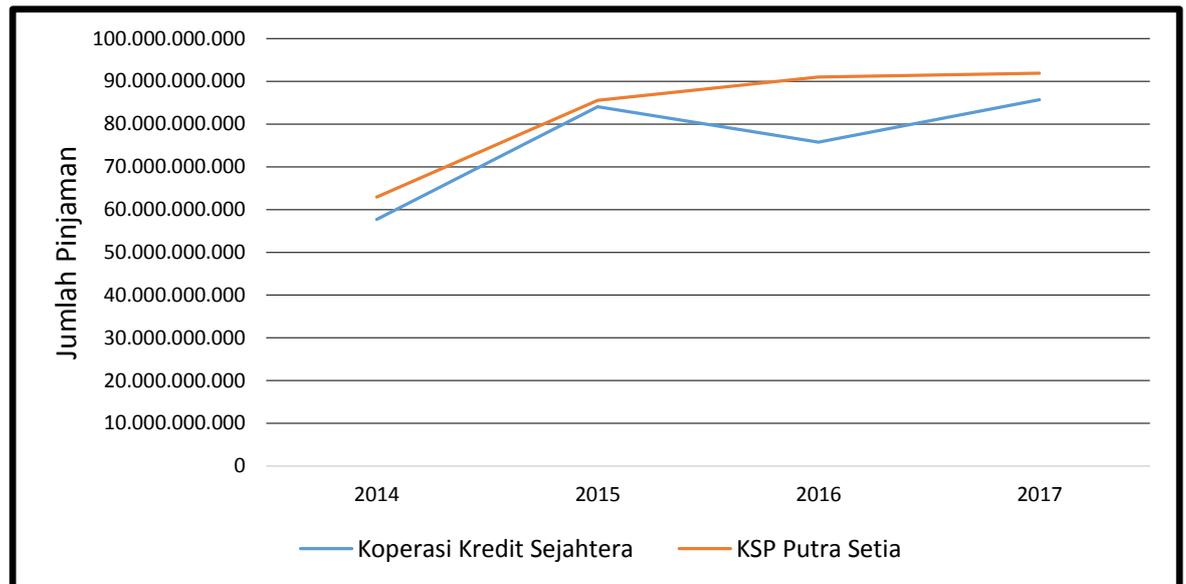
Dari tabel dan grafik di atas jumlah anggota Koperasi Kredit Sejahtera dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2017 mengalami kenaikan sedangkan jumlah

anggota KSP Putra Setia sebagai pesaing dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2017 juga mengalami peningkatan. Dapat dilihat dari jumlah anggota Koperasi Kredit Sejahtera pada tahun 2013 awalnya 10,934 namun mulai tahun 2014 sampai 2017 mengalami kenaikan jumlah anggota dan jumlah anggota pada tahun 2017 menjadi 17,034. Sedangkan jumlah anggota KSP Putra Setia pada tahun 2013 yang awalnya jumlah anggota lebih kecil dari Koperasi Kredit Sejahtera yaitu 10,890 namun pada tahun 2013 sampai 2017 jumlah anggotanya mengalami kenaikan dan jumlah anggota tahun 2017 menjadi 17,566 lebih tinggi dari koperasi kredit sejahtera. Dari jumlah anggota Koperasi Kredit Sejahtera pada tahun 2017 sebesar 17,034 terpaut 532 anggota dengan KSP Putra Setia sebesar 17,566. Walaupun jumlah anggota Koperasi Kredit Sejahtera semakin banyak setiap tahunnya tetapi faktanya jumlah pinjaman yang berada di Koperasi Kredit Sejahtera mengalami fluktuasi. Hal ini terlihat pada tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2  
Jumlah Debitur Pada Koperasi Kredit Sejahtera dan KSP Putra Setia  
Tahun 2013 Sampai Tahun 2017

No	Koperasi Kredit Sejahtera			KSP Putra Setia		
	Tahun	Jumlah Pinjaman Beredar (Rp)	Presentse (%)	Tahun	Jumlah Pinjaman Beredar (Rp)	Presentase (%)
1	2013	38.805.660.052	-	2013	35.449.100.000	-
2	2014	57.700.032.993	1,48	2014	62.918.269.008	1,77
3	2015	84.054.716.259	1,46	2015	85.558.497.619	1,35
4	2016	75.760.174.048	-0,90	2016	90.985.867.187	1,06
5	2017	85.682.207.700	1,30	2017	92.891.271.500	1,02

Sumber Data Koperasi Kredit Sejahtera Dan KSP Putra Setia 2018.



Sumber Data Koperasi Kredit Sejahtera dan KSP Putra Setia 2018.

Gambar 2

Grafik Jumlah Pinjaman Koperasi Kredit Sejahtera dan KSP Putra Setia Tahun 2013 samapai Tahun 2017

Berdasarkan tabel dan grafik diatas dapat dilihat dari jumlah pinjaman Koperasi Kredit Sejahtera dari tahun 2013 sampai 2017 mengalami fluktuasi. Sedangkan jumlah pinjaman di KSP Putra Setia sebagai pesaing pada tahun 2013 yang awalnya lebih kecil dari Koperasi Kredit Sejahtera namun pada tahun 2014 sampai 2017 jumlah pinjaman mengalami kenaikan dan jumlah pendapatan tahun 2017 menjadi 92,891,271,500.

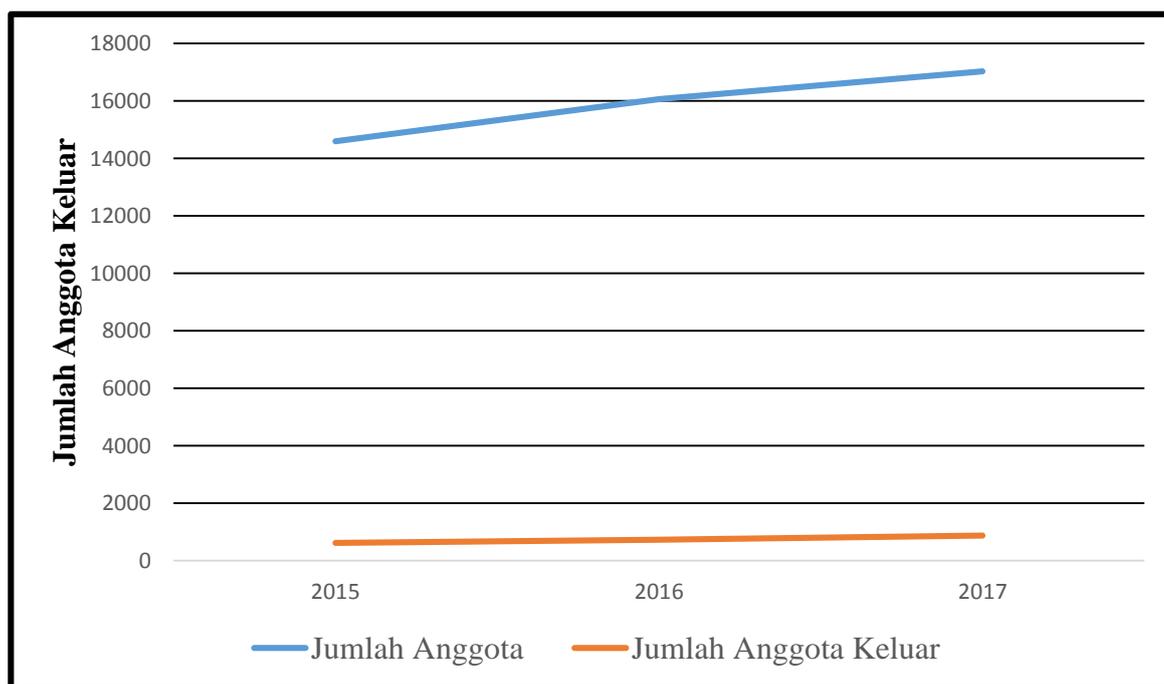
Adapun jumlah pendapatan yang berada di Koperasi Kredit Sejahtera dan KSP Putra Setia pada tahun 2013 sampai tahun 2017 sebagai berikut:

Tabel 3

Jumlah Anggota Keluar Koperasi Kredit Sejahtera Tahun 2015-2017

No	Tahun	Jumlah Anggota	Jumlah Anggota Keluar	Presentase (%)
1	2015	14.593	616	4,22
2	2016	16.070	729	4,53
3	2017	17.034	867	5,08

Sumber Data Koperasi Kredit Sejahtera, 2018.



Sumber Data Koperasi Kredit Sejahtera, 2018.

Gambar 3  
Jumlah Anggota Keluar Koperasi Kredit Sejahtera Pada Tahun 2015  
sampai 2017

Berdasarkan tabel dan grafik diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2015-2017 jumlah anggota setiap tahunnya meningkat, sedangkan pada tahun 2015-2017 banyaknya anggota keluar. Pada tahun 2015 jumlah anggota keluar sebesar 616 orang dengan presentase (4,22%), tahun 2016 anggota keluar sebesar 729 orang dengan presentase (4,53%), tahun 2017 anggota keluar sebesar 867 orang dengan presentase (5,08%). Dengan adanya yang anggota keluar dikarenakan adanya ketidak puasan anggota terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera, hal ini dibuktikan dengan adanya keluhan dari anggota.

Sedangkan jasa pinjaman yang berada di Koperasi Kredit Sejahtera sebagai berikut ini:

Tabel 4  
Jasa Pinjaman Yang Berada Di Koperasi Kredit Sejahtera

Pinjaman	Nominal	Bunga
Di Bawah Simpanan	≤50% Simp	1,58%
	>50%-90% Simp	1,48%
Di Atas Simpanan	< 50juta	2,25%
	≥ 50 s/d <100 juta	2,03%
	≥ 100 juta	1,8%
Pendidikan Promo	Bisa di atas / bawah simpanan	0,99%
Mobil	< 36 Bulan (12/18/24 bulan)	0,7%
	≥ 36 Bulan (Maks 60 bulan)	0,6%
Motor	12 bulan	1,27%
	18 bulan	1,26%
	24,30,36 bulan	1,25%

Sumber Data Koperasi Kredit Sejahtera Tahun 2018

Untuk anggota yang ingin meminjam apabila pinjaman yang anggota ajukan ternyata dibawah simpanan, diatas simpanan, pendidikan promo, serta untuk membeli mobil atau motor bisa menggunakan bunga yang dapat dilihat di tabel 4. Untuk cara pembayaran anggota bisa membayar atau mengangsur setiap bulannya dengan bunga yang sudah diketahui sebelumnya pada saat melakukan akad kredit.

Berikut ini adalah keluhan anggota yang ada di Koperasi Kredit Sejahtera:

Tabel 5  
Keluhan Anggota Koperasi Kredit Sejahtera

Keluhan	2015	2016	2017
Manajemen yang belum mampu melayani anggota dengan tepat waktu.	5	6	8
Lahan parkir yang kurang memadai.	5	7	8
Ketanggapan yang dimiliki petugas pelayanan termasuk melayani keluhan anggota	5	8	9
Pemahaman para petugas terhadap kebutuhan anggota	5	9	10
Total	20	30	35

Sumber: Koperasi Kredit Sejahtera (2018)

Dari data keluhan diatas yang menyatakan manajemen belum mampu melayani anggota dengan tepat waktu dari tahun 2015 sampai 2017 mengalami kenaikan, lahan parkir yang kurang memadai dari tahun 2015 sampai 2017 mengalami kenaikan, ketanggapan yang dimiliki petugas pelayanan termasuk melayani keluhan anggota dari anggota dari 2015 sampai 2017 mengalami kenaikan, pemahaman para petugas terhadap kebutuhan anggota dari 2015 sampai 2017 mengalami kenaikan.

Menurut Philip Kotler dan Keller (2009:138-139) Kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dari ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Menurut penelitian sebelumnya oleh Aprillia Fitriani (2013) kesimpulan dari analisis Spearman menunjukkan bahwa variabel Reliabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai kolerasi sebesar 0,239. Variabel Responsiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai kolerasi sebesar 0,254. Variabel Assurance berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai kolerasi sebesar 0,307. Variabel Empathy berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai kolerasi sebesar 0,353. Variabel Tangible berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai kolerasi sebesar 0,424. Hasil uji hipotesis dengan menggunakan *spearman* < 0,05 (lebih kecil) sehingga hipotesis  $H_0$  ditolak.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Hubungan Kualitas**

## **Jasa Pelayanan Simpan Pinjam Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Kredit Sejahtera (Studi Kasus Koperasi Kredit Sejahtera Cibinong)”.**

### **1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah**

#### 1.2.1. Identifikasi Masalah

Adapun indentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Walaupun jumlah anggota meningkat setiap tahunnya tetapi jumlah pinjaman mengalami fluktuasi dan banyaknya anggota keluar.
2. Selama 3 tahun terakhir jumlah keluhan di koperasi kredit sejahtera meningkat.

#### 1.2.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas jasa pelayanan simpan pinjam di Koperasi Kredit Sejahtera?
2. Bagaimana kepuasan anggota koperasi simpan pinjam di Koperasi Kredit Sejahtera?
3. Bagaimana hubungan kualitas jasa pelayanan koperasi simpan pinjam terhadap kepuasan anggota Koperasi Kredit Sejahtera?

### **1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### 1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk Kualitas Jasa Pealayan Simpan Pinjam Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Kredit Sejahtera.

#### 1.3.2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

1. Untuk mengetahui kualitas jasa pelayanan simpan pinjam di Koperasi Kredit Sejahtera.
2. Untuk mengetahui kepuasan anggota koperasi simpan pinjam di Koperasi Kredit Sejahtera.
3. Untuk mengetahui hubungan kualitas jasa pelayanan koperasi simpan pinjam terhadap kepuasan anggota Koperasi Kredit Sejahtera.

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

##### 1.4.1. Secara Teoritis.

Penelitian ini digunakan untuk menambah pengetahuan penulis dalam menerapkan ilmu yang diperoleh saat kuliah khususnya mengenai kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan anggota, serta data yang berada dilatar belakang peneliti peroleh dari koperasi kredit sejahtera dijadikan sebagai data untuk penelitian.

##### 1.4.2. Secara Praktis

Dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan mengembangkan usaha dan membatu dalam mengembangkan strategi untuk menghadapi persaingan serta dapat dijadikan bahan masukan untuk meningkatkan kinerjanya bagi pihak koperasi.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Pemasaran**

##### **2.1.1. Pengertian Pemasaran**

Secara formal atau informal, orang dan organisasi yang terlibat dalam sejumlah besar aktivitas dapat kita sebut pemasaran. Pemasaran yang baik telah menjadi elemen yang semakin vital untuk kesuksesan bisnis, pemasaran sangat mempengaruhi juga bagi kehidupan kita setiap hari. Pemasaran melekat pada setiap hal yang kita lakukan mulai dari pakaian yang kita pakai, situs internet yang kita kunjungi, hingga iklan yang kita lihat di televisi, brosur, majalah, koran, pamflet. Pemasaran yang baik bukan sebuah kebetulan, melainkan hasil dari perencanaan dan pelaksanaan yang cermat.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:6) pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain.

Menurut Kotler dan Keller (2009:5) Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Menurut Ali Hasan (2013:4) pemasaran adalah proses mengidentifikasi, menciptakan dan mengkomunikasikan nilai, serta memelihara hubungan yang memuaskan pelanggan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan.

Menurut Fandy Tjiptono (2008:7) pemasaran adalah suatu proses sosial manajerial dimana individu atau kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai dengan orang atau kelompok.

Menurut pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah faktor penting dalam mencapai kesuksesan perusahaan yang meliputi pengidentifikasian hingga pemenuhan kebutuhan manusia dan sosial. Untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

### **2.1.2. Konsep Pemasaran**

Konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan kepada pembeli/konsumen. Konsep itu perlu dilaksanakan karena dapat membuat barang yang mudah bagi pembeli/konsumen untuk penggunaannya dan mudah untuk pembeli/konsumen untuk pembeliaannya. Berikut konsep pemasaran menurut beberapa ahli:

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:12) Marketing concept menyatakan bahwa pencapaian tujuan organisasi tergantung pada pengetahuan akan kebutuhan dan keinginan target pasar dan memberikan kepuasan yang diinginkan dengan lebih baik dari pada pesaing. Berdasarkan konsep ini fokus dan nilai pelanggan adalah jalan menuju penjualan dan keuntungan.

Menurut Kotler dan Keller (2009:20) konsep pemasaran beranggapan bahwa kunci untuk tujuan organisasi adalah lebih efektif dari pada pesaing dalam menciptakan, mengantarkan, mengkomunikasikan nilai pelanggan yang lebih baik kepada pasar sasaran yang dipilih.

Menurut Assauri (2010:77) konsep pemasaran merupakan orientasi manajemen yang menekankan bahwa kunci pencapaian tujuan organisasi terdiri dari kemampuan perusahaan atau organisasi menentukan kebutuhan dan keinginan pasar yang dituju (sasaran) dan kemampuan perusahaan atau organisasi tersebut dalam memenuhinya dengan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dari para pesaing.

Menurut Ahmad Subagyo (2010:5) konsep pemasaran adalah filosofi pemasaran mengalami evolusi dari orientasi internal (inward-looking) menuju orientasi eksternal (outward-looking).

Menurut pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa konsep pemasaran dimulai dengan pasar yang terdefinisi dengan baik, fokus pada kebutuhan pelanggan dan mengintegrasikan semua kegiatan pemasaran yang mempengaruhi pelanggan. Pemasaran mencapai keuntungan dengan menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan yang tepat berdasarkan nilai dan kepuasan pelanggan.

### **2.1.3. Bauran Pemasaran**

Dalam ruang lingkup pemasaran ada yang dinamakan dengan bauran pemasaran (marketing mix). Sering dari kita mendengar istilah pemasaran dalam kehidupan sehari-hari baik di kantor, disekolah bahkan di jalan-jalan menuju suatu tempat. Untuk lebih jelasnya mengenai definisi bauran pemasaran, berikut definisi bauran pemasaran dari beberapa ahli antara lain:

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:62) Bauran Pemasaran (Marketing Mix) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipandu perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Berbagai kemungkinan ini dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok variabel yang disebut “empat P”: Product (Produk), Price (Harga), Place (Tempat) dan Promotion (Promosi).

Menurut Kotler dan Keller (2009:24) Tugas Pemasaran adalah merencanakan aktivitas-aktivitas pemasaran dan membentuk program pemasaran yang terintegrasi penuh untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menghantarkan nilai kepada pelanggan. Aktivitas pemasaran muncul dalam semua bentuk. McCarthy mengklasifikasikan aktivitas-aktivitas ini sebagai sarana bauran pemasaran dari empat jenis yang luas, yang disebutnya empat P dari pemasaran: Produk (Product), Harga (Price), Tempat (Place), dan Promosi (Promotion).

Menurut Buchari Alma (2016:205) Marketing mix merupakan strategi campuran kegiatan-kegiatan marketing, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil paling memuaskan. Ada 4 komponen yang tercakup dalam kegiatan marketing mix ini yang terkenal dengan sebutan 4P yaitu Product, Price, Place/Distribution, dan Promotion.

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013:92) bauran pemasaran merupakan perangkat/alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan penentuan posisi yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Bauran pemasaran pada produk barang yang kita kenal selama ini berbeda dengan bauran pemasaran untuk produk jasa. Bauran pemasaran produk barang mencakup 4P, yaitu: produk, harga, lokasi/tempat, dan promosi.

Menurut pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran (marketing mix) yaitu aktivitas pemasaran yang muncul dalam semua bentuk yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan repons yang diinginkan di pasar sasaran. Serta stratetgi campuran kegiatan-kegiatan marketing, agar dapat dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil paling memuaskan. Ada 4 komponen yang mencakup dalam kegiatan bauran pemasaran (marketing mix) yaitu: Produk (Product), Harga (Price), Tempat (Place), dan Promosi (Promotion).

