

**Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan  
(Studi Kasus Pada Koperasi Bangun Sejahtera Ditjen Kuathan Kemhan RI Jakarta Pusat)**

**Tuti Komariah<sup>1</sup>, Ahmadun<sup>2</sup>**

Fakultas Ilmu Administrasi, Program Studi Administrasi Niaga  
Universitas Respati Indonesia

Jl. Bambu Apus I No. 3 Cipayung Jakarta Timur 13890

Email: lppm@urindo.ac.id<sup>1</sup>, ahmadunmad@yahoo.co.id<sup>2</sup>

**Abstrak**

Koperasi Bangun Sejahtera Ditjen Kuathan Kemhan adalah Badan Usaha bergerak di bidang simpan pinjam, toko dan jasa. Era globalisasi saat ini, menjadikan kian bertambahnya persaingan antar koperasi baik di bidang usaha produk maupun jasa. Karena itu pelayanan merupakan cara ampuh menarik minat pelanggan untuk mengambil keputusan pembelian. Pentingnya produk dan pelayanan bagi koperasi bagi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang apabila puas dalam diri pelanggan. Tujuan penelitian menganalisis pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Metode penelitian kuantitatif dengan survey, jumlah sampel 60 responden diambil dengan *accidental sampling*. Analisis data dengan *pearson corelation*, regresi linier sederhana, *anova*. Hasil penelitian Kepuasan Pelanggan =  $-11,964 + 0,310 \text{ Kualitas Produk} + 0,798 \text{ Kualitas Pelayanan} + e$ . Interpretasi untuk masing-masing independen  $B_0 = -11,964$ , artinya apabila Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan sama dengan nol maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar  $-11,964$ .  $B_1 = 0,310$ , artinya apabila Kualitas Produk mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,310.  $B_2 = 0,798$ , artinya apabila variabel kualitas pelayanan mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka Kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,798. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh  $R = 0,866$  artinya Kualitas Produk dan kualitas pelayanan berpengaruh kuat terhadap kualitas pelayanan.  $R^2$  adjusted  $0,742$  artinya kualitas produk dan kualitas pelayanan mempunyai kontribusi terhadap kepuasan pelanggan sebesar 74,2%. Kesimpulan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Koperasi Bangun Sejahtera Ditjen Kuathan Kemhan Jakarta Pusat, kontribusinya sebesar 74,2%. Saran menyediakan barang-barang khusus dan terus berinovasi mengikuti *trend* terkini, dan ditingkatkan lagi kualitas pelayanannya.

**Kata kunci** : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan.

## 1. PENDAHULUAN

Hakikat pembangunan nasional adalah membangun manusia Indonesia seutuhnya. Dengan menitik beratkan bidang ekonomi melalui koperasi, untuk meningkatkan taraf hidup rakyatnya. Era globalisasi saat ini, menjadikan kian bertambahnya persaingan antar koperasi baik di bidang usaha produk maupun jasa. Karena itu pelayanan merupakan cara ampuh menarik minat pelanggan untuk mengambil keputusan pembelian. Pentingnya produk dan pelayanan bagi suatu koperasi mempunyai nilai tersendiri bagi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang dimana akan timbul rasa puas dalam diri pelanggan. Produk dan pelayanan serta kepuasan pelanggan merupakan satu kesatuan yang sulit dipisahkan. Kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Armstrong (2001 : 12) adalah hasil dari penilaian pelanggan bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.

Menurut Budiarto dan Dolly (2001 : 12-17) "ada tiga tingkat kepuasan pelanggan yaitu, pelanggan sangat puas, pelanggan puas dan pelanggan tidak puas" :

1. Pelanggan sangat puas, yaitu jika layanan yang diterima dari layanan yang diharapkan.
2. Pelanggan puas, yaitu jika layanan yang diterima sama dengan layanan yang diharapkan.
3. Pelanggan tidak puas, yaitu layanan yang diterima tidak sebagus yang diharapkan.

Menurut Kotler (2004 : 23) "Kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan". Undang-undang RI No. 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian menegaskan bahwa : Koperasi Indonesia adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi

sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang Terkait kualitas pelayanan koperasi terhadap Kepuasan Pelanggan inilah maka dibuat penelitian berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Koperasi Bangun Sejahtera Ditjen Kuathan Kemhan RI Jakarta Pusat)”**.

**2. TUJUAN PENELITIAN**

Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan pelayanan secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan.

**3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan survey, bersifat korelasional, menggunakan metode *accidental sampling*, dan rumus Slovin dengan asumsi populasi tersebut berdistribusi normal (Umar, 2011). Sampel menurut Sugiyono (2013 : 81) adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel penelitian berjumlah 60 responden

**Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat:Koperasi Bangun Sejahtera Ditjen Kuathan Kemhan, Jl. Tanah Abang Timur No. 7, Jakarta Pusat.

Waktu : Maret - Agustus 2016.

a. Kalibrasi (Uji Coba Instrumen : pengujian validasi, penghitungan realibilitas) uji coba instrument menggunakan *one shoot measure* yaitu dengan penyebaran satu kali penyebaran saja (Ghozali, 2001 : 129).

berdasar azas kekeluargaan.

b. Analisis Regresi Sederhana

untuk menjelaskan pola pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat. menggunakan rumus sebagai berikut. (Sugiono 2007: 244-245)

$$y = a + bx$$

dimana : x : Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan, a : Konstanta, b : Koefisien regresi , y : Kepuasan Pelanggan

c. Uji Koefisien Regresi (Uji t)

Uji t berfungsi untuk menguji apakah koefisien β dalam model regresi itu signifikan berpengaruh atau tidak. Dengan kriteria pada α = 0,05 (Sugiono 2007: 281). Adalah:

- Ho diterima jika t hitung < t tabel. berarti tidak ada pengaruh antara x dengan y.
- Ha ditolak jika t hitung > t tabel. berarti ada pengaruh nyata antara x dengan y.

d. Uji ANOVA (F)

Untuk menguji keberartian dianalisis dengan ANOVA