## 2.2. Jasa

### 2.2.1. Pengertian Jasa

Jasa merupakan istilah yang sangat umum dan tidaklah mudah untuk mendefinisikan secara tegas apa itu jasa, karena begitu banyaknya definisi-definisi jasa yang beredar di masyarakat. Jasa merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur yang tidak berwujud (intangibility) yang berhubungan dengannya, yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013:7) menyatakan “service is all economic activities whose output is not a physical product or construction is generally consumed at that time it is produced, and provides added value in forms (such as convenience, amusement, comfort or health)”. “Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) konsumen.”

Menurut Buchari Alma (2016:243) menyatakan “Services are those separately identifiable, essentially intangible activities that provide want-satisfaction, and that are not necessarily tied to the sale of a product or another service. To produce a service may or may not require the use of tangible goods. However, when such use is required, there is no transfer of the title (permanent ownership) to these tangible goods”. “Jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak”.

Menurut Christopher Lovelock, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry (2010:15) jasa adalah suatu bentuk sewa menyewa yang dapat memberikan suatu manfaat bagi konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:266) Jasa adalah bentuk produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dan pada dasarnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan atas sesuatu.

Menurut pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa jasa adalah bentuk suatu kegiatan atau aktivitas yang bersifat intangible (tidak berwujud fisik) yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dalam jangka waktu tertentu yang akan membawa hasil kepada penerima berupa nilai tambah namun tidak menghasilkan kepemilikan akan sesuatu.

### 2.2.2. Bauran Pemasaran Jasa

Menurut Fandy Tjiptono (2014:41) bauran pemasaran merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Alat-alat tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan merancang program taktik jangka pendek. Bauran pemasaran jasa terdiri dari 8 elemen, yaitu:

- a. **Product.** Produk merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan baik yang berwujud fisik maupun tidak.
- b. **Pricing.** Keputusan bauran harga berkenaan dengan kebijakan strategis dan taktis, seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran, dan tingkat diskriminasi harga diantara berbagai kelompok pelanggan.
- c. **Promotion.** Metode-metode yang dipakai dalam bauran promosi terdiri atas periklanan, promosi penjualan, *direct marketing*, *personal selling*, dan *public relations*.
- d. **Place.** Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Keputusan ini meliputi keputusan lokasi fisik.
- e. **People.** Orang merupakan unsur vital dalam bauran pemasaran. Oleh sebab itu organisasi jasa harus secara jelas menentukan apa yang diharapkan dari setiap karyawan dalam interaksinya dengan pelanggan.
- f. **Phsycal Evidence.** Karakteristik *itangible* pada jasa mengakibatkan pelanggan potensial tidak bisa menilai suatu jasa sebelum mengkonsumsinya. Ini menyebabkan resiko yang dipersepsikan konsumen dalam keputusan pembelian semakin besar. Oleh sebab itu, salah satu unsur penting dalam bauran pemasaran adalah upaya mengurangi tingkat resiko tersebut dengan jalan menawarkan bukti fisik dari karakteristik jasa.
- g. **Process.** Proses produksi atau operasi merupakan faktor penting bagi konsumen *highcontact service*, yang seringkali juga berperan sebagai *co-producer* jasa bersangkutan. Dalam bisnis jasa, manajemen pemasaran dan manajemen operasi terkait erat dan sulit dibedakan dengan tugas.
- h. **Customer Service.** Makna layanan pelanggan berbeda antar organisasi, dalam sektor Jasa, layanan pelanggan dapat diartikan sebagai kualitas total jasa yang dipersepsikan oleh pelanggan. Oleh sebab itu, tanggung jawab atas unsur bauran pemasaran ini tidak bisa diisolasi hanya pada departemen layanan pelanggan,

tetapi menjadi perhatian dan tanggung jawab semua personel produksi, baik yang dipekerjakan oleh organisasi jasa maupun pemasok. Manajemen kualitas jasa yang ditawarkan kepada pelanggan berkaitan erat dengan kebijakan desain produk dan personalia.

### 2.2.3. Karakteristik Jasa

Pada praktiknya kebanyakan produk berkisar ditengah-tengah barang fisik dan intangible tersebut, karena lebih berupa kombinasi antara barang dan jasa. Demikian berbagai wacana pemasaran jasa mengungkap sejumlah perbedaan antara barang dan jasa yang dirangkum secara sistematis kedalam empat karakteristik jasa.

Menurut Fandy Tjiptono (2008:136) terdapat empat karakteristik unik jasa adalah:

#### 1. Intangibility

Jasa berbeda dengan barang. Jika barang merupakan obyek, alat, atau benda; maka jasa adalah suatu perbuatan, kinerja (performance) atau usaha. Bila barang dapat dimiliki, maka jasa hanya bisa dikonsumsi tetapi tidak dimiliki. Meskipun sebagian besar jasa dapat berkaitan dan didukung oleh produk fisik misalnya telepon dalam jasa berkomunikasi, pesawat dalam jasa angkutan udara, makanan dalam jasa restoran, esensi dari apa yang dibeli pelanggan adalah kinerja yang diberikan oleh produsen kepadanya.

#### 2. Inseparability

Barang biasa diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Pemeriksaan medis merupakan salah satu contohnya.

#### 3. Variability

Jasa bersifat sangat variable karena non standardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

#### 4. Perishability

Perishability berarti jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Sebagai contoh kursi kereta api yang kosong, kamar hotel yang tidak dihuni atau jam tertentu tanpa pasien ditempat praktik seorang dokter, akan berlalu/hilang begitu saja karena tidak dapat disimpan untuk dipergunakan di waktu yang lain.

Menurut Nembah F. Hartimbul (2012:129) perusahaan harus mempertimbangkan empat sifat jasa ketika menyusun rencana pemasaran jasa yaitu sebagai berikut:

1. Intangibility  
Jasa *Intangibility* berarti tak tampak, tak dapat dirasakan, tak dapat diraba, tak dapat didengar dan tak dapat dibaui sebelum orang beli.
2. Inseparability  
Secara bebas artinya tidak terpisahkan. Kebanyakan jasa dijual lebih dahulu, lalu diproduksi dan dikomunikasikan pada waktu yang sama dan tidak bisa dipisahkan dengan penyediannya, apakah itu orang atau mesin karena konsumen juga ada ketika jasa itu dibuat maka interaksi penyedia-penyedia menjadi ciri pemasaran jasa.
3. Variability  
Mutu dari jasa sangat bervariasi, bergantung siapa penyediaannya, kapan, dimana dan bagaimana menyediakannya.
4. Perishability  
Jasa tidak dapat disimpan untuk dijual atau digunakan di kemudian hari.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti sampai pada pemahaman bahwa jasa adalah semua kegiatan yang memiliki manfaat bagi pihak lain yang tidak berwujud, proses produksi dan konsumsi yang tak dapat dipisahkan, kualitas jasa beragam dan jasa tidak dapat disimpan serta hanya dapat dirasakan oleh konsumen yang telah membeli produk yang ditawarkan.

#### **2.2.4. Klasifikasi Jasa**

Munurut Fandy Tjiptono (2012:19) tipe-tipe klasifikasi jasa terbagi menjadi delapan seperti berikut:

- a. Segmen Pasar  
Berdasarkan segmen pasar, jasa dapat dibedakan menjadi jasa/layanan yang ditujukan pada konsumen akhir (misalnya biro jodoh, taksi, asuransi jiwa, indekos, jasa tabungan dan deposito, warnet, wartel, dan restoran siap saji) dan jasa/layanan bagi konsumen organisasional (misalnya biro periklanan, jasa akuntansi dan perpajakan, dan jasa konsultasi manajemen).
- b. Tingkat keberwujudan kriteria jasa ini, dapat dibedakan menjadi tiga macam yaitu:
  1. *Rented goods service*, konsumen menyewa dan menggunakan produk-produk tertentu berdasarkan tarif tertentu milik penyedia layanan berdasarkan tarif tertentu berdasarkan tarif tertentu selama periode waktu tertentu.

2. *Owned goods service*, produk-produk yang dimiliki konsumen direparasi, dikembangkan atau ditingkatkan unjuk kerjanya, atau dipelihara/ dirawat oleh perusahaan jasa.
  3. *Non goods service* yang mempunyai karakteristik jasa ditawarkan kepada pelanggan adalah jasa personal bersifat tidak berbentuk produk fisik (*intangability*).
- c. Ketrampilan Penyedia Jasa  
Berdasarkan kriteria ini, jasa dibedakan menjadi *profesional service* dan *nonprofesional service*. Pada jasa yang memerlukan ketrampilan tinggi dalam proses operasinya, pelanggan cenderung sangat selektif dalam memilih penyedia jasa. Hal inilah yang menyebabkan para profesional dapat mengikat para pelanggannya. Sebaliknya jika tidak memerlukan ketrampilan tinggi, seringkali loyalitas pelanggan rendah karena penawarannya sangat banyak.
  - d. Tujuan Organisasi Jasa  
Berdasarkan tujuan organisasi, jasa/layanan dapat diklasifikasikan menjadi *commercial services* atau *profit services* dan *non-profit services* (seperti sekolah, yayasan dana bantuan, panti asuhan, panti wreda, instansi pemerintah, perpustakaan umum dan museum).
  - e. Tingkat Regulasi  
Berdasarkan aspek regulasi, jasa dibagi menjadi *regulated service* (misalnya akuntan, rumah sakit, asuransi, stasiun tv, hotel, media massa dan perbankan) dan *nonregulated service* (seperti jasa makelar, katering, pondokan, asrama, kantin sekolah, serta pengecatan rumah).
  - f. Tingkat Intensitas Karyawan  
Berdasarkan tingkat intensitas karyawan (keterlibatan tenaga kerja), layanan dapat dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu: *equipment based service* (seperti cuci mobil otomatis, jasa sambungan telepon interlokal dan internasional, mesin ATM (Anjungan Tunai Mandiri) Internet banking, call center) dan *people based service* (seperti pelatih renang, satpam, akuntan, konsultan hukum, konsultan manajemen, polisi, bidan dan dokter anak).
  - g. Tingkat Kontak Penyedia Jasa Dan Pelanggan  
Berdasarkan tingkat kontak ini, secara umum layanan dapat dikelompokkan menjadi *high-contact services* (seperti universitas, dokter, penata rambut, penasehat, perkawinan, penagihan, dan konsultan bisnis) dan *low-contact services* (misalnya bioskop, pasar swalayan, jasa PLN, jasa telekomunikasi dan jasa layanan pos).

#### h. Manfaat Bagi Konsumen

Dalam hal ini, layanan bisa dibedakan menjadi dua macam. **Pertama** for consumer (*facilitating service*), yaitu layanan yang dimanfaatkan sebagai sarana atau media untuk mencapai tujuan tertentu. **Kedua** to consumer (*human services*), yaitu layanan yang ditujukan kepada konsumen.

Menurut Ratih Hurriyati (2010:33) ada beberapa macam tipe kalsifikasi jasa antara lain:

1. Jenis jasa (*type of service*)
2. Jasa professional (*professional service*)
3. Jenis pelanggan (*type of customer*)
4. Individu (*individuals*)
5. Jasa lainnya

Dengan adanya klasifikasi jasa, perusahaan akan dapat menentukan segmen pasar, tingkat intensitas karyawan serta jasa lainnya yang tepat dan dapat mengembangkan produksi perusahaan yang sesuai dengan pasar yang diinginkan oleh konsumen.

## 2.3. Kualitas Pelayanan

### 2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Fokus pemasaran terhadap kualitas pelayanan adalah rendahnya kualitas akan menempatkan perusahaan pada kerugian kompetitif, berpotensi mengusir pelanggan yang tidak puas. Berikut ini merupakan definisi kualitas pelayanan menurut beberapa ahli:

Menurut Christopher Lovelock, Jhon Witz dan Jacky Mussry (2010:154) menunjukkan bahwa kualitas yang dirasakan dari pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasil, dengan apa yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan dari sudut pandang pengguna sebagai sesuai yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Menurut Fandy Tjiptono (2012:157) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2009:153) menyatakan kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang menanggung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut Rusdiana (2014:217), *service quality* dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang diterima.

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah merupakan hasil perbandingan antara kenyataan dan harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan. Serta hasil dari kegiatan atau manfaat yang diberikan dari suatu pihak kepada pihak lain dengan perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang diterima.

### **2.3.2. Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan**

Menurut Fandy Tjiptono (2012:182-189) faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan tidaklah semudah membalikan telapak tangan, banyak faktor yang harus diperhatikan secara cermat, karena semua upaya penyempurnaan kualitas pelayanan akan berdampak signifikan terhadap budaya organisasi secara keseluruhan. Faktor-faktornya adalah sebagai berikut:

#### **1. Mengidentifikasi determinan utama kualitas pelayanan.**

Setiap penyedia layanan wajib berupa menyampaikan layanan berkualitas terbaik kepada para pelanggan sasaran. Upaya ini membutuhkan proses mengidentifikasi determinan atau faktor penentu utama kualitas layanan berdasarkan sudut pandang pelanggan, contohnya keamanan transaksi (pengguna kartu kredit yang berbelanja secara online), keamanan, ketepatan waktu, jaminan dan lain-lain.

#### **2. Mengelola harapan pelanggan**

Tidak sedikit perusahaan yang berusaha melakukan segala cara untuk memikat sebanyak mungkin pelanggan, termasuk diantaranya mendramatisasi atau melebih-lebihkan pesan komunikasi. Semakin banyak janji yang diberikan, semakin besar ekspektasi pelanggan (bahkan bisa menjurus menjadi harapan yang tidak realistis).

#### **3. Mengelola bukti kualitas layanan**

Mengelola bukti kualitas jasa bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah layanan disampaikan. Dari sudut pandang penyedia layanan, bukti langsung meliputi segala sesuatu yang dipandang konsumen sebagai indikator “seperti apa jasa yang diberikan” (preservice expectation) dan “seperti apa saja yang telah diterima” (postservice evaluation).

#### **4. Mendidik konsumen tentang jasa**

Membantu pelanggan dalam memahami sebuah layanan merupakan upaya positif untuk mewujudkan proses penyampaian dan mengkonsumsi layanan secara efektif dan efisien. Pelanggan yang terdidik akan dapat mengambil keputusan yang lebih baik dan

lebih memahami peran serta kewajibannya dalam proses penyampaian layanan.

5. Mengembangkan budaya kualitas

Budaya kualitas merupakan sistem nilai organisasi yang menghasilkan lingkungan yang kondusif bagi proses penciptaan dan penyempurnaan kualitas secara terus-menerus. Budaya kualitas terdiri dari filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur, dan harapan yang berkenaan dengan peningkatan kualitas.

6. Menciptakan automating quality

Otomatisasi berpotensi mengatasi masalah variabilitas kualitas layanan yang disebabkan kurangnya sumberdaya manusia yang dimiliki perusahaan. Akan tetapi, sebelum memutuskan melakukan otomatisasi, penyedia layanan wajib mengkaji secara mendalam aspek-aspek yang membutuhkan sentuhan manusia (high touch) dan elemen-elemen yang memerlukan otomatisasi (high tech).

7. Menindak lanjuti layanan

Penindaklanjutan layanan diperlukan dalam rangka menyempurnakan atau memperbaiki aspek-aspek layanan yang kurang memuaskan dan mempertahankan aspek-aspek yang sudah baik. Perusahaan perlu mengambil inisiatif untuk menghubungi sebagian atau semua pelanggan (tergantung skala bisnis) guna mengetahui tingkat kepuasan dan persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan yang terima.

8. Mengembangkan system informasi kualitas jasa

Sistem informasi kualitas layanan merupakan suatu system yang mengintegrasikan berbagai macam ancangan riset secara sistematis dalam rangka mengumpulkan dan menyebarkan informasi kualitas layanan guna mendukung pengambilan keputusan. Informasi yang dibutuhkan mencakup segala aspek, yaitu data saat ini dan masa lalu, kuantitatif dan kualitatif, internal dan eksternal, serta informasi mengenai perusahaan, pelanggan, dan pesaing.

### 2.3.3. Dimensi Kualitas

Dalam salah satu studi mengenai SERVQUAL oleh Rambat Lupiyoardi (2013:216), yang melibatkan 800 pelanggan (yang terbagi menjadi 4 perusahaan) berusia 25 tahun keatas, disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi SERVQUAL, sebagai berikut:

- a. Berwujud (Tangible), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
- b. Keandalan (Reability), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- c. Daya tanggap (Responsiveness), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- d. Jaminan (Assurance), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- e. Empati (Empathy), merupakan kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

Menurut Fandy Tjiptono (2012:174) terdapat lima dimensi pokok untuk mengukur kualitas layanan, antara lain:

1. Reliabilitas (Reliability) berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan sejak pertama kali.
2. Daya Tanggap (Responsiveness), berkaitan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
3. Jaminan (Assurance), berkaitan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (trust) dan keyakinan pelanggan (Confidence).
4. Empati (Empathy), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti Fisik (Tangibles), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan komunikasi perusahaan.

Menurut Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, dan Jacky Wirtz (2010:154) telah melakukan penelitian intensif terhadap kualitas pelayanan. Dalam penelitian berikutnya, mereka menemukan tingkat korelasi yang tinggi antara beberapa variabel, dan akhirnya mengonsolidasikannya ke dalam lima dimensi yang luas:

1. Tangibles (Penampilan unsur fisik)
2. Reliability (Kinerja yang dapat diandalkan dan akurat)
3. Responsiveness (Kecepatan dan Kegunaan)
4. Assurance (Kredibilitas, keamanan, kompetensi dan kesopanan)
5. Empathy (Akses mudah, komunikasi yang baik, dan pemahaman pelanggan)

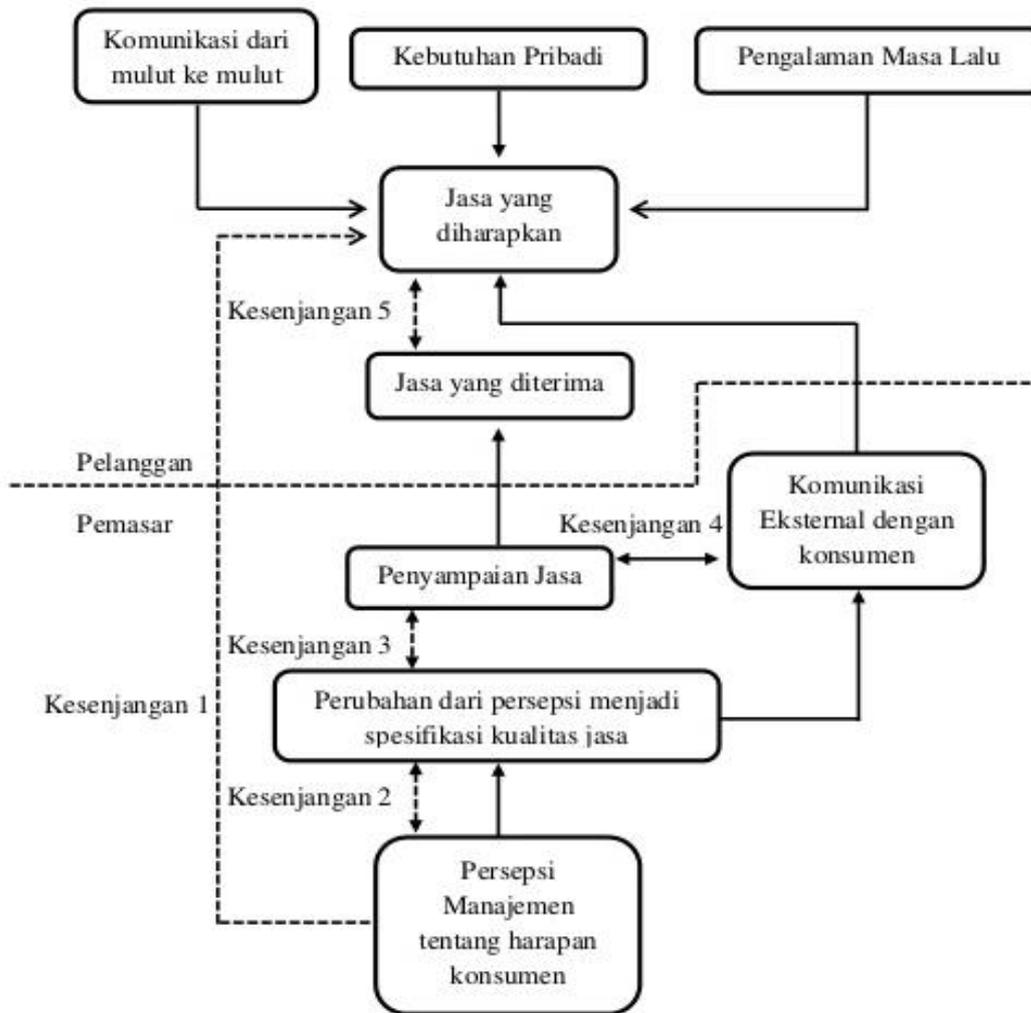
Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas yaitu terdapat lima dimensi pokok untuk kualitas layanan seperti Berwujud (Tangible), Keandalan (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), dan Empati (Empathy).

#### 2.3.4. Analisis Kesenjangan Kualitas Jasa (SERVQUAL)

Model SERVQUAL meliputi analisis terhadap lima gap yang berpengaruh terhadap jasa (Rambat Lupiyoadi, 2013:219) antara lain:

- a. **Kesenjangan persepsi manajemen.** Adanya perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. Kesenjangan ini terjadi karena kurangnya orientasi riset pemasaran, pemanfaatan yang tidak memadai atas temuan riset, kurangnya interaksi antara pihak manajemen dan pelanggan, komunikasi dari bawah ke atas yang kurang memadai, serta selalu banyaknya tingkatan manajemen.
- b. **Kesenjangan spesifikasi kualitas.** Kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan terjadi antara lain karena tidak memadainya komitmen manajemen terhadap kualitas jasa, persepsi mengenai ketidaklayakan, tidak memadainya standardisasi tugas dan tidak adanya penyusunan tujuan.
- c. **Kesenjangan penyampain jasa.** Kesenjangan ini terutama disebabkan oleh faktor-faktor seperti (a) ambiguitas peran, yaitu sejauh mana karyawan dapat melakukan tugas sesuai dengan harapan manajer tetapi memuaskan pelanggan; (b) konflik peran, yaitu sejauh mana karyawan meyakini bahwa mereka tidak memuaskan semua pihak; (c) kesesuaian karyawan dengan tugas yang harus dikerjakannya; (d) kesesuaian teknologi yang digunakan oleh karyawan; (e) sistem pengendalian dari atasan, yaitu tindakan memadainya sistem penilaian dan sistem imbalan; (f) kendali yang diterima, yaitu sejauh mana karyawan merasakan kebebasan atau fleksibilitas untuk menentukan cara pelayanan; (g) kerja tim, yaitu sejauh mana karyawan dan manajemen merumuskan tujuan bersama dalam memuaskan pelanggan secara bersama-sama dan terpandu.

- d. **Kesenjangan komunikasi pelanggan.** Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Harapan pelanggan mengenai kualitas jasa dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh perusahaan melalui komunikasi pemasaran. Kesenjangan ini terjadi (a) tidak memadainya komunikasi horizontal dan (b) adanya kecenderungan memberikan janji yang berlebihan. dalam hal ini, komunikasi eksternal telah mendistorsi harapan pelanggan.
- e. **Kesenjangan dalam pelayanan yang dirasakan.** Perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan oleh pelanggan. Jika keduanya terbukti sama, perusahaan akan memperoleh citra dan dampak positif. Namun, apabila yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, kesenjangan ini akan menimbulkan permasalahan bagi perusahaan.



(Sumber: Rambat Lupiyoadi (2013:219))

Gambar 4

Analisis Lima Kesenjangan

## 2.4. Kepuasan Pelanggan

### 2.4.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator suatu bisnis. Hal ini telah menjadi suatu kepercayaan umum karena dengan memuaskan pelanggan, organisasi dapat meningkatkan tingkat keuntungannya. Adapun definisi kepuasan pelanggan menurut beberapa ahli adalah sebagai berikut:

Menurut Philip Kotler dan Keller (2009:138-139) Kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dari ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:16) Kepuasan pelanggan (customer satisfaction) tergantung pada kinerja anggapan produk relatif terhadap ekspektasi pembeli. Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan akan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan sangat puas.

Menurut Fandy Tjiptono (2014:353) kepuasan pelanggan merupakan respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku belanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan. Respon emosional dipicu oleh proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi (keyakinan) terhadap objek, tindakan atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai (kebutuhan, hasrat dan keinginan) individual.

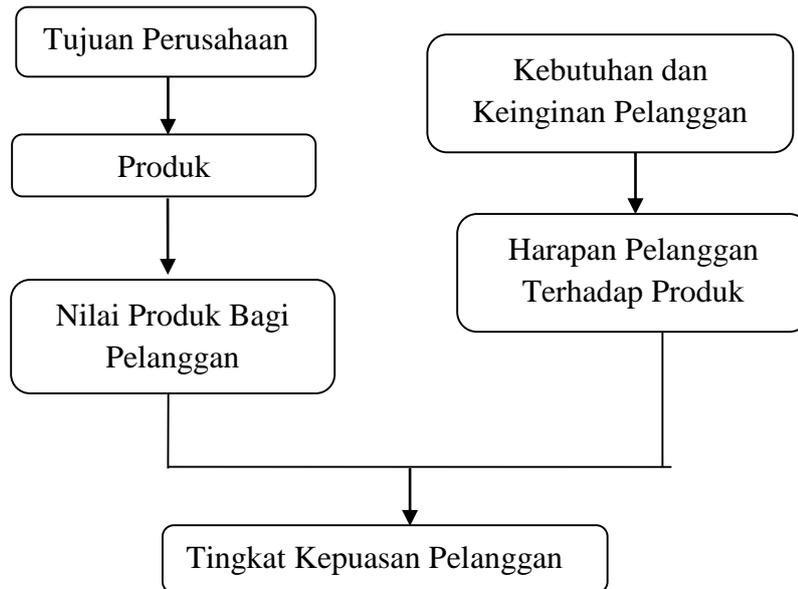
Menurut Zulian Yamit (2013:78) kepuasan pelanggan adalah hasil (outcome) yang dirasakan atas pengguna produk atau jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara apa yang menjadi harapan dengan perasaan yang dihasilkan pasca pembelian. Serta respon pelanggan terhadap pengalaman-pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli oleh pelanggan tersebut.

#### **2.4.2. Konsep Kepuasan Pelanggan**

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:138) dalam konsep kepuasan pelanggan terdapat dua elemen yang mempengaruhi, yaitu harapan dan kinerja. Kinerja adalah persepsi konsumen terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk. Harapan adalah perkiraan konsumen tentang apa yang akan diterima apabila ia mengkonsumsi produk (barang atau jasa).

Menurut Fandy Tjiptono (2008:25), menyatakan bahwa harapan konsumen dibentuk dan didasarkan oleh 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 5  
Konsep Kepuasan Pelanggan  
(Sumber Fandy Tjiptono (2008:25))

### 2.4.3. Faktor-Faktor Yang Mendorong Kepuasan Pelanggan

Menurut Fandy Tjiptono (2012:170) kualitas produk terdiri dari atas delapan dimensi berikut yang satu sama lainnya bisa berkaitan erat, yaitu:

- a. Kinerja (Performance), yakni efisiensi pencapaian tujuan utama sebuah produk.
- b. Fitur (Fautres), yaitu atribut produk yang melengkapi kinerja dasar sebuah produk. Lihat saja produk komputer, ponsel, kamera, Tv, dan peralatan elektronik lainnya.
- c. Reliabilitas (Realiability), yaitu kemampuan sebuah produk untuk tetap berfungsi secara konsisten selama usia desainnya. Sebuah produk dikatakan reliabel (andal) apabila kemungkinan kerusakan atau gagal dipakai selama usia desainnya sangat rendah.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (Conformance to specifications), yaitu seahuh mana karakteristik desain dan operasi sebuah produk memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya, misalnya dalam hal ukuran, kecepatan, kapasitas, daya tahan dan seterusnya.
- e. Daya tahan (Durability), berkaitan dengan tingkat kemampuan sebuah produk mentolerir tekanan, stres atau trauma tanpa mengalami kerusakan berarti.

- f. Serviceability, yakni kemudahan mereparasi sebuah produk. Sebuah produk dikatakan sangat serviceable apabila bisa direparasi secara mudah dan murah.
- g. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya bentuk fisik mobil yang menarik, model/desain yang artistik, warna yang sesuai preferensi masing-masing pelanggan, aroma parfum yang disukai, aroma roti yang mampu memancing selera makan, dan sebagainya.
- h. Persepsi kualitas (Perceived quality), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Menurut Jasfar Farida (2012:20) ada 5 (lima) faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu:

1. Aspek Barang dan Jasa  
Kepuasan terhadap barang atau jasa dipengaruhi secara signifikan oleh penilaian pelanggan terhadap fitur barang dan jasa.
2. Aspek Emosi Pelanggan  
Emosi atau perasaan dari pelanggan dapat mempengaruhi persepsi mengenai tingkat kepuasan terhadap barang dan jasa, emosi tersebut berkaitan dengan suasana hati, pada saat seorang pelanggan sedang mengalami suasana hati yang gembira emosinya akan mempengaruhi persepsi yang positif terhadap kualitas suatu jasa yang sedang dikonsumsi, sebaliknya jika seorang pelanggan sedang mengalami suasana hati yang buruk emosinya akan membawa tanggapan yang buruk terhadap suatu jasa yang sedang dimanfaatkan walaupun penyampaian jasa tersebut tidak melakukan kesalahan.
3. Aspek Pengaruh Kesuksesan atau Kegagalan Jasa  
Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kesuksesan atau kegagalan jasa, pelanggan akan merasa bangga jika hasil suatu jasa lebih baik yang diharapkan dan sebaliknya jika hasil suatu jasa tidak baik maka, pelanggan akan merasa kecewa.
4. Aspek Persepsi atas Persamaan atau Keadilan Pelanggan akan berfikir apakah pelayanan yang didapatkan sama dengan pelayanan yang diberikan pada pelanggan lain seperti perlakuan yang diberikan, harga yang ditawarkan, jika pelayanan yang diberikan tidak sama dengan pelanggan lain hal tersebut akan menentukan persepsi pelanggan pada tingkat kepuasan pelanggan.
5. Pelanggan Lain, Keluarga, dan Rekan Kerja  
Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh orang lain, seperti kepuasan terhadap perjalanan liburan keluarga dan reaksi, ekspresi dari anggota keluarga selama liburan.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa faktor yang mendorong kepuasan pelanggan sangatlah penting karena keberhasilan suatu perusahaan dilihat dari bagaimana suatu perusahaan tersebut membuat pelanggannya merasa puas dengan kualitas yang diberikan oleh perusahaan.

#### 2.4.4. Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan

Pengukuran terhadap kepuasan pelanggan telah menjadi harapan yang esensial bagi setiap perusahaan. Pada prinsipnya kepuasan pelanggan dapat diukur dengan berbagai macam metode dan teknik. Menurut Fandy 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 mempekerjakan 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. Survei Kepuasan Pelanggan

Perusahaan harus menghubungi para pelanggan/anggota yang berhenti atau beralih ke perusahaan lain guna mempelajari alasan kejadian itu. Ada dua hal yang harus diperhatikan adalah melakukan wawancara terhadap pelanggan yang keluar setelah berhenti membeli, dan memantau tingkat kehilangan pelanggan.

Sedangkan menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2011:314) mengidentifikasi empat model untuk mengukur kepuasan pelanggan:

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada konsumen (*customer-oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para konsumennya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kontak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis (mudah dijangkau atau sering dilewati konsumen), kartu komentar (bisa diisi langsung maupun dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, website dan lain-lain.

2. Ghost shopping (mystery shopping)  
Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai tingkat kepuasan konsumen adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* perusahaan dan pesaing, mereka diminta berinteraksi dengan staf penyedia jasa dan menggunakan produk atau jasa perusahaan. Berdasarkan pengalaman tersebut, mereka kemudian diminta melaporkan temuan-temuannya berkenaan dengan kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing.
3. Lost customer analysis  
Perusahaan yang kehilangan pelanggan mencoba untuk menghubungi pelanggan tersebut dan dibujuk kenapa mereka berhenti atau pindah ke produk lain. Dengan informasi yang diperoleh, maka perusahaan dapat lebih meningkatkan kinerjanya dengan cara meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Survei kepuasan pelanggan  
Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan survey, baik survey melalui pos, telepon, email, website maupun wawancara.

Menurut Kotler (2012), ada 4 metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut :

1. Sistem keluhan dan sasaran  
Perusahaan yang membreikan kesempatan penuh bagi pelanggannya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan merupakan perusahaan yang berorientansi pada konsumen (Costumer Oriented).
2. Survei kepuasan pelanggan  
Sesekali perusahaan perlu melakukan survei kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. Survei ini dapat dilakukan dengan menyebarkan kuesioner oleh karyawan perusahaan kepada para pelanggan. Melalui survai tersebut, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikanpada hal yang dianggap kurang oleh pelanggan.
3. Ghost shopping

Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang perusahaan (ghost shopper) untuk bersikap sebagai pelanggan di perusahaan pesaing, dengan tujuan para ghost shopper tersebut dapat mengetahui kualitas pelayanan perusahaan pesaing sehingga dapat dijadikan sebagai koreksi terhadap kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri.

#### 4. Analisa pelanggan yang hilang

Metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi kembali pelanggan yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian lagi di perusahaan pesaing. Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahannya pelanggan ke perusahaan pesaing.

Berdasarkan pada definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dimana dengan pelayanan yang baik, perusahaan berharap dapat meningkatkan labanya atau keuntungannya dengan memberikan pelayanan sebaik mungkin sehingga berdampak pada citra perusahaan.

## 2.5. Penelitian Sebelumnya

Didalam mengkaji analisis kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Kredit Sejahtera perlu dilihat dari hasil penelitian terdahulu khususnya penelitian yang memiliki kesamaan objek penelitian atau topik penelitian yaitu hubungan kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Kredit Sejahtera.

Tabel 6  
Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Penelitian
1.	Aprillia Fitriani (2013)	Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank BRISYariah KCP Rawamangun.	Kesimpulan dari analisis Spearman menunjukkan bahwa (1) variabel Reliabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai kolerasi sebesar 0,239. Variabel Responsiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai kolerasi sebesar 0,254. Variabel Assurance berpengaruh positif dan

			<p>signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai kolerasi sebesar 0,307. Variabel Empathy berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai kolerasi sebesar 0,353. Variabel Tangible berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai kolerasi sebesar 0,424. Hasil uji hipotesis dengan menggunakan <i>spearman</i> <math>&lt; 0,05</math> (lebih kecil) sehingga hipotesis <math>H_0</math> ditolak.</p>
2.	Priska Ardiana Adi Lutvita (2018)	Hubungan Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Anggota Koperasi Mahasiswa	<p>Hasil penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan anggota Kopma di Kota Malang berada pada kategori tinggi, serta terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan Kopma dan kepuasan anggota Kopma di Kota Malang.</p>
3.	Dimas Poernomo Putro (2011)	Hubungan Kinerja Pengurus Dengan Kepuasan Anggota (Studi di Koperasi Serba Usaha "Srikandi Makmur" Desa Betro).	<p>Berdasarkan hasil jawaban responden bahwa untuk kinerja pengurus sebanyak 57 orang atau dengan presentase 64,04 % menjawab dengan kategori baik, sedangkan untuk kepuasan anggota sebanyak 58 orang atau dengan presentase 65,17 % menjawab dengan kategori puas. Dengan menggunakan rumus statistic Rho Spearman diperoleh angka koefisien korelasi sebesar 0,787 dari keseluruhan indikator kinerja pengurus (Variabel X) dengan kepuasan anggota (Variabel Y) di Koperasi Serba Usaha</p>

			<p>“Srikandi Makmur” Desa Betro adalah kuat, hal ini dikarenakan terletak pada nilai interpretasi koefisien korelasi 0,60 – 0,799. Untuk thitung diperoleh angka 11,902 dengan taraf signifikan 5 % ttabel sebesar 1,980. Dengan demikian thitung &gt; ttabel, maka <math>H_a</math> diterima dan <math>H_o</math> ditolak. Dapat ditarik kesimpulan bahwa ada hubungan yang kuat antara kinerja pengurus dengan kepuasan anggota.</p>
4.	Iis Puji Lestari (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Anggota Baitul Mal Wa Tamwil Ki Ageng Pandanaran Semarang	<p>Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan di BMT Ki Ageng Pandanaran amat baik, dengan nilai rata-rata sebesar 120,18 yaitu pada interval 109-144 dan kepuasan anggota juga termasuk dalam katagori amat baik, dengan nilai rata-rata 33,86, yaitu pada interval 31-40. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan anggota sebesar 47,5 % dan sisanya sebesar 52,5 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Variabel lain lebih dominan sehingga menjadi menarik untuk diteliti oleh peneliti selanjutnya.</p>
5	Vivi Setyawati (2017)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Sutrawa Bandar Lampung	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari Bukti Fisik (X1) sebesar 2,293, Keandalan (X2) sebesar 2,031, Daya Tanggap (X3) sebesar 3,048, Jaminan (X4) sebesar 3,508, dan Empati (X5) sebesar 6,396.</p>

			Secara parsial terhadap kepuasan anggota, dan juga terdapat pengaruh antara variabel <i>SERVQUAL</i> yang terdiri dari Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4), dan Empati (X5) sebesar 563,585 secara simultan terhadap kepuasan anggota, dan variabel empati (X5) merupakan variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan anggota. nilai <i>Adjusted R Square</i> dalam penelitian ini sebesar 0,978, yang berarti bahwa 97,8% kepuasan anggota dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan/ <i>SERVQUAL</i> .
--	--	--	---

## 2.6. Kerangka Pemikiran dan Kerangka Konstelasi

### 2.6.1. Kerangka Pemikiran

Kualitas layanan jasa erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Penciptaan pelanggan yang puas dimulai dari penciptaan kualitas jasa yang baik dalam jangka panjang yang luas dan dimulai dari penciptaan kualitas jasa yang baik pada masa kini.

Menurut Fandy Tjiptono (2012:174) terdapat lima dimensi pokok untuk mengukur kualitas layanan, antara lain:

1. Reliabilitas (Reliability) berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan sejak pertama kali.
2. Daya Tanggap (Responsiveness), berkaitan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
3. Jaminan (Assurance), berkaitan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (trust) dan keyakinan pelanggan (Confidence).
4. Empati (Empathy), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

5. Bukti Fisik (Tangibles), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber dan manusia, dan komunikasi perusahaan.

Sedangkan dari penelitian sebelumnya menurut Aprillia Fitriani (2013) dengan judul Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank BRISYariah KCP Rawamangun, kesimpulan dari analisis Spearman menunjukkan bahwa:

1. Variabel Reliabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai kolerasi sebesar 0,239.
2. Variabel Responsiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai kolerasi sebesar 0,254.
3. Variabel Assurance berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai kolerasi sebesar 0,307.
4. Variabel Empathy berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai kolerasi sebesar 0,353.
5. Variabel Tangible berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai kolerasi sebesar 0,424. Hasil uji hipotesis dengan menggunakan *spearman*  $< 0,05$  (lebih kecil) sehingga hipotesis  $H_0$  ditolak.

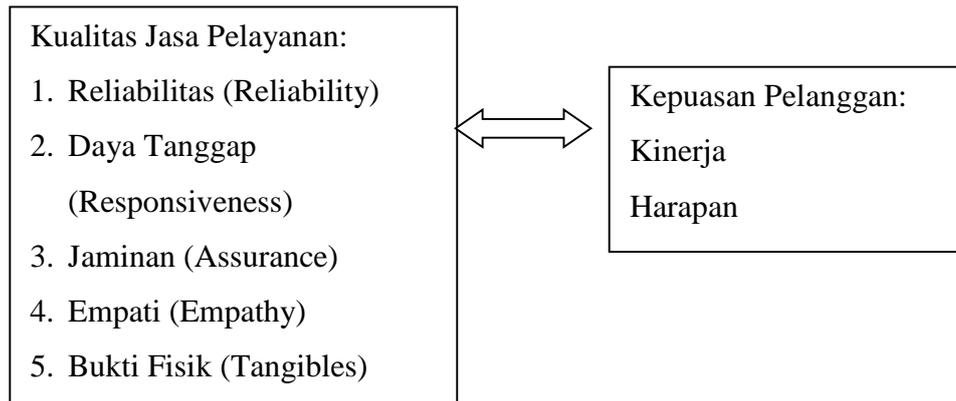
Berdasarkan dimensi diatas maka peneliti memilih menggunakan dimensi menurut Fandy Tjiptono (2012:174) terdapat lima dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan, antara lain: Reliabilitas (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Empathy), Bukti Fisik (Tangibles).

Dalam hal ini kepuasan pelanggan tidak dapat dihitung tapi tentunya harus diimbangi dengan adanya kualitas jasa pelayanan yang diberikan maka kualitas pelayanan merupakan prioritas utama bagi mereka dalam penentuan pilihan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:16) kepuasan pelanggan (customer satisfaction) tergantung pada kinerja anggapan produk relatif terhadap ekspektasi pembeli. Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan akan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan sangat puas.

### **2.6.2. Kerangka Konstelasi**

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, maka paradigma mengenai penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 6  
Konstelasi Penelitian

### 2.7. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan dugaan sementara atau jawaban dari identifikasi masalah yang dilakukan, maka peneliti menggunakan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas jasa pelayanan yang diberikan Koperasi Kredit Sejahtera cukup baik.
2. Tingkat kepuasan anggota atas pelayanan pada Koperasi Kredit Sejahtera cukup baik.
3. Terdapat hubungan kualitas jasa pelayanan dengan kepuasan anggota Koperasi Kredit Sejahtera.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian verifikatif dengan metode penelitian explanatory survey, karena metode ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang umumnya merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antara variabel.

#### **3.2. Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian**

##### **3.2.1. Objek Penelitian**

Objek penelitian pada penelitian ini adalah kualitas jasa pelayanan sebagai variabel bebas (independent variable) dengan indikator yaitu Reliabilitas (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Empathy), Bukti fisik (Tangible). Serta kepuasan anggota sebagai variabel terikat (dependent variable) dengan indikator seperti Kinerja dan Harapan.

##### **3.2.2. Unit Analisis**

Unit analisis yang digunakan adalah dyads yaitu dengan 2 (dua) unit yang diteliti yaitu responden dan Koperasi Kredit Sejahtera.

##### **3.2.3. Lokasi Penelitian**

Pengumpulan data informasi yang akan peneliti peroleh pada Koperasi Kredit Sejahtera Cibinong yang beralamat di Jl. Raya Mayor Oking Jaya Atmaja No.54 Cibinong Bogor.

#### **3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian**

Dalam penelitian ini jenis data yang penelitian lakukan menggunakan data kualitatif yaitu data yang tidak dinyatakan dalam angka.

Adapun sumber data penelitian yang dilakukan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Peneliti ingin mengetahui hubungan kualitas jasa pelayanan simpan pinjam terhadap kepuasan anggota koperasi dengan memberikan pertanyaan dalam bentuk kuesioner kepada anggota koperasi.

Sedangkan data sekunder data yang diperoleh melalui studi pustaka yang berkaitan dengan permasalahan penelitian ini.

### 3.4. Operasional Variabel

Untuk memudahkan proses analisis maka terlebih dahulu penulis mengklasifikasikan variabel-variabel kedalam dua kelompok, yaitu:

Tabel 7

Operasionalisasi Variabel  
Hubungan Kualitas Jasa Kualitas Pelayanan Simpan Pinjam  
Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Kredit Sejahtera

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitaas Jasa Pelayanan	Reliabilitas (Reliability)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manajemen KKS mencatat transaksi dengan benar.</li> <li>• Manajemen KKS melayani anggota dengan tepat waktu.</li> <li>• Manajemen KKS dalam melayani tidak membedakan anggota yang datang.</li> <li>• Manajemen KKS memberikan pelayanan secara profesional kepada anggota.</li> </ul>	Ordinal
	Daya Tanggap (Responsiveness)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manajemen KKS mampu memberikan informasi tentang layanan dengan jelas dan tepat.</li> <li>• Manajemen KKS lancar dalam berkomunikasi dengan anggota.</li> <li>• Manajemen KKS dapat menjawab setiap pertanyaan anggota mengenai simpan pinjam.</li> <li>• Manajemen KKS cepat memberikan solusi atas keluhan dari anggota.</li> </ul>	Ordinal
	Jaminanp (Assurance)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manajemen KKS memberikan jaminan keamanan dalam penyimpanan dana.</li> <li>• Manajemen KKS menjamin kerahasiaan keuangan anggota.</li> <li>• Manajemen KKS memberikan rasa aman kepada anggota dalam melakukan transaksi.</li> </ul>	Ordinal

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manajemen KKS mampu memahami kondisi keuangan anggota.</li> </ul>	
	Empati (Empathy)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manajemen KKS mampu menanamkan kepercayaan kepada anggota.</li> <li>• Manajemen KKS mampu memahami keinginan anggota.</li> <li>• Manajemen KKS mampu memahami kebutuhan anggota.</li> <li>• Anggota merasa diperlakukan dengan baik oleh manajemen KKS pada saat melakukan transaksi.</li> </ul>	Ordinal
	Bukti Fisik (Tangibles)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KKS mempunyai tempat parkir yang memadai.</li> <li>• KKS menenpati lokasi yang strategis dan mudah dijangkau.</li> <li>• Gedung KKS bersih dan nyaman.</li> <li>• Manajemen KKS berpenampilan rapih.</li> </ul>	Ordinal
Kepuasan Pelanggan	Kinerja Harapan	Tingkat Kepuasan (kinerja > harapan)	Ordinal

Sumber Peneliti 2018.

### 3.5. Metode Penarikan Sampel

Penelitian ini menggunakan metode penarikan sampel dengan teknik sampling nonprobabilitas (non probability sampling). Dimana semua elemen populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Untuk menentukan sampel peneliti menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Populasi

e = Error atau nilai kritis atau batas ketelitian yang diinginkan, atau % tingkat kesalahan atau error yang masih ditolerir.

Perhitungan untuk menentukan jumlah sampel berdasarkan tingkat kesalahan 1% sampai 10%. Karena keterbatasan waktu dan tenaga serta demi kenyamanan para anggota Koperasi Kredit Sejahtera oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti menggunakan taraf kesalahan sebesar 10%.

Populasi yang digunakan yaitu jumlah anggota Koperasi kredit sejahtera selama tahun 2017 yaitu sebesar 17.034 orang dibagi dengan 12 bulan. Maka jumlah sampel yang dapat berdasarkan rumus slovin sebagai berikut:

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

$$n = \frac{1.419}{1 + 1.419(0.1)^2}$$

$$n = \frac{1.419}{15.19}$$

$n = 93.42$  dibulatkan menjadi 100 responden

### 3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara, antara lain:

a. Pengumpulan data sekunder secara manual

Pengumpulan data sekunder secara manual dengan menfotocopy buku atau laporan dari perusahaan.

b. Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden untuk diisi dan dijawab. Pengumpulan data dengan menggunakan kombinasi pertanyaan tertutup dan pertanyaan terbuka, yang diberikan kepada responden secara langsung sehingga didapatkan ke objektifan data yang tepat. Data yang dikumpulkan meliputi identitas responden serta tanggapan pelanggan mengenai kualitas dan kepuasan.

Pertanyaan-pertanyaan pada angket tertutup dibuat dengan skala Likert dengan skor 1-5. Skor 1-5 digunakan peneliti karena lebih sederhana dan memiliki nilai tengah yang digunakan untuk menjelaskan keragu-raguan atau netral dalam memilih jawaban. Untuk analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 8  
Skala Likert Pada Pertanyaan Tertutup

Alternatif Jawaban	Skor
Tidak Baik/Tidak Puas	1
Kurang Baik/Kurang Puas	2
Cukup Baik/Cukup Puas	3
Baik/Puas	4
Sangat Puas/Sangat Puas	5

(J. Supranto, 2011:240)

### 3.7. Metode Pengolahan Atau Analisis Data

#### 3.7.1. Uji Instrumen

##### 1. Uji Validitas

Sebelum menyebar kuesioner, terlebih dahulu dilakukan analisis uji validitas dan uji reabilitas untuk kesesuaian konsep pengukuran dengan fakta lapangan dan tingkat kemampuan atau konsistensi suatu alat ukur, juga untuk menilai apakah butir pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner sudah sesuai atau tidak.

Validitas dan reliabilitas adalah dua syarat minimal yang harus dipenuhi oleh instrumen penelitian. Menurut Zainal Arifin (2011:245) validitas adalah suatu derajat ketepatan instrumen (alat ukur), maksudnya apakah instrumen yang digunakan betul-betul mengukur apa yang diukur.

$$r = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{(n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2)(n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2)}}$$

Keterangan

r : Koefisien validitas item yang dicari

n : Jumlah responden

$X_i$  : Skor yang diperoleh subjek dari keseluruhan item

$Y_i$  : Skor total

$\sum X_i$  : Jumlah nilai dalam distribusi X

$\sum Y_i$  : Jumlah nilai dalam distribusi Y

$\sum X_i^2$  : Jumlah kuadrat dalam kontribusi X

$\sum Y_i^2$  : Jumlah kuadrat dalam kontribusi Y

(Sugiyono, 2017:274)

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Menurut Sugiyono (2009:365) “pengujian reliabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach, untuk mencari reliabilitas instrumen, misalnya angket.” Rumus koefisien reliabilitas Alpha Cronbach :

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

Keterangan

k : mean kuadrat antara subyek

$\sum S_i^2$  : mean kuadrat kesalahan

$S_t^2$  : Variansi total

(Sugiyono, 2017:365)

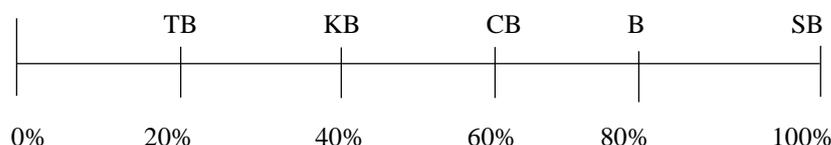
### 3.7.2. Metode Analisis Data

#### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskriptifkan atau menggambarkan atau memberi gambaran terhadap obyek yang akan diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Berdasarkan penelitian analisis deskriptif yang dilakukan untuk menghitung tanggapan responden mengenai kualitas jasa pelayanan dan kepuasan anggota koperasi kredit sejahtera (Sugiyono, 2017:29). Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$\text{Total Tanggapan responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi}} \times 100\%$$

Adapun langkah-langkah penelitian tanggapan responden sebagai berikut:



$$\text{Interval} = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas}}$$

Dimana:

Rentang = % tertinggi-% rendah

Kelas = 5 (sesuai dengan skala likert)

$$\text{Interval} = \frac{100-0}{5} = 20$$

Sehingga kriteria penilaian tanggapan responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 9  
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0-20	Tidak Baik/Tidak Puas
21-40	Kurang Baik/Kurang Puas
41-60	Cukup Baik/Cukup Puas
61-80	Baik/Puas
81-100	Sangat Baik/Sangat Puas

(J.Supranto, 2011:240)

## 2. Kolerasi Rank Spearman

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif hubungan kausal serta data yang diambil bersifat ordinal atau rangking, maka analisa yang digunakan untuk pengujian yaitu menggunakan metode analisa kolerasi Rank Spearman.

Pengujian hipotesis menggunakan tes uji Rank Spearman dengan rumus sebagai berikut:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum b_i^2}{n(n^2-1)}$$

Keterangan:

- $\rho$  = Koefisien Korelasi Rank Spearman
- $b_i$  = Selisih peringkat setiap data
- n = Jumlah Data

Tabel 10  
Pedoman Untuk Interpretasi Koefisien Kolerasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,19	Sangat Rendah
0,20-0,39	Rendah
0,40-0,59	Sedang
0,60-0,79	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

(Sugiyono, 2017:231)

### 3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui nilai presentase yang menunjukkan sejauh mana hubungan antara independen dan variabel dependen yang telah diuji melalui analisis kolerasi. Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan

Kd = Koefisien determinasi

r = Koefisien kolerasi

(Sugiyono, 2017:231)

### 4. Uji Hipotesis

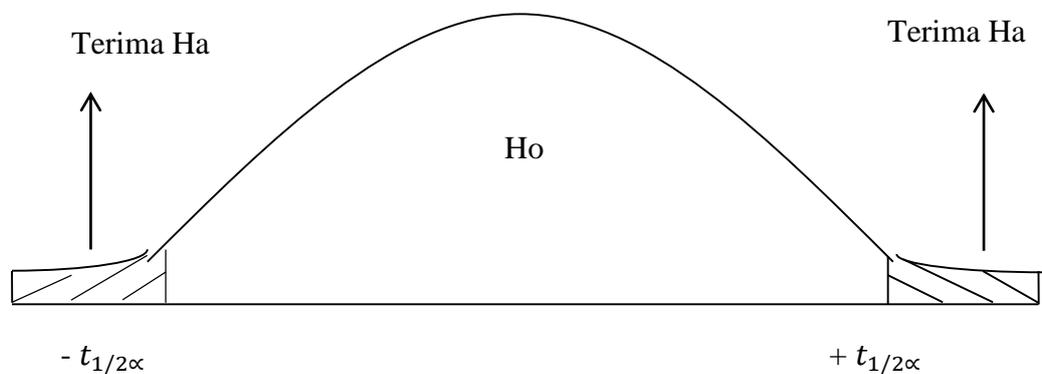
Uji t untuk mengetahui nyata atau tidak kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan/anggota, untuk menentukan nilai t-tabel dicari pada tabel distribusi t dengan tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  dan  $dk = n - 2$ , sedangkan thitung dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Sugiyono, 2017:231)

$H_0: =0$  Tidak terdapat hubungan antara kualitas jasa pelayanan dengan kepuasan pelanggan/anggota.

$H_a: \neq 0$  Terdapat terdapat hubungan antara kualitas jasa pelayanan dengan kepuasan pelanggan/anggota.



Data yang diperoleh nantinya akan menggunakan program olah data komputer yaitu program SPSS versi 23, baik untuk Uji Validitas dan Uji Reliabilitas kemudian pengolahan data Tanggapan Responden, Kolerasi Rank Spearman, Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Hasil Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Peusahaan**

Koperasi kredit sejahtera didirikan di Cibinong, Bogor pada tanggal 05 Oktober 1972. Awal mula pendiriannya diprakasai oleh 5 orang tokoh masyarakat Cibinong yang peka dan peduli pada keadaan sosial ekonomi masyarakat tingkat bawah pada saat itu, dengan anggota awal 40 orang dan modal awal Rp 40.000. Atas prakarsa beliau-beliau inilah pada tanggal 23 September 1975 Credit Union Sejahtera memperoleh badan hukum resmi dengan nomor 6262/BH/DK/10/9-75 dari Departemen Koperasi dengan nama Koperasi Kredit Sejahtera.

##### **4.1.2 Kegiatan usaha**

Kegiatan usaha koperasi yaitu menjalankan usaha simpan pinjam yang melayani anggota meliputi kegiatan seperti menghimpun dana anggota, memberikan pinjaman kepada anggota dan menempatkan dana pada koperasi.

##### **4.1.3 Visi, Misi, dan Tujuan**

###### **Visi**

Menjadi lembaga keuangan swadya yang sehat dan terpercaya pilihan utama masyarakat

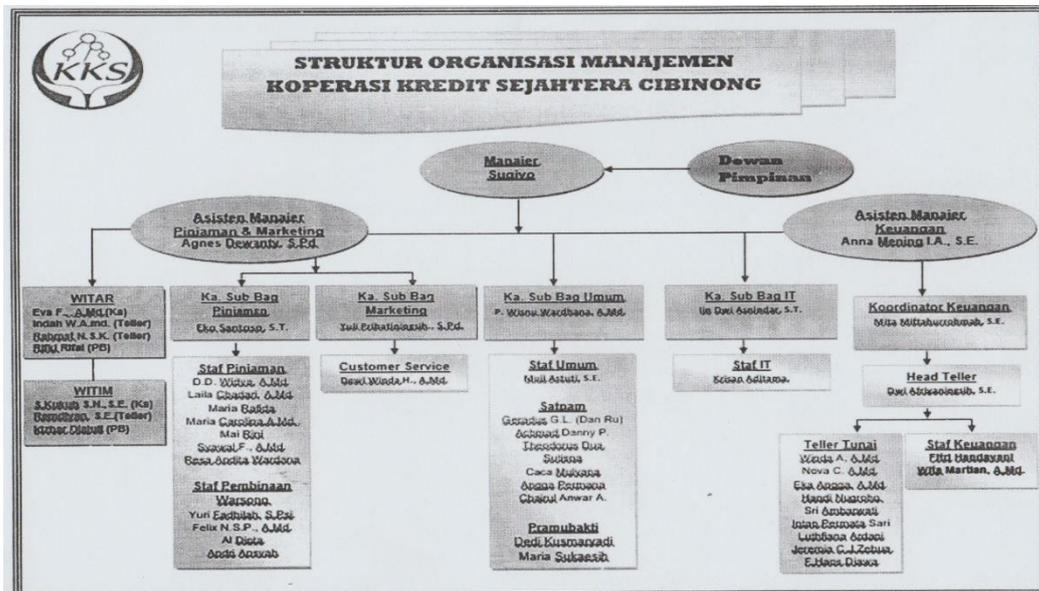
###### **Misi**

Meningkatkan kesejahteraan anggota melalui pelayanan keuangan yang prima dan profesional

###### **Tujuan**

1. Melatih para anggota agar hidup hemat dengan menyimpan secara teratur, sehingga terhimpun sejumlah dana untuk kepentingan masa depan.
2. Menyediakan pinjaman murah, cepat dan terarah.
3. Mengembangkan sikap bijak dalam mempergunakan uang.
4. Memperketat tali persaudaraan sesama anggota.
5. Menumbuhkan sikap percaya diri.
6. Meningkatkan kesejahteraan dengan proses pendidikan melalui kegiatan ekonomi

#### 4.1.4 Struktur Organisasi Koperasi Kredit Sejahtera



Sumber : Koperasi Kredit Sejahtera, 2018.

Gambar 7  
Struktur Organisasi Koperasi Kredit Sejahtera

Adapun uraian tugas dari masing-masing jabatan dari struktur organisasi tersebut yaitu:

1. Tugas Manajer yaitu memimpin tim manajemen sesuai dengan apa yang telah ditentukan sebelumnya dan mengevaluasi aktivitas organisasi koperasi.
2. Tugas Assisten Manajer Keuangan yaitu merencanakan, mengembangkan, dan mengontrol kegiatan asisten manajer keuangan di koperasi guna memberikan informasi keuangan secara komprehensif dan tepat waktu untuk membantu koperasi dalam proses pengambilan keputusan yang mendukung pencapaian target koperasi dan menjalin kerja sama dengan manajer.
3. Tugas Assisten Manajer Pinjaman & Marketing Merencanakan, mengembangkan, dan mengontrol kegiatan pinjaman dan marketing di koperasi guna memberikan informasi pinjaman dan marketing secara komprehensif dan tepat waktu untuk membantu koperasi dalam proses pengambilan keputusan yang mendukung pencapaian target koperasi dan menjalin kerja sama dengan manajer.
4. Tugas Kepala Sub Bagian Pinjaman yaitu melaksanakan kebijakan pinjaman yang telah digariskan. Mengarahkan bagaimana usaha kopdit yang berupa pinjaman dapat di kelola untuk melayani anggota sesuai dengan tujuan.

5. Tugas Kepala Sub Bagian Marketing yaitu bertanggung-jawab terhadap manajemen bagian pemasaran, membuat laporan pemasaran kepada manajer. Menciptakan, menumbuhkan, dan memelihara kerja sama yang baik dengan anggota.
6. Tugas Kepala Sub Bagian Umum
  - Melaksanakan pelayanan administrasi kepegawaian.
  - Melaksanakan pengendalian dan pelaksanaan norma, standar, pedoman, dan petunjuk operasional di bidang umum.
  - Melaksanakan monitoring, evaluasi, dan pelaporan kegiatan Bagian Umum.
7. Tugas Kepala Sub IT
  - Membuat usulan dan saran-saran penyesuaian program dan strategi dibidang Sistem dan Teknologi Informasi yang dipandang perlu dengan cara menyampaikan hasil evaluasi dalam rangka pencapaian tujuan jangka panjang,
  - Mengelola penerapan teknologi baru menggunakan prinsip-prinsip manajemen perubahan dengan cara sosialisasi yang terencana untuk meminimalkan resistensi pengguna.

## **4.2. Analisis Data**

### **4.2.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

#### **a. Uji validitas**

Berikut ini adalah hasil dari uji validitas pada kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

- Apabila  $T_{hitung} > T_{tabel}$ , Maka item kuesioner tersebut dinyatakan valid.
- Apabila  $T_{hitung} < T_{tabel}$ , Maka item kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 11  
 Hasil Uji Validitas Kualitas Jasa Pelayanan dan Kepuasan  
 Pelanggan

<b>Kualitas Jasa Pelayanan</b>				
Indikator	No soal	r hitung	r tabel	Keterangan
Realiabilitas (Reliability)	1	0,367	0,361	Valid
	2	0,584	0,361	Valid
	3	0,635	0,361	Valid
	4	0,536	0,361	Valid
Daya Tanggap (Responsiveness)	1	0,405	0,361	Valid
	2	0,528	0,361	Valid
	3	0,446	0,361	Valid
	4	0,661	0,361	Valid
Jaminan (Assurance)	1	0,655	0,361	Valid
	2	0,507	0,361	Valid
	3	0,658	0,361	Valid
	4	0,624	0,361	Valid
Empati (Empathy)	1	0,473	0,361	Valid
	2	0,435	0,361	Valid
	3	0,528	0,361	Valid
	4	0,417	0,361	Valid
Bukti Fisik (Tangibles)	1	0,547	0,361	Valid
	2	0,456	0,361	Valid
	3	0,448	0,361	Valid
	4	0,624	0,361	Valid
<b>Kepuasan Pelanggan</b>				
Indikator	No soal	r hitung	r tabel	Keterangan
Realiabilitas (Reliability)	1	0,481	0,361	Valid
	2	0,398	0,361	Valid
	3	0,418	0,361	Valid

	4	0,392	0,361	Valid
Daya Tanggap (Responsiveness)	1	0,573	0,361	Valid
	2	0,433	0,361	Valid
	3	0,442	0,361	Valid
	4	0,452	0,361	Valid
Jaminan (Assurance)	1	0,661	0,361	Valid
	2	0,442	0,361	Valid
	3	0,619	0,361	Valid
	4	0,452	0,361	Valid
Empati (Empathy)	1	0,400	0,361	Valid
	2	0,637	0,361	Valid
	3	0,562	0,361	Valid
	4	0,542	0,361	Valid
Bukti Fisik (Tangibles)	1	0,571	0,361	Valid
	2	0,584	0,361	Valid
	3	0,367	0,361	Valid
	4	0,616	0,361	Valid

Sumber data diolah oleh peneliti melalui SPSS 23.

Melalui tabel hasil uji validitas diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat 20 butir pertanyaan yang dikatakan valid, karena nilai nya lebih dari 0,361.

#### b. Uji Reliabilitas

Berikut ini hasil uji reliabilitas pada kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan:

Tabel 12  
Kualitas Jasa Pelayanan

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,881	20

Sumber data diolah oleh peneliti melalui SPSS 23

Berdasarkan tabel 12 dapat dilihat bahwa uji kualitas jasa pelayanan terhadap 30 orang responden didapatkan nilai alpha sebesar 0,881, yang artinya  $0,881 > 0,60$  maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini merupakan kuesioner yang reliabel.

Tabel 13  
Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,860	20

Sumber data diolah oleh peneliti melalui SPSS 23.

Berdasarkan tabel 13 dapat dilihat bahwa uji kualitas jasa pelayanan terhadap 30 orang responden didapatkan nilai alpha sebesar 0,881, yang artinya  $0,860 > 0,60$  maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini merupakan kuesioner yang reliabel.

#### 4.2.2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diteliti mencakup jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan lamanya menjadi anggota Koperasi Kredit Sejahtera. Berikut hasil data karakteristik responden yang merupakan Anggota Koperasi Kredit Sejahtera sebanyak 100 responden.

##### 1. Jenis Kelamin Responden

Berikut ini merupakan tabel dan gambar responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 14  
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Pria	15	15
Perempuan	85	85
Total	100	100

Sumber Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat dilihat jumlah responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan responden berjenis kelamin pria yaitu mencapai 85% dan jumlah responden pria sebesar 15%.

## 2. Usia Responden

Berikut ini merupakan tabel dan gambar responden berdasarkan usia responden:

Tabel 15  
Usia Responden

Usia	Jumlah	Presentase (%)
20-30 Tahun	20	20
31-40 Tahun	32	32
41-50 Tahun	28	28
51-60 Tahun	17	17
>61 Tahun	3	3
Total	100	100

Sumber Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa usia responden terbesar adalah usia 31-40 Tahun sebanyak 32%, usia 41-50 Tahun sebanyak 28%, usia 20-30 Tahun sebanyak 20%, usia 51-60 Tahun sebanyak 17%, dan >61 Tahun sebanyak 3%.

## 3. Pekerjaan Responden

Berikut ini merupakan tabel dan gambar responden berdasarkan pekerjaan responden:

Tabel 16  
Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
PNS/ASN	2	2,0
Karyawan/Pegawai Swasta	32	32,0
Wiraswasta	66	66,0
Lain-lain	-	-
Total	100	100

Sumber Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa jumlah pekerjaan yang terbesar responden adalah wiraswasta sebesar 66%, karyawan/pegawai swasta sebesar 32% dan PNS/ASN sebesar 2%.

#### 4. Pendidikan Responden

Berikut ini merupakan tabel dan gambar responden berdasarkan pendidikan responden:

Tabel 17  
Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
SMP	21	21
SMA/SMK	61	61
Diploma	6	6
Sarjana	12	12
Lain-lain	-	-
Total	100	100

Sumber Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat dilihat jumlah pendidikan terakhir responden terbesar adalah SMA/SMK sebesar 61%, SMP sebesar 21%, Sarjana sebesar 12% dan Diploma sebesar 6%.

#### 5. Lamanya Menjadi Anggota Koperasi Kredit Sejahtera

Berikut ini merupakan tabel dan gambar responden berdasarkan lamanya menjadi anggota Koperasi Kredit Sejahtera:

Tabel 18  
Lamanya Menjadi Anggota Koperasi Kredit Sejahtera

Lamanya Menjadi Anggota Koperasi Kredit Sejahtera	Jumlah	Presentase (%)
≤ 2 Tahun	14	14
3-6 Tahun	43	43
7-10 Tahun	22	22
>11 Tahun	21	21
Total	100	100

Sumber Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat dilihat jumlah responden yang sudah lamanya menjadi anggota koperasi kredit sejahtera yang terbesar yaitu 3-6 Tahun sebanyak 43%, 7-10 Tahun sebanyak 22%, >11 Tahun sebanyak 21%, dan ≤ 2 Tahun sebanyak 14%.

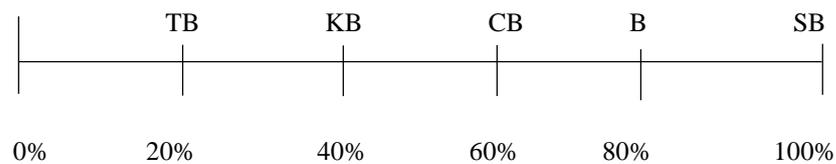
### 4.2.3. Analisis Deskriptif

Untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara mendalam mengenai objek yang akan diteliti, yaitu mengenai kualitas jasa pelayanan dan kepuasan anggota dengan menggunakan tanggapan total responden.

#### a. Tanggapan Total Responden

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi}} \times 100\%$$

Adapun langkah-langkah penelitian tanggapan responden sebagai berikut:



$$= \frac{\text{Rentang}}{\text{Interval}}$$

Dimana:

Rentang = % tertinggi-% rendah

Kelas = 5 (sesuai dengan skala likert)

$$= \frac{100 - 0}{5}$$

Interval = 20

Sehingga kriteria penilaian tanggapan responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 19  
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0-20	Tidak Baik/Tidak Puas
21-40	Kurang Baik/Kurang Puas
41-60	Cukup Baik/Cukup Puas
61-80	Baik/Puas
81-100	Sangat Baik/Sangat Puas

(J.Supranto, 2011:240)

### 4.3. Pembahasan

#### 4.3.1. Kualitas Jasa Pelayanan Yang Diberikan Koperasi Kredit Sejahtera

Berikut ini merupakan tanggapan responden mengenai pertanyaan variabel Kualitas Jasa Pelayanan.

##### 1. Reliabilitas (Reliability)

- a. Manajemen KKS mencatat transaksi dengan benar.

Tabel 20

Manajemen KKS mencatat transaksi dengan benar

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Baik	5	47	235	47
Baik	4	34	136	34
Cukup Baik	3	14	42	14
Kurang Baik	2	5	10	5
Tidak Baik	1	0	0	0
Total		100	423	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat baik sebesar 47%, baik sebesar 34%, cukup baik sebesar 14% dan kurang baik 5%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{423}{5 \times 100} \times 100\% = 84,6\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 84,6% dan menyatakan sangat baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

## b. Manajemen KKS melayani anggota dengan tepat waktu

Tabel 21

## Manajemen KKS melayani anggota dengan tepat waktu

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Baik	5	32	160	32
Baik	4	30	120	30
Cukup Baik	3	38	114	38
Kurang Baik	2	0	0	0
Tidak Baik	1	0	0	0
Jumlah		100	394	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab cukup baik sebesar 38%, sangat baik sebesar 32% dan baik sebesar 30%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{394}{5 \times 100} \times 100\% = 78,8\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 78,8% dan menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

## c. Manajemen KKS dalam melayani tidak membedakan anggota yang datang

Tabel 22

## Manajemen KKS dalam melayani tidak membedakan anggota yang datang

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Baik	5	33	165	33
Baik	4	54	216	54
Cukup Baik	3	10	30	10
Kurang Baik	2	3	6	3
Tidak Baik	1	0	0	0
Total		100	417	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab baik sebanyak sebesar 54%, sangat baik sebesar 33%, cukup baik sebesar 10% dan kurang baik sebesar 3%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{417}{5 \times 100} \times 100\% = 83,4\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 83,4% dan menyatakan sangat baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

- d. Manajemen KKS memberikan pelayanan secara profesional kepada anggota

Tabel 23  
Manajemen KKS memberikan pelayanan secara profesional kepada anggota.

Keterangann	Bobot	Jumlah	Skor	Presesntase (%)
Sangat Baik	5	35	175	35
Baik	4	34	136	34
Cukup Baik	3	26	78	26
Kurang Baik	2	5	10	5
Tidak Baik	1	0	0	0
Total		100	399	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat baik sebesar 35%, baik sebesar 34%, cukup baik sebesar 26% dan kurang baik sebesar 5%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{399}{5 \times 100} \times 100\% = 79,8\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 79,8% dan menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

## 2. Daya Tanggap (Responsiveness)

- a. Manajemen KKS mampu memberikan informasi tentang layanan dengan jelas dan tepat.

Tabel 24  
Manajemen KKS mampu memberikan informasi tentang layanan dengan jelas dan tepat

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Baik	5	24	120	24
Baik	4	54	216	54
Cukup Baik	3	21	63	21
Kurang Baik	2	1	2	1
Tidak Baik	1	0	0	0
Total		100	401	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab baik sebesar 54%, sangat baik sebesar 24%, cukup baik sebesar 21% dan kurang baik sebesar 1%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{401}{5 \times 100} \times 100\% = 80,2\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 80,2% dan menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

- b. Manajemen KKS lancar dalam berkomunikasi dengan anggota

Tabel 25  
Manajemen KKS lancar dalam berkomunikasi dengan anggota

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Baik	5	26	130	26
Baik	4	48	192	48
Cukup Baik	3	23	69	23
Kurang Baik	2	3	6	3
Tidak Baik	1	0	0	0
Total		100	397	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018.

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab baik sebesar 48%, sangat baik sebesar 26%, cukup baik sebesar 23% dan kurang baik sebesar 3%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{397}{5 \times 100} \times 100\% = 79,4\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 79,4% dan menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

- c. Manajemen KKS dapat menjawab setiap pertanyaan anggota mengenai simpan pinjam

Tabel 26  
Manajemen KKS dapat menjawab setiap pertanyaan anggota mengenai simpan pinjam

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Baik	5	20	100	20
Baik	4	40	160	40
Cukup Baik	3	38	114	38
Kurang Baik	2	2	4	2
Tidak Baik	1	0	0	0
Total		100	378	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab baik sebesar 40%, cukup baik sebesar 38%, sangat baik sebesar 20% dan kurang baik sebesar 2%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{378}{5 \times 100} \times 100\% = 75,6\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 75,6% dan menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

- d. Manajemen KKS cepat memberikan solusi atas keluhan dari anggota

Tabel 27  
Manajemen KKS cepat memberikan solusi atas keluhan dari anggota

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Baik	5	21	105	21
Baik	4	39	156	39
Cukup Baik	3	25	75	25
Kurang Baik	2	15	30	15
Tidak Baik	1	0	0	0
Total		100	366	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018.

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab baik sebesar 39%, cukup baik sebesar 25%, sangat baik sebesar 21% dan kurang baik 15%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{366}{5 \times 100} \times 100\% = 73,2\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 73,2% dan menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

### 3. Jaminan (Assurance)

- a. Manajemen KKS memberikan jaminan keamanan dalam penyimpanan dana.

Tabel 28  
Manajemen KKS memberikan Jaminan keamanan dalam penyimpanan dana

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Baik	5	28	140	28
Baik	4	38	152	38
Cukup Baik	3	34	102	34
Kurang Baik	2	0	0	0
Tidak Baik	1	0	0	0
Jumlah		100	394	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab baik sebesar 38%, cukup baik sebesar 34% dan sangat baik sebesar 28%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{394}{5 \times 100} \times 100\% = 78,8\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 78,8% dan menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

- b. Manajemen KKS menjamin kerahasiaan keuangan anggota.

Tabel 29  
Manajemen KKS menjamin kerahasiaan keuangan anggota

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Baik	5	33	165	33
Baik	4	36	144	36
Cukup Baik	3	31	93	31
Kurang Baik	2	0	0	0
Tidak Baik	1	0	0	0
Jumlah		100	402	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan responden yang menjawab baik sebesar 36%, sangat baik sebesar 33% dan cukup baik sebesar 31%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{402}{5 \times 100} \times 100\% = 80,4\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 80,4% dan menyatakan baik terhadapap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

- c. Manajemen KKS memberikan rasa aman kepada anggota dalam melakukan transaksi.

Tabel 30

Manajemen KKS memberikan rasa aman kepada anggota dalam melakukan transaksi.

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Baik	5	28	140	28
Baik	4	39	156	39
Cukup Baik	3	33	99	33
Kurang Baik	2	0	0	0
Tidak Baik	1	0	0	0
Jumlah		100	395	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab baik sebesar 39%, cukup baik sebesar 33% dan sangat baik sebesar 28%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{395}{5 \times 100} \times 100\% = 79\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 79% menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

- d. Manajemen KKS mampu memahami kondisi keuangan anggota.

Tabel 31

Manajemen KKS mampu memahami kondisi keuangan anggota

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Baik	5	30	150	30
Baik	4	37	148	37
Cukup Baik	3	33	99	33
Kurang Baik	2	0	0	0
Tidak Baik	1	0	0	0
Jumlah		100	397	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018.

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab baik sebesar 37%, cukup baik sebesar 33% dan sangat baik sebesar 30%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{397}{5 \times 100} \times 100\% = 79,4\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 79,4% dan menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

#### 4. Empati (Empathy)

- a. Manajemen KKS mampu menanamkan kepercayaan kepada anggota.

Tabel 32

Manajemen KKS mampu menanamkan kepercayaan kepada anggota

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Baik	5	30	150	30
Baik	4	36	144	36
Cukup Baik	3	28	84	28
Kurang Baik	2	6	12	6
Tidak Baik	1	0	0	0
Jumlah		100	390	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab baik sebesar 36%, sangat baik sebesar 30%, cukup baik 28% dan kurang baik sebesar 6%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{390}{5 \times 100} \times 100\% = 78\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 78% dan menyatakan baik terhadap kualitas pelanggan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

b. Manajemen KKS mampu memahami keinginan anggota.

Tabel 33

Manajemen KKS mampu memahami keinginan anggota

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Baik	5	23	115	23
Baik	4	50	200	50
Cukup Baik	3	26	78	26
Kurang Baik	2	1	2	1
Tidak Baik	1	0	0	0
Jumlah		100	395	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab baik sebesar 50%, cukup baik sebesar 26%, sangat baik sebesar 23% dan cukup baik sebesar 1%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{395}{5 \times 100} \times 100\% = 79\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 79% dan menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

- c. Manajemen KKS mampu memahami kebutuhan anggota.

Tabel 34

Manajemen KKS mampu memahami kebutuhan anggota

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Baik	5	26	130	26
Baik	4	30	120	30
Cukup Baik	3	30	90	30
Kurang Baik	2	14	28	14
Tidak Baik	1	0	0	0
Jumlah		100	368	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab baik sebesar 30%, cukup baik sebesar 30%, sangat baik sebesar 26% dan kurang baik sebesar 14%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{368}{5 \times 100} \times 100\% = 73,6\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 73,6% dan menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

- d. Anggota merasa diperlakukan dengan baik oleh manajemen KKS pada saat melakukan transaksi.

Tabel 35

Anggota merasa diperlakukan dengan baik oleh manajemen KKS pada saat melakukan transaksi

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Baik	5	28	140	28
Baik	4	45	180	45
Cukup Baik	3	25	75	25
Kurang Baik	2	2	4	2
Tidak Baik	1	0	0	0
Jumlah		100	399	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat baik sebesar 45%, sangat baik sebesar 28%, cukup baik sebesar 25% dan kurang baik sebesar 2%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{399}{5 \times 100} \times 100\% = 79,8\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas, mengenai tanggapan responden dengan hasil 79,8% dan menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

## 5. Bukti Fisik (Tangibles)

- a. KKS mempunyai tempat parkir yang memadai.

Tabel 36

KKS mempunyai tempat parkir yang memadai

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Baik	5	24	120	24
Baik	4	49	196	49
Cukup Baik	3	25	75	25
Kurang Baik	2	2	4	2
Tidak Baik	1	0	0	0
Total		100	395	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab baik sebesar 49%, cukup baik sebesar 25%, sangat baik sebesar 24% dan kurang baik sebesar 2%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{395}{5 \times 100} \times 100\% = 79\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 79% dan menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

- b. KKS menempati lokasi yang strategis dan mudah dijangkau.

Tabel 37

KKS menempati lokasi yang strategis dan mudah dijangkau

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Baik	5	33	165	33
Baik	4	36	144	36
Cukup Baik	3	31	93	31
Kurang Baik	2	0	0	0
Tidak Baik	1	0	0	0
Jumlah		100	402	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab baik sebesar 36%, sangat baik sebesar 33% dan cukup baik sebesar 31%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{402}{5 \times 100} \times 100\% = 80,4\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 80,4% dan menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

- c. Gedung KKS bersih dan nyaman.

Tabel 38

Gedung KKS bersih dan nyaman

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Baik	5	28	140	28
Baik	4	45	180	45
Cukup Baik	3	25	75	25
Kurang Baik	2	2	4	2
Tidak Baik	1	0	0	0
Jumlah		100	399	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan responden yang menjawab baik sebesar 45%, sangat baik sebesar 28%, cukup baik sebesar 25% dan kurang baik 2%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{399}{5 \times 100} \times 100\% = 79,8\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 79,8% dan menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

d. Manajemen KKS berpenampilan rapih.

Tabel 39

Manajemen KKS berpenampilan rapih

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Baik	5	22	110	22
Baik	4	51	204	51
Cukup Baik	3	25	75	25
Kurang Baik	2	2	4	2
Tidak Baik	1	0	0	0
Jumlah		100	393	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab baik sebesar 51%, cukup baik sebesar 25%, sangat baik sebesar 22% dan kurang baik sebesar 2%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{393}{5 \times 100} \times 100\% = 78,6\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 78,6% dan menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

Berikut ini adalah hasil tanggapan responden kinerja terhadap kualitas jasa pelayanan dengan indikator Reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik:

Tabel 40  
 Hasil Rata-Rata Tanggapan Pelanggan Terhadap Kinerja Kualitas  
 Jasa Pelayanan Pada Koperasi Kredit Sejahtera

No	Indikator	Presentase (%)	Kriteria
<b>I</b>	<b>Reliabilitas (Reliability)</b>		
1	Manajemen KKS mencatat transaksi dengan benar.	84,6	Sangat Baik
2	Manajemen KKS melayani anggota dengan tepat waktu.	78,8	Baik
3	Manajemen KKS dalam melayani tidak membedakan anggota yang datang.	83,4	Sangat Baik
4	Manajemen KKS memberikan pelayanan secara profesional kepada anggota.	79,8	Baik
Jumlah		326,6	
Rata-rata		81,65	Sangat Baik
<b>II</b>	<b>Daya Tanggap (Responsiveness)</b>		
5	Manajemen KKS mampu memberikan informasi tentang layanan dengan jelas dan tepat.	80,2	Baik
6	Manajemen KKS lancar dalam berkomunikasi dengan anggota.	79,4	Baik
7	Manajemen KKS dapat menjawab setiap pertanyaan anggota mengenai simpan pinjam.	75,6	Baik
8	Manajemen KKS cepat memberikan solusi atas keluhan dari anggota.	73,2	Baik
Jumlah		308,4	
Rata-rata		77,1	Baik
<b>III</b>	<b>Jaminan (Assurance)</b>		
9	Manajemen KKS memberikan jaminan keamanan dalam penyimpanan dana	78,8	Baik

10	Manajemen KKS menjamin kerahasiaan keuangan anggota.	80,4	Baik
11	Manajemen KKS memberikan rasa aman kepada anggota dalam melakukan transaksi.	79	Baik
12	Manajemen KKS mampu memahami kondisi keuangan anggota.	79,4	Baik
Jumlah		317,6	
Rata-rata		79,4	Baik
<b>IV</b>	<b>Empati (Empathy)</b>		
13	Manajemen KKS mampu menanamkan kepercayaan kepada anggota.	78	Baik
14	Manajemen KKS mampu memahami keinginan anggota.	79	Baik
15	Manajemen KKS mampu memahami kebutuhan anggota.	73,6	Baik
16	Anggota merasa diperlakukan dengan baik oleh manajemen KKS pada saat melakukan transaksi.	79,8	Baik
Jumlah		317,6	
Rata-rata		79,4	Baik
<b>V</b>	<b>Bukti Fisik (Tangibles)</b>		
17	KKS mempunyai tempat parkir yang memadai.	79	Baik
18	KKS menenpati lokasi yang strategis dan mudah dijangkau	80,4	Baik
19	Gedung KKS bersih dan nyaman	79,8	Baik
20	Manajemen KKS berpenampilan rapih.	78,6	Baik
Jumlah		317,8	
Rata-rata		79,45	Baik

Sumber Hasil Pengolahan Data, 2018.

Berdasarkan hasil diatas dapat dilihat bahwa indikator reliabilitas yang menjadi perhatian bagi koperasi yaitu manajemen KKS melayani anggota dengan tepat waktu dan manajemen belum memberikan pelayanan secara profesional kepada anggota. Pada indikator daya tanggap yang menjadi perhatian bagi koperasi yaitu manajemen KKS cepat memberikan solusi atas keluhan dari anggota, manajemen dapat menjawab setiap pertanyaan anggota mengenai simpan pinjam dan manajemen lancar berkomunikasi dengan anggota. Pada indikator jaminan yang menjadi perhatian bagi koperasi yaitu manajemen KKS memberikan jaminan keamanan dalam penyimpanan dana dan manajemen memberikan rasa aman kepada anggota dalam melakukan transaksi. Dari indikator empati yang menjadi perhatian bagi koperasi yaitu manajemen KKS mampu memahami kebutuhan anggota, manajemen mampu menanamkan kepercayaan kepada anggota dan manajemen mampu memahami keinginan anggota. Sedangkan indikator bukti fisik yang menjadi perhatian bagi koperasi yaitu manajemen KKS berpenampilan rapih.

Dari hasil keseluruhan indikator pada variabel kualitas jasa pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 41  
Hasil Keseluruhan Indikator Pada Variabel Kualitas Jasa  
Pelayanan

No	Keterangan	Rata-rata (%)	Kriteria
1	Reliabilitas	81,65	Sangat Baik
2	Daya Tanggap	77,1	Baik
3	Jaminan	79,4	Baik
4	Empati	77,6	Baik
5	Bukti Fisik	79,45	Baik
Jumlah		395,2	
Rata-rata		79,04	Baik

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2018.

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa hasil keseluruhan pada variabel kualitas jasa pelayanan dari indikator reliabilitas sebesar 81,65%, indikator daya tanggap sebesar 77,1%, indikator jaminan sebesar 79,4%, indikator empati sebesar 77,6%, indikator bukti fisik sebesar 79,45% dan hasil rata-rata keseluruhan sebesar 79,04% yang menyatakan baik terhadap kualitas jasa pelayanan.

#### 4.3.2. Tingkat Kepuasan Anggota Atas Pelayanan Pada Koperasi Kredit Sejahtera

Berikut ini merupakan tanggapan responden mengenai pertanyaan variabel Kepuasan anggota.

##### 1. Reliabilitas (Reliability)

- a. Manajemen KKS mencatat transaksi dengan benar

Tabel 42

Manajemen KKS mencatat transaksi dengan benar

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Puas	5	36	180	36
Puas	4	30	120	30
Cukup Puas	3	28	84	28
Kurang Puas	2	6	12	6
Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	396	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat puas sebesar 36%, puas sebesar 30%, cukup puas sebesar 28% dan kurang puas sebesar 6%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{396}{5 \times 100} \times 100\% = 79,2\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 79,2% dan menyatakan puas terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

b. Manajemen KKS melayani anggota dengan tepat waktu

Tabel 43

Manajemen KKS melayani anggota dengan tepat waktu

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Puas	5	25	125	25
Puas	4	41	164	41
Cukup Puas	3	28	84	28
Kurang Puas	2	6	12	6
Tidak Puas	1	0	0	0
Jumlah		100	385	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa yang responden menjawab puas sebesar 41%, cukup puas sebesar 28%, sangat puas sebesar 25% dan kurang puas sebesar 6%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{385}{5 \times 100} \times 100\% = 77\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 77% dan menyatakan puas terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

c. Manajemen KKS dalam melayani tidak membedakan anggota yang datang.

Tabel 44

Manajemen KKS dalam melayani tidak membedakan anggota yang datang

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Peresentase (%)
Sangat Puas	5	32	160	32
Puas	4	34	136	34
Cukup Puas	3	31	93	31
Kurang Puas	2	3	6	3
Tidak Puas	1	0	0	0
Jumlah		100	395	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018.

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab puas sebesar 34%, sangat puas sebesar 32%, cukup puas sebesar 31% dan kurang puas sebesar 3%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{395}{5 \times 100} \times 100\% = 79\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan pertanyaan dengan hasil 79% dan menyatakan puas terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

- d. Manajemen KKS memberikan pelayanan secara profesional kepada anggota.

Tabel 45  
Manajemen KKS memberikan pelayanan secara profesional kepada anggota

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Puas	5	30	150	30
Puas	4	40	160	40
Cukup Puas	3	29	87	29
Kurang Puas	2	1	2	1
Tidak Puas	1	0	0	0
Jumlah		100	399	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018.

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab puas sebesar 40%, sangat puas sebesar 30%, cukup puas sebesar 29% dan kurang puas sebesar 1%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{399}{5 \times 100} \times 100\% = 79,8\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 79,8% dan menyatakan puas terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan Koperasi Kredit Sejahtera.

## 2. Daya Tanggap (Responsiveness)

- a. Manajemen KKS mampu memberikan informasi tentang layanan dengan jelas dan tepat.

Tabel 46

Manajemen KKS mampu memberikan informasi tentang layanan dengan jelas dan tepat

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Puas	5	34	170	34
Puas	4	33	132	33
Cukup Puas	3	32	36	32
Kurang Puas	2	1	2	1
Tidak Puas	1	0	0	0
Jumlah		100	340	100

Sumber : Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat puas sebesar 34%, puas sebesar 33%, cukup puas sebesar 32% dan kurang puas sebesar 1%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{340}{5 \times 100} \times 100\% = 68\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 68% dan menyatakan puas terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

- b. Manajemen KKS lancar dalam berkomunikasi dengan anggota.

Tabel 47

Manajemen KKS lancar dalam berkomunikasi dengan anggota

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Puas	5	30	150	30
Puas	4	32	128	32
Cukup Puas	3	37	111	37
Kurang Puas	2	1	2	1
Tidak Puas	1	0	0	0
Jumlah		100	391	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab cukup puas sebesar 37% , puas sebesar 32% , sangat puas sebesar 30% dan kurang puas sebesar 1%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{391}{5 \times 100} \times 100\% = 78,2\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 78,2% dan menyatakan puas terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

- c. Manajemen KKS dapat menjawab setiap pertanyaan anggota mengenai simpan pinjam.

Tabel 48

Manajemen KKS dapat menjawab setiap pertanyaan anggota mengenai simpan pinjam

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Puas	5	35	175	35
Puas	4	31	124	31
Cukup Puas	3	31	93	31
Kurang Puas	2	3	6	3
Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	398	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat puas sebesar 35% , puas sebesar 31% , cukup puas sebesar 31% dan kurang puas sebesar 3%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{398}{5 \times 100} \times 100\% = 79,6\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 79,6% dan menyatakan puas terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

- d. Manajemen KKS cepat memberikan solusi atas keluhan dari anggota.

Tabel 49  
Manajemen KKS cepat memberikan solusi atas keluhan dari anggota

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Puas	5	15	75	15
Puas	4	54	216	54
Cukup Puas	3	28	84	28
Kurang Puas	2	3	6	3
Tidak Puas	1	0	0	0
Jumlah		100	381	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab puas sebesar 54%, cukup puas sebesar 28%, sangat puas sebesar 15% dan kurang puas sebesar 3%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{381}{5 \times 100} \times 100\% = 76,2\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 76,2% dan menyatakan puas terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

### 3. Jaminan (Assurance)

- a. Manajemen KKS memberikan jaminan keamanan dalam penyimpanan dana.

Tabel 50

Manajemen KKS memberikan jaminan keamanan dalam penyimpanan dana

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Puas	5	47	235	47
Puas	4	27	108	27
Cukup Puas	3	26	78	26
Kurang Puas	2	0	0	0
Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	421	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat puas sebesar 47%, puas sebesar 27% dan cukup puas sebesar 26%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{476}{5 \times 100} \times 100\% = 84,2\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 84,2% dan menyatakan sangat puas terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

b. Manajemen KKS menjamin kerahasiaan keuangan anggota

Tabel 51

Manajemen KKS menjamin kerahasiaan keuangan anggota

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Puas	5	38	190	38
Puas	4	30	120	30
Cukup Puas	3	32	96	32
Kurang Puas	2	0	0	0
Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	406	100

Sumber: Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018.

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat puas sebesar 38%, cukup puas sebesar 32% dan puas sebesar 30%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{406}{5 \times 100} \times 100\% = 81,2\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 81,2% dan menatakan sangat puas terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

c. Manajemen KKS memberikan rasa aman kepada anggota dalam melakukan transaksi.

Tabel 52

Manajemen KKS memeberikan rasa aman kepada anggota dalam melakukan transaksi

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentare (%)
Sangat Puas	5	35	175	35
Puas	4	30	120	30
Cukup Puas	3	35	105	35
Kurang Puas	2	0	0	0
Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	400	100

Sumber: Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018.

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat puas sebesar 35%, cukup puas sebesar 35%, dan puas sebesar 30%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{400}{5 \times 100} \times 100\% = 80\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 80% dan menyatakan puas terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

- d. Manajemen KKS mampu memahami kondisi keuangan anggota.

Tabel 53

Manajemen KKS mampu memahami kondisi keuangan kondisi anggota

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Puas	5	23	115	23
Puas	4	44	176	44
Cukup Puas	3	33	99	33
Kurang Puas	2	0	0	0
Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	390	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018.

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab puas sebesar 44%, cukup puas sebesar 33%, dan sangat puas sebesar 33%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{390}{5 \times 100} \times 100\% = 78\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 78% dan menyatakan puas terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

#### 4. Empati (Empathy)

- a. Manajemen KKS mampu menanamkan kepercayaan kepada anggota.

Tabel 54

Manajemen KKS mampu menanamkan kepercayaan kepada anggota

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Puas	5	38	190	38
Puas	4	34	136	34
Cukup Puas	3	28	84	28
Kurang Puas	2	0	0	0
Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	410	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab puas sebesar 38%, puas sebesar 34% dan cukup puas sebesar 28%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{410}{5 \times 100} \times 100\% = 82\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 82% dan menyatakan sangat puas terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

- b. Manajemen KKS mampu memahami keinginan anggota.

Tabel 55

## Manajemen KKS mampu memahami keinginan anggota

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Puas	5	25	125	25
Puas	4	42	168	42
Cukup Puas	3	31	91	31
Kurang Puas	2	2	4	2
Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	384	100

Sumber : Hasil Data Kueisoner Diolah, 2018.

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab puas sebesar 42%, cukup puas sebesar 31%, sangat puas sebesar 25% dan kurang puas sebesar 2%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{384}{5 \times 100} \times 100\% = 76,8\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 76,8% dan menyatakan puas terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Kopersi Kredit Sejahtera.

- c. Manajemen KKS mampu memahami kebutuhan anggota.

Tabel 56

## Manajemen KKS mampu memahami kebutuhan anggota

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Puas	5	33	165	33
Puas	4	35	140	35
Cukup Puas	3	25	75	25
Kurang Puas	2	7	14	7
Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	394	100

Sumber : Hasil Data Kusioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab puas sebesar 35%, sangat puas sebesar 33%, cukup puas sebesar 25% dan kurang puas 7%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{394}{5 \times 100} \times 100\% = 78,8\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 78,8% dan menyatakan puas terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

- d. Anggota merasa diperlakukan dengan baik oleh manajemen KKS pada saat melakukan transaksi.

Tabel 57

Anggota merasa diperlakukan dengan baik oleh manajemen KKS pada saat melakukan transaksi

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Puas	5	30	150	30
Puas	4	37	148	37
Cukup Puas	3	33	99	33
Kurang Puas	2	0	0	0
Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	397	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden menjawab puas sebesar 37%, cukup puas sebesar 33% dan sangat puas sebesar 30%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{397}{5 \times 100} \times 100\% = 79,4\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 79,4% dan menyatakan puas terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

## 5. Bukti Fisik (Tangibles)

- a. KKS mempunyai tempat parkir yang memadai.

Tabel 58

KKS mempunyai tempat parkir yang memadai

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Puas	5	24	120	24
Puas	4	52	208	52
Cukup Puas	3	22	66	22
Kurang Puas	2	2	4	2
Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	398	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab puas sebesar 52%, sangat puas sebesar 24%, cukup puas sebesar 22% dan kurang puas 2%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{398}{5 \times 100} \times 100\% = 79,6\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 79,6% dan menyatakan puas terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

- b. KKS menenpati lokasi yang strategis dan mudah dijangkau.

Tabel 59

KKS menenpati lokasi yang strategis dan mudah dijangkau

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Puas	5	24	120	24
Puas	4	46	184	46
Cukup Puas	3	27	81	27
Kurang Puas	2	3	6	3
Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	391	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018.

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab puas sebesar 46%, cukup puas sebesar 27%, sangat puas sebesar 24% dan kurang puas sebesar 3%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{391}{5 \times 100} \times 100\% = 78,2\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 78,2% dan menyatakan puas terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

- c. Gedung KKS bersih dan nyaman.

Tabel 60  
Gedung KKS bersih dan nyaman

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Puas	5	32	160	32
Puas	4	35	140	35
Cukup Puas	3	33	99	33
Kurang Puas	2	0	0	0
Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	399	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden menjawab puas sebesar 35%, cukup puas sebesar 33% dan sangat puas sebesar 32%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{399}{5 \times 100} \times 100\% = 79,8\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 79,8% dan menyatakan puas terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera

## d. Manajemen KKS berpenampilan rapih.

Tabel 61  
Manajemen KKS berpenampilan rapih

Keterangan	Bobot	Jumlah	Skor	Presentase (%)
Sangat Puas	5	30	150	30
Puas	4	33	132	33
Cukup Puas	3	34	102	34
Kurang Puas	2	3	6	3
Tidak Puas	1	0	0	0
Total		100	390	100

Sumber : Hasil Data Kuesioner Diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden menjawab cukup puas sebesar 34%, puas sebesar 33%, sangat puas sebesar 30%, dan kurang puas 3%.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{390}{5 \times 100} \times 100\% = 78\%$$

Berdasarkan hasil responden diatas mengenai tanggapan responden dengan hasil 78% dan menyatakan puas terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera.

Berikut ini adalah hasil tanggapan responden kepuasan terhadap kepuasan pelanggan dengan indikator Reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik:

Tabel 62  
 Hasil Rata-Rata Tanggapan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pada  
 Koperasi Kredit Sejahtera

No	Indikator Kepuasan Pelanggan	Presentase (%)	Kriteria
<b>I</b>	<b>Reliabilitas (Reliability)</b>		
1	Manajemen KKS mencatat transaksi dengan benar.	79,2	Puas
2	Manajemen KKS melayani anggota dengan tepat waktu.	77	Puas
3	Manajemen KKS dalam melayani tidak membedakan anggota yang datang.	79	Puas
4	Manajemen KKS memberikan pelayanan secara profesional kepada anggota.	79,8	Puas
Jumlah		315	
Rata-Rata		78,75	Puas
<b>II</b>	<b>Daya Tanggap (Responsiveness)</b>		
5	Manajemen KKS mampu memberikan informasi tentang layanan dengan jelas dan tepat.	68	Puas
6	Manajemen KKS lancar dalam berkomunikasi dengan anggota.	78,2	Puas
7	Manajemen KKS dapat menjawab setiap pertanyaan anggota mengenai simpan pinjam.	79,6	Puas
8	Manajemen KKS cepat memberikan solusi atas keluhan dari anggota.	76,2	Puas
Jumlah		302	
Rata-Rata		75,5	Puas
<b>III</b>	<b>Jaminan (Assurance)</b>		
9	Manajemen KKS memberikan jaminan keamanan dalam penyimpanan dana	84,2	Sangat Puas
10	Manajemen KKS menjamin kerahasiaan keuangan anggota.	81,2	Sangat Puas

11	Manajemen KKS memberikan rasa aman kepada anggota dalam melakukan transaksi.	80	Puas
12	Manajemen KKS mampu memahami kondisi keuangan anggota.	78	Puas
Jumlah		323,4	
Rata-Rata		80,85	Puas
IV	<b>Empati (Empathy)</b>		
13	Manajemen KKS mampu menanamkan kepercayaan kepada anggota.	82	Sangat Puas
14	Manajemen KKS mampu memahami keinginan anggota.	76,8	Puas
15	Manajemen KKS mampu memahami kebutuhan anggota.	78,8	Puas
16	Anggota merasa diperlakukan dengan baik oleh manajemen KKS pada saat melakukan transaksi.	79,4	Puas
Jumlah		317	
Rata-Rata		79,25	Puas
V	<b>Bukti Fisik (Tangibles)</b>		
17	KKS mempunyai tempat parkir yang memadai.	79,6	Puas
18	KKS menepati lokasi yang strategis dan mudah dijangkau	78,2	Puas
19	Gedung KKS bersih dan nyaman	79,8	Puas
20	Manajemen KKS berpenampilan rapih.	78	Puas
Jumlah		315,6	
Rata-Rata		78,9	Puas

Sumber Hasil Pengolahan Data, 2018

Berdasarkan hasil data diatas dapat dilihat indikator reliabilitas yang menjadi perhatian bagi koperasi yaitu manajemen KKS melayani anggota dengan tepat waktu. Pada indikator daya tanggap yang menjadi perhatian bagi koperasi yaitu manajemen KKS mampu memberikan informasi tentang layanan jelas dan tepat, manajemen

cepat memberikan solusi atas keluhan dari anggota dan manajemen lancar dalam berkomunikasi dengan anggota. Pada indikator jaminan yang menjadi perhatian bagi koperasi yaitu manajemen KKS mampu memahami kondisi keuangan anggota dan manajemen memberikan rasa aman kepada anggota dalam melakukan transaksi. Dari indikator empati yang menjadi perhatian bagi koperasi yaitu manajemen KKS mampu memahami keinginan anggota dan manajemen memahami kebutuhan anggota. Sedangkan indikator bukti fisik yang menjadi perhatian bagi koperasi yaitu manajemen KKS berpenampilan rapih dan KKS menempati lokasi yang strategis dan mudah dijangkau.

Dari hasil keseluruhan indikator pada variabel kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 63

Hasil keseluruhan indikator pada variabel kepuasan pelanggan

No	Keterangan	Rata-rata (%)	Kriteria
1	Reliabilitas	78,75	Puas
2	Daya Tanggap	75,5	Puas
3	Jaminan	80,85	Puas
4	Empati	79,25	Puas
5	Bukti Fisik	78,9	Puas
Jumlah		393,25	
Rata-rata		78,65	Puas

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2018.

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa hasil keseluruhan pada variabel kepuasan pelanggan dari indikator reliabilitas sebesar 78,75%, indikator daya tanggap sebesar 75,5%, indikator jaminan sebesar 80,85%, indikator empati sebesar 79,25%, indikator bukti fisik sebesar 78,9% dan hasil rata-rata keseluruhan sebesar 78,65% yang menyatakan baik terhadap kualitas jasa pelayanan.

### 4.3.3. Hubungan Kualitas Jasa Pelayanan Dengan Kepuasan Anggota Koperasi Kredit Sejahtera

Hubungan kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan anggota koperasi kredit sejahtera dengan indikator reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik dilakukan metode kolerasi Rank Spearman.

#### 1. Kolerasi Rank Spearman

Tabel 64  
Koefisien Kolerasi Rank Spearman  
Kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

			Kualitas Jasa Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Spearman's rho	Kualitas Jasa Pelayanan	Correlation Coefficient	1,000	,711**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	100	100
	Kepuasan Pelanggan	Correlation Coefficient	,711**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data Diolah Dengan SPSS 23, 2018.

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS diatas dapat diketahui dari kolerasi antara variabel kualitas jasa pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan di dapat hasil sebesar 0,711, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah kuat artinya jika kualitas jasa pelayanan ditingkatkan maka kepuasan juga akan meningkat.

#### 2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya hubungan kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan anggota Koperasi Kredit Sejahtera. Adapun hasil yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 65

## Hasil Koefisien Determinasi

## Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,802 <sup>a</sup>	,643	,640	4,411

a. Predictors: (Constant), Kualitas Jasa Pelayanan

Sumber : Data Diolah Dengan SPSS 23, 2018

Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,802, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan memberikan kontribusi sebesar 80,2% sedangkan sisanya sebesar 19,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

3. Hubungan setiap indikator reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik dengan kepuasan.
  1. Hubungan kualitas jasa pelayanan pada indikator Reliabilitas (reliability) terhadap kepuasan anggota.

Tabel 66

Koefisien Kolerasi Rank Spearman  
Reliabilitas Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Kredit  
Sejahtera

## Correlations

			Reliabilitas	Kepuasan Pelanggan
Spearman's rho	Reliabilitas	Correlation Coefficient	1,000	,593**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	100	100
	Kepuasan Pelanggan	Correlation Coefficient	,593**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data Diolah Dengan SPSS 23, 2018.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan pada indikator reliabilitas (reliability) terhadap kepuasan pelanggan adalah sedang, hal ini terlihat dari hasil koefisien kolerasi sebesar 0,593 artinya jika kualitas jasa pelayanan ditingkatkan maka kepuasan juga akan meningkat.

2. Hubungan kualitas jasa pelayanan pada indikator daya tanggap (responsiveness) terhadap kepuasan anggota.

Tabel 67  
Koefisien Kolerasi Rank Spearman  
Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Kredit  
Sejahtera

Correlations			Daya Tanggap	Kepuasan Pelanggan
Spearman's rho	Daya Tanggap	Correlation Coefficient	1,000	,503**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	100	100
Kepuasan Pelanggan		Correlation Coefficient	,503**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data Diolah Dengan SPSS 23, 2018.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan pada indikator daya tanggap (responsiveness) terhadap kepuasan pelanggan adalah sedang, hal ini terlihat dari hasil koefisien kolerasi sebesar 0,503 yang artinya jika kualitas jasa pelayanan ditingkatkan maka kepuasan juga akan meningkat.

3. Hubungan kualitas jasa pelayanan pada indikator jaminan (assurance) terhadap kepuasan anggota.

Tabel 68  
Koefisien Kolerasi Rank Spearman  
Jaminan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Kredit Sejahtera

			Jaminan	Kepuasan Pelanggan
Spearman's rho	Jaminan	Correlation Coefficient	1,000	,466**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	100	100
	Kepuasan Pelanggan	Correlation Coefficient	,466**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data Diolah Dengan SPSS 23, 2018.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan pada indikator jaminan (assurance) terhadap kepuasan pelanggan adalah sedang, hal ini terlihat dari hasil koefisien kolerasi sebesar 0,466 yang artinya jika kualitas jasa pelayanan ditingkatkan maka kepuasan juga akan meningkat.

4. Hubungan kualitas jasa pelayanan pada indikator empati (empathy) terhadap kepuasan anggota.

Tabel 69  
Koefisien Kolerasi Rank Spearman  
Empati Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Kredit  
Sejahtera

**Correlations**

			Empati	Kepuasan Pelanggan
Spearman's rho	Empati	Correlation Coefficient	1,000	,625**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	100	100
Kepuasan Pelanggan		Correlation Coefficient	,625**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data Diolah Dengan SPSS 23, 2018.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan pada indikator empati (empathy) terhadap kepuasan pelanggan adalah kuat, hal ini terlihat dari hasil koefisien kolerasi sebesar 0,624 yang artinya jika kualitas jasa pelayanan ditingkatkan maka kepuasan juga akan meningkat.

5. Hubungan kualitas jasa pelayanan pada indikator bukti fisik (tangibles) terhadap kepuasan anggota.

Tabel 70  
Koefisien Kolerasi Rank Spearman  
Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Kredit  
Sejahtera

**Correlations**

			Bukti Fisik	Kepuasan Pelanggan
Spearman's rho	Bukti Fisik	Correlation Coefficient	1,000	,626**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	100	100
	Kepuasan Pelanggan	Correlation Coefficient	,626**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data Diolah Dengan SPSS 23, 2018.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan pada indikator bukti fisik (tangible) terhadap kepuasan pelanggan adalah kuat, hal ini terlihat dari hasil koefisien kolerasi sebesar 0,626 yang artinya jika kualitas jasa pelayanan ditingkatkan maka kepuasan juga akan meningkat.

Tabel 71  
Hasil Koefisien Kolerasi Rank Spearman Kepuasan Anggota Di  
Koperasi Kredit Sejahtera

Uraian	Nilai r	Nilai R <sup>2</sup>	Keterangan
Reliabilitas	0,593	0,351	H <sub>0</sub> ditolak artinya terdapat hubungan
Daya Tanggap	0,503	0,253	H <sub>0</sub> ditolak artinya terdapat hubungan
Jaminan	0,466	0,217	H <sub>0</sub> ditolak artinya terdapat hubungan
Empati	0,625	0,390	H <sub>0</sub> ditolak artinya terdapat hubungan
Bukti Fisik	0,626	0,391	H <sub>0</sub> ditolak artinya terdapat hubungan

Sumber : Data Diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 71 dapat dilihat dari 5 indikator yang memiliki hubungan sangat tinggi adalah indikator bukti fisik karena nilai koefisien kolerasi dan koefisien determinasinya paling tinggi, sedangkan yang memiliki hubungan yang terendah adalah indikator jaminan.

#### **4.4. Interpretasi Hasil Penelitian**

##### **4.4.1. Kualitas Jasa Pelayanan**

Berdasarkan hasil penelitian rata-rata responden menjawab baik dengan presentase sebesar 79,04% yang artinya kualitas jasa pelayanan yang diberikan pihak Koperasi Sejahtera dapat dikatakan baik maka dari itu koperasi kredit sejahtera harus meningkatkan kualitas pelayanan supaya anggota merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh koperasi.

##### **4.4.2. Kepuasan Anggota**

Berdasarkan hasil penelitian rata-rata menjawab puas dengan presentase sebesar 78,65% artinya anggota puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Kredit Sejahtera maka dari itu koperasi kredit sejahtera harus meningkatkan kualitas pelayanan supaya anggota merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh koperasi.

##### **4.4.3. Hubungan Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Kredit Sejahtera**

Hubungan antara kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan anggota koperasi kredit sejahtera adalah kuat dengan nilai koefisien kolerasi sebesar 0,711 yang artinya jika kualitas jasa pelayanan ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Sedangkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,802 hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan memberikan kontribusi sebesar 80,2%, sedangkan sisanya sebesar 19,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

Dari 5 indikator yang memiliki hubungan sangat tinggi adalah indikator bukti fisik karena nilai koefisien kolerasi dan koefisien determinasinya paling tinggi, sedangkan yang memiliki hubungan yang terendah adalah indikator jaminan.

Hal ini diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aprillia Fitriani (2013) kesimpulan dari analisis Spearman menunjukkan bahwa variabel Reliabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai kolerasi sebesar 0,239. Variabel Responsiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai kolerasi sebesar 0,254. Variabel Assurance berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai kolerasi sebesar 0,307. Variabel Empathy berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai kolerasi

sebesar 0,353. Variabel Tangible berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai kolerasi sebesar 0,424. Hasil uji hipotesis dengan menggunakan *spearman*  $< 0,05$  (lebih kecil) sehingga hipotesis  $H_0$  ditolak. Dari penelitian yang dilakukan oleh Priska Ardiana Adi Lutvita (2018) yang berjudul Hubungan Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Anggota Koperasi Mahasiswa menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan Kopma dan kepuasan anggota Kopma di Kota Malang. Dan dari penelitian yang dilakukan oleh Dimas Poernomo Putro (2011) yang berjudul Hubungan Kinerja Pengurus Dengan Kepuasan Anggota (Studi di Koperasi Serba Usaha “Srikandi Makmur” Desa Betro) Berdasarkan hasil jawaban responden bahwa untuk kinerja pengurus sebanyak 57 orang atau dengan presentase 64,04 % menjawab dengan kategori baik, sedangkan untuk kepuasan anggota sebanyak 58 orang atau dengan presentase 65,17 % menjawab dengan kategori puas. Dengan menggunakan rumus statistic Rho Spearman diperoleh angka koefisien korelasi sebesar 0,787 dari keseluruhan indikator kinerja pengurus (Variabel X) dengan kepuasan anggota (Variabel Y) di Koperasi Serba Usaha “Srikandi Makmur” Desa Betro adalah kuat, hal ini dikarenakan terletak pada nilai interpretasi koefisien korelasi 0,60 – 0,799. Untuk thitung diperoleh angka 11,902 dengan taraf signifikan 5 % ttabel sebesar 1,980. Dengan demikian thitung  $>$  ttabel, maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Dapat ditarik kesimpulan bahwa ada hubungan yang kuat antara kinerja pengurus dengan kepuasan anggota.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai hubungan kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan anggota koperasi kredit sejahtera, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil kuesioner kualitas jasa pelayanan menunjukkan bahwa nilai rata-rata kualitas jasa pelayanan adalah baik. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata kualitas jasa pelayanan sebesar 79,04% yang artinya baik.
2. Berdasarkan hasil kuesioner kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa nilai rata-rata kepuasan pelanggan adalah puas. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata sebesar 78,65% artinya puas.
3. Terdapat hubungan yang kuat antara hubungan kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai koefisien kolerasi diperoleh 0,711 artinya bahwa jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan pelanggan meningkat. Sedangkan koefisien determinasi diperoleh sebesar 80,2% artinya kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan pelanggan memberikan kontribusi sebesar 80,2%, sedangkan sisanya sebesar 19,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Dari 5 indikator yang memiliki hubungan yang paling tinggi adalah indikator bukti fisik karena nilai koefisien kolerasi dan koefisien determinasinya paling tinggi, sedangkan yang memiliki hubungan yang terendah adalah indikator jaminan.

#### 5.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan pengamatan selama penelitian, maka penulis memberikan saran sebagai pertimbangan dan masukan kepada Koperasi Kredit Sejahtera Cibinong sebagai berikut:

1. Berdasarkan seluruh indikator kualitas jasa pelayanan nilai paling kecil adalah daya tanggap. Maka dari itu disarankan kepada Koperasi Kredit Sejahtera Cibinong untuk meningkatkan daya tanggap terutama dalam memberikan solusi atas keluhan dari anggota.
2. Berdasarkan hasil dari kepuasan pelanggan nilai yang paling kecil adalah daya tanggap. Oleh karena itu pihak Koperasi Kredit Sejahtera Cibinong harus mengetahui bahwa kualitas jasa pelayanan akan berpengaruh terhadap kepuasan anggota dengan memberikan pelayanan yang terbaik pada anggota, maka anggota akan merasa puas dan akan datang kembali.

3. Hubungan antara kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Kredit Sejahtera Cibinong ini kuat berdasarkan hasil jawaban responden Koperasi Kredit Sejahtera. Dari 5 indikator yang memiliki hubungan sangat rendah yaitu indikator jaminan, hal ini bisa dijadikan acuan bagi perusahaan dengan meningkatkan kualitas jasa pelayanan yang lebih maksimal untuk menciptakan kepuasan anggota karena berdasarkan hasil penelitian apabila kualitas jasa pelayanan ditingkatkan maka kepuasan akan meningkat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan (2013), *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Alma Buchari (2016), *Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa*, Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Ahmad Subagyo (2010), *Marketing In Business*, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Aprillia Fitriani (2014) *Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank BRISYariah KCP Rawamangun*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Arifin Zainal (2011), *Penelitian Pendidikan: Metode dan Paradigma Baru*. Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- Assauri Sofjan. (2010), *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep Strategi*, Jakarta, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada.
- Dimas Poernomo Putro (2011) *Hubungan Kinerja Pengurus Dengan Kepuasan Anggota (Studi di Koperasi Serba Usaha "Srikandi Makmur" Desa Betro)*, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Surabaya Jawa Timur.
- Iis Puji Iestari (2015) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Anggota Baitul Mal Wa Tamwil Ki Ageng Pandanaran Semarang*, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Jasfar Farida (2012), *9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*, Jakarta, Penerbit Salemba Empat.
- Johan Arifin (2009), *Komputer Akuntansi Koperasi Simpan Pinjam Dengan Microsoft Excel*, Jakarta Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- J. Supranto (2011), *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Cetakan Keempat, Jakarta, Penerbit Rineka Cipta.
- Kotler Philip dan Gary Armstrong (2008), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller (2009), *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1*, Jakarta, Penerbit PT Indeks.
- Kotler Philip (2012), *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity*, 4<sup>th</sup> ed. Upper Saddle River, N.J.: Pearson Education, Inc.

- Lovelock Christopher, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry (2010) *Pemasaran Jasa, Manusia Teknologi Strategi* Jilid 2 Edisi Ketujuh, Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Lupiyoardi Rambat (2013), *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 3 Berbasis Kompetensi*, Jakarta, Penerbit Salemba Empat.
- Nembah F. Hartimbul (2012), *Manajemen Pemasaran*, Bandung Penerbit CV. Yrama Widya
- Priska Ardiana Adi Lutvita, Maisyaroh, Juharyanto (2018) *Hubungan Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Anggota Koperasi Mahasiswa. JAMP : Jurnal Administrasi dan Manajemen Pendidikan, Volume 1, Nomor 1 Maret 2018: 107-116.*
- Ratih Hurriyati (2010), *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*, Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Rusdiana (2014), *Manajemen Operasi*, Bandung, Penerbit CV Pustaka Setia.
- Sugiyono (2017), *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Tjiptono Fandy (2008), *Strategi Pemasaran, Edisi 3*, Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Tjiptono Fandy dan Gregorius Chandra (2011), *Service, Quality and Satisfaction (ed 3)*, Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Tjiptono Fandy (2012), *Service Management Mewujudkan Layananan Prima*, Edisi 2, Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Tjiptono Fandy (2014), *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, Penelitian*, Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Vivi Setyawati (2017) *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Sutrawa Bandar Lampung*, Univeritas Lampung Bandar Lampung.
- Yamit Zulian (2013), *Manajemen Kualitas Produk & Jasa* Cetakan Ke 6, Yogyakarta, Ekonisia.
- <http://sdkelas123456.blogspot.co.id/2015/12/koperasi-arti-fungsi-prinsip-tujuan-dan.html>
- <http://semuapengertian31.blogspot.co.id/2016/04/pengertian-pelayanan-dan-kualitas>

# LAMPIRAN

Lampiran 1

## KUESIONER

Dengan Hormat

Kuesioner ini dimaksudkan untuk mengetahui dan meneliti tentang “Hubungan Kualitas Jasa Pelayanan Simpan Pinjam Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Kredit Sejahtera (Studi Kasus Koperasi Kredit Sejahtera Cibinong)” guna mengumpulkan data dalam penyusunan skripsi saya. Dengan segenap kerendahan hati, saya memohon kesediaan bapak/ibu/saudara/saudari untuk mengisi keusioner ini.

Atas bantuan dan kerjasama dari Bapak/Ibu/Saudara/Saudari saya mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Nurul Anisa

---

Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut dengan memberikan tanda (X) pada pilihan yang tersedia.

### A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin
  - A. Pria
  - B. Perempuan
3. Usia
  - A. 20-30 Tahun
  - B. 31-40 Tahun
  - C. 41-50 Tahun
  - D. 51-60 Tahun
  - E. > 61 Tahun
4. Pekerjaan
  - A. PNS/ASN
  - B. Karyawan/Pegawai Swasta
  - C. Wiraswasta
  - D. Lain-lain...

5. Pendidikan
  - A. SMP
  - B. SMA/SMK
  - C. Diploma
  - D. Sarjana
  - E. Lain-lain...
6. Lamanya menjadi anggota Koperasi Kredit Sejahtera
  - A.  $\leq 2$  Tahun
  - B. 3-6 Tahun
  - C. 7-10 Tahun
  - D.  $> 11$  Tahun

## B. Daftar Pertanyaan

Petujuk Pengisian : Berikan Tanda (X) Pada Jawaban Yang Dianggap Anda Sesuai

Ketertangan Pengisian:

- Kinerja seseorang merupakan kombinasi dari memiliki kemampuan, usaha dan kesempatan yang dapat dinilai dari hasil kerjanya.
- Kepuasan adalah tingkat perasaan seorang yang telah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya.

Kriteria Penilaian

Kinerja		Kepuasan	
Sangat Baik (SB)	= 5	Sangat Puas (SP)	= 5
Setuju (B)	= 4	Puas (P)	= 4
Cukup Baik (CB)	= 3	Cukup Puas (CP)	= 3
Kurang Baik (KB)	= 2	Kurang Puas (KP)	= 2
Tidak Baik (TB)	= 1	Tidak Puas (TP)	= 1

No	Pertanyaan	Kinerja	Kepuasan
----	------------	---------	----------





## Lampiran 2 Coding Kualitas Jasa Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

No	Kualitas Jasa Pelayanan																			
	Reliabilitas				Daya Tanggap				Jaminan				Empati				Bukti Fisik			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4
2	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
7	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	3
9	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4
10	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	3	3	3	5	5	4	4	4	4
11	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	5	3	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3
13	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
14	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	4	5
15	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
16	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
17	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
18	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4
19	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	3
20	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
21	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4
22	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
23	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
24	5	4	4	5	3	4	4	3	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	4
25	5	4	4	5	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
26	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
27	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4
28	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
29	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4
30	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
31	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3	3	3	5	3	5	3	4	4	3	4
32	4	3	5	5	3	5	3	4	4	3	4	5	5	3	2	4	3	3	4	4
33	3	5	3	4	2	2	3	5	4	3	3	3	2	4	5	4	4	3	4	3
34	2	5	5	3	5	5	2	5	4	5	5	4	4	4	3	4	3	5	4	4

35	4	5	3	3	3	4	3	4	5	3	3	3	5	3	2	3	3	5	3	3
36	5	3	5	4	3	3	3	4	4	4	5	3	3	5	3	4	4	3	4	3
37	4	5	3	5	4	5	3	2	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	3	5
38	2	5	4	3	4	5	3	5	4	3	3	5	3	4	3	4	2	5	4	4
39	4	3	5	4	5	3	3	5	4	4	3	3	5	4	3	4	4	5	4	3
40	3	5	2	3	5	2	2	3	4	5	5	5	3	5	3	3	5	3	3	3
41	5	4	3	5	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4
42	3	3	5	4	4	3	3	5	3	5	3	4	3	3	2	4	3	5	4	4
43	2	3	4	5	5	5	5	2	4	3	4	3	3	3	2	5	3	3	5	5
44	4	3	4	4	5	2	3	3	5	4	4	3	2	4	4	3	3	3	3	4
45	3	4	2	4	5	4	3	2	4	3	4	5	5	3	2	4	4	4	4	5
46	3	4	5	2	3	4	3	5	4	3	3	4	4	4	3	5	3	3	4	5
47	3	3	4	5	4	3	5	2	3	5	4	3	3	4	3	4	3	3	5	5
48	5	3	4	3	3	5	3	4	4	4	3	3	5	5	3	4	3	5	4	4
49	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	5	3	5	5	3	3	4	3	5
50	5	3	4	4	5	3	3	5	3	5	4	3	3	4	2	4	3	3	5	4
51	3	4	4	4	4	5	3	3	4	3	4	5	3	4	2	4	3	3	4	3
52	4	3	5	5	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	5	5	3	3
53	5	4	2	3	4	3	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
54	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	5	3	4	2	5	3	4	5	3
55	3	4	5	4	4	5	3	3	3	4	3	5	3	4	4	3	3	4	3	4
56	4	3	4	5	5	3	4	3	4	3	3	3	5	4	3	4	4	5	4	3
57	4	5	4	4	3	3	3	5	4	3	4	3	3	3	2	3	3	5	3	4
58	5	3	5	5	4	3	4	4	3	4	5	5	3	4	3	3	3	4	3	3
59	2	3	3	4	5	4	4	3	3	4	5	5	2	5	3	3	4	4	3	4
60	4	3	4	4	4	4	5	3	4	3	5	4	2	2	3	4	4	4	5	3
61	5	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	2	3	2	3	3	5	3	3
62	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	5	2	5	5	4	4	4	4	4
63	3	3	5	3	4	4	4	3	5	4	3	3	4	3	2	3	2	5	3	3
64	3	4	4	2	4	3	3	3	3	5	3	3	5	3	2	3	3	4	3	4
65	4	3	4	3	4	4	3	2	3	5	4	4	5	3	4	4	5	4	4	3
66	4	5	3	2	4	4	5	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	5	4	4
67	5	3	4	3	5	3	3	5	3	5	4	4	5	3	2	2	4	5	2	4
68	2	5	4	3	3	5	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	5	4	3
69	3	3	5	3	4	3	5	4	3	5	5	3	4	5	3	4	4	3	4	4
70	3	3	3	5	3	4	5	2	3	4	3	4	5	4	3	4	3	5	4	3
71	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4
72	5	3	4	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4
73	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	4	4	5	4	5
74	4	3	5	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	5	5	5	5	4
75	3	4	4	3	4	3	3	4	3	5	4	3	3	3	3	4	5	5	5	5

76	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	5	4	4	4	3	4	4	3	4
77	5	3	4	4	5	3	4	3	5	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	5
78	4	3	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
79	5	5	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	5	4	4	4	5	4	5
80	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4
81	4	3	5	3	3	4	4	2	3	3	4	3	4	5	5	4	4	3	4	4
82	4	5	4	3	3	3	3	4	3	4	3	5	5	4	4	4	5	3	4	4
83	5	4	4	3	3	5	3	2	3	3	3	3	3	3	5	4	5	3	4	2
84	5	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	5
85	5	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	3	5	2
86	4	3	5	5	4	3	3	4	3	5	4	5	4	5	5	3	4	4	3	3
87	4	3	5	4	4	5	3	2	3	4	3	3	5	5	4	4	4	3	5	4
88	5	3	5	3	4	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	5	5
89	5	3	5	3	4	5	5	3	3	5	4	4	4	5	5	2	4	3	2	4
90	5	3	5	3	5	5	5	5	3	3	3	4	5	3	3	5	5	3	5	5
91	5	5	5	3	4	4	5	5	3	3	3	3	4	5	5	4	5	3	5	3
92	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	4	3	5	3	3	3
93	5	4	5	3	5	5	4	2	3	3	4	5	3	5	3	4	4	3	5	4
94	4	4	5	3	5	4	4	2	4	3	3	5	5	4	3	4	5	3	5	3
95	5	3	4	2	5	5	3	5	3	5	3	5	5	5	3	3	5	3	3	3
96	3	5	4	3	4	5	3	5	3	4	3	4	4	5	4	5	3	4	5	3
97	4	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4	5	4	4	4	5	4	3	5	5
98	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	5
99	5	5	3	2	4	4	3	2	4	3	3	3	5	4	3	3	4	5	3	5
100	4	5	4	5	4	4	5	3	3	5	5	5	5	5	3	4	4	3	5	4

No	Kepuasan Pelanggan																			
	Reliabilitas				Daya Tanggap				Jaminan				Empati				Bukti Fisik			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	5	5	4	5	5	4
2	5	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	3
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	3	5	3
5	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	3
6	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	5	4
7	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4
8	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
9	4	3	4	3	4	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	3
10	5	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4
11	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
12	5	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	3	5	2
13	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5
14	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	3
15	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4	5	4
16	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4
17	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
18	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
19	5	4	5	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
20	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5
21	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
22	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4
23	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4

24	3	4	5	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	3	4	5	4
25	3	4	5	4	4	4	4	3	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4	5	4
26	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	3	4	5	4
27	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4
29	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	5	4
30	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4
31	5	5	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	2	5	2	4	5	3
32	5	4	4	3	3	3	5	4	5	3	3	3	3	3	3	5	3	3	4	5
33	2	2	4	5	3	3	5	3	3	3	3	3	4	4	2	5	4	4	3	3
34	4	5	3	4	4	3	5	2	4	4	4	4	3	3	2	4	3	3	4	5
35	5	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	5	4	3	3	5	2	3	4	5
36	3	4	5	3	4	3	5	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	3	3
37	5	3	3	5	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	5	3	3	3	4
38	3	3	2	5	4	3	5	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	4	3
39	5	5	3	3	4	3	5	4	4	4	3	3	5	4	2	5	3	4	3	4
40	3	5	3	2	5	3	3	2	4	4	4	4	5	3	2	5	5	5	3	2
41	3	4	2	3	3	5	3	4	3	3	4	4	5	4	3	5	3	4	4	2
42	3	5	3	4	5	3	4	3	3	4	3	4	5	3	3	3	5	3	3	4
43	3	5	4	3	3	3	5	5	4	3	4	3	5	3	5	5	3	3	4	4
44	2	2	3	3	2	5	3	3	3	4	3	5	4	3	2	5	4	3	3	3
45	5	3	4	5	4	3	5	4	3	3	3	3	5	4	3	3	4	4	3	5
46	4	3	4	5	4	3	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	4	3	4	5
47	3	3	3	5	5	3	5	5	3	4	3	3	4	3	3	5	4	3	4	5
48	5	2	3	5	3	3	5	3	4	5	3	3	4	3	5	5	4	3	4	5
49	3	2	4	5	4	3	3	4	3	5	4	4	5	3	5	5	3	3	4	5

50	3	2	4	5	4	3	5	4	3	3	5	5	5	3	3	4	4	3	4	4
51	3	2	3	3	3	3	5	4	5	5	3	3	5	3	4	4	4	3	5	3
52	3	5	3	3	3	3	3	4	5	3	4	4	3	5	4	4	5	5	4	3
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	5	4	3	5	5	4	3	3	4
54	3	5	3	4	4	5	5	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	5
55	3	5	4	4	3	3	3	4	3	5	3	3	3	3	5	4	4	3	3	4
56	5	5	5	5	5	3	5	4	5	3	4	4	3	4	3	4	5	4	3	5
57	3	3	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5	3	3	4	4	4	3	4	4
58	3	3	3	5	5	3	3	4	3	3	4	3	4	3	5	4	4	3	3	5
59	2	5	3	3	4	2	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	5	4	3	4
60	2	4	4	3	5	5	5	5	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4
61	2	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4
62	2	3	4	3	3	5	5	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4
63	4	4	3	3	5	5	3	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	2	3	4
64	5	5	4	3	5	5	3	3	5	5	5	5	3	3	3	3	5	3	3	5
65	5	3	3	5	3	5	5	3	5	5	5	3	3	5	3	3	4	5	3	5
66	4	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	4	4	3	5	4	4	3	3	4
67	5	3	4	5	5	3	2	3	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3
68	4	5	5	3	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	5
69	4	3	4	5	3	3	5	5	5	5	4	3	5	4	4	3	4	4	4	5
70	5	4	3	3	3	3	4	5	5	3	4	4	4	3	4	3	5	3	3	3
71	3	4	3	5	5	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3
72	4	3	5	4	4	5	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	5
73	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	4	5	3	4	4	3	5
74	3	3	3	4	3	3	5	3	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	3	3
75	3	3	3	5	3	3	5	3	3	3	5	3	4	5	2	4	4	5	4	3

76	4	4	4	3	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3
77	4	3	5	3	5	5	3	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3
78	4	4	4	3	3	4	3	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	3	
79	3	3	5	3	5	5	4	3	4	3	5	3	4	4	3	5	3	4	3	
80	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	
81	4	5	5	4	3	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	
82	5	4	3	3	3	5	4	3	3	3	3	3	4	5	3	4	3	5	3	
83	3	5	3	4	5	3	4	3	5	3	3	4	3	3	5	3	4	5	3	
84	3	3	5	4	5	3	5	3	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	
85	3	5	3	5	3	5	4	3	4	4	3	3	3	5	5	3	5	5	3	
86	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	
87	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	
88	4	5	3	4	3	5	3	5	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	
89	4	3	2	5	5	4	2	5	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	5	
90	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	3	3	3	5	5	5	
91	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	3	5	5	5	
92	5	5	5	5	5	4	3	5	5	3	4	4	5	5	3	3	5	5	5	
93	3	3	3	3	5	5	3	4	5	3	3	5	5	4	4	3	4	4	5	
94	5	4	4	4	3	4	3	4	5	3	3	5	5	5	3	3	5	5	5	
95	5	4	5	3	4	4	3	3	4	5	3	3	4	3	5	3	4	5	5	
96	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	3	3	3	5	
97	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	3	5	4	5	3	4	4	5	
98	4	4	3	4	3	4	3	3	5	5	5	5	5	3	5	3	3	3	3	
99	5	3	4	4	3	4	3	3	4	5	5	4	5	4	3	3	4	4	5	
100	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	3	3	4	3	

Lampiran 3 Uji Validitas Dan Reliabilitas Kualitas Jasa Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan

Hasil Uji Validitas

<b>Kualitas Jasa Pelayanan</b>				
Indikator	No soal	r hitung	r tabel	Keterangan
Realiabilitas (Reliability)	1	0,367	0,361	Valid
	2	0,584	0,361	Valid
	3	0,635	0,361	Valid
	4	0,536	0,361	Valid
Daya Tanggap (Responsiveness)	1	0,405	0,361	Valid
	2	0,528	0,361	Valid
	3	0,446	0,361	Valid
	4	0,661	0,361	Valid
Jaminan (Assurance)	1	0,655	0,361	Valid
	2	0,507	0,361	Valid
	3	0,658	0,361	Valid
	4	0,624	0,361	Valid
Empati (Empathy)	1	0,473	0,361	Valid
	2	0,435	0,361	Valid
	3	0,528	0,361	Valid
	4	0,417	0,361	Valid
Bukti Fisik (Tangibles)	1	0,547	0,361	Valid
	2	0,456	0,361	Valid
	3	0,448	0,361	Valid
	4	0,624	0,361	Valid
<b>Kepuasan Pelanggan</b>				
Indikator	No soal	r hitung	r tabel	Keterangan
Realiabilitas (Reliability)	1	0,481	0,361	Valid
	2	0,398	0,361	Valid

	3	0,418	0,361	Valid
	4	0,392	0,361	Valid
Daya Tanggap (Responsiveness)	1	0,573	0,361	Valid
	2	0,433	0,361	Valid
	3	0,442	0,361	Valid
	4	0,452	0,361	Valid
Jaminan (Assurance)	1	0,661	0,361	Valid
	2	0,442	0,361	Valid
	3	0,619	0,361	Valid
	4	0,452	0,361	Valid
Empati (Empathy)	1	0,400	0,361	Valid
	2	0,637	0,361	Valid
	3	0,562	0,361	Valid
	4	0,542	0,361	Valid
Bukti Fisik (Tangibles)	1	0,571	0,361	Valid
	2	0,584	0,361	Valid
	3	0,367	0,361	Valid
	4	0,616	0,361	Valid

Hasil Uji Reliabilitas

Kualitaas Jasa Pelayanan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,881	20

Kepuasan Pelanggan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,860	20

Lampiran 4 Hasil Koefisien Kolerasi Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

			Kualitas Jasa Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Spearman's rho	Kualitas Jasa Pelayanan	Correlation Coefficient	1,000	,711**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	100	100
	Kepuasan Pelanggan	Correlation Coefficient	,711**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 5 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,802 <sup>a</sup>	,643	,640	4,411

a. Predictors: (Constant), Kualitas Jasa Pelayanan

Lampiran 6 Hasil Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati Dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Kredit Sejahtera

			Reliabilitas	Kepuasan Pelanggan
Spearman's rho	Reliabilitas	Correlation Coefficient	1,000	,593**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	100	100
	Kepuasan Pelanggan	Correlation Coefficient	,593**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

			Daya Tanggap	Kepuasan Pelanggan
Spearman's rho	Daya Tanggap	Correlation Coefficient	1,000	,503**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	100	100
	Kepuasan Pelanggan	Correlation Coefficient	,503**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

			Jaminan	Kepuasan Pelanggan
Spearman's rho	Jaminan	Correlation Coefficient	1,000	,466**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	100	100
	Kepuasan Pelanggan	Correlation Coefficient	,466**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	100	100

## Correlations

			Empati	Kepuasan Pelanggan
Spearman's rho	Empati	Correlation Coefficient	1,000	,625**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	100	100
	Kepuasan Pelanggan	Correlation Coefficient	,625**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

			Bukti Fisik	Kepuasan Pelanggan
Spearman's rho	Bukti Fisik	Correlation Coefficient	1,000	,626**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	100	100
	Kepuasan Pelanggan	Correlation Coefficient	,626**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Lampiran 7 Surat Riset

	<b>KOPERASI KREDIT SEJAHTERA</b>	
	Badan Hukum Nomor : 6262/BH/DK/10/9-75	
	Jalan Mayor Oking No. 54 Cibinong - Bogor 16917	
	Telp (021) 8753889, (021) 87906517, (021) 87912954, Fax (021) 8761159 Email : kopdit.sejahtera@yahoo.com   Website : www.kks-cibinong.org	
<b><u>SURAT KETERANGAN</u></b>		
No. 030/KKS/VII/M/2018		
Yang bertanda tangan di bawah ini :		
Nama	: ANNA MENING I.A, S.E	
Jabatan	: ASISTEN MANAJER	
dengan ini menerangkan bahwa, yang tersebut di bawah ini :		
Nama	: NURUL ANISA	
NPM	: 021114021	
Program Studi	: MANAJEMEN	
Fakutas	: EKONOMI	
Universitas	: PAKUAN BOGOR	
Adalah benar telah Magang dan Riset di KKS (Koperasi Kredit Sejahtera) yang beralamat di Jl. Mayor Oking No. 54 Cibinong-Bogor.		
Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.		
Cibinong, 10 Juli 2018 Koperasi Kredit Sejahtera		
  <b>ANNA MENING I.A, S.E</b> Asisten Manajer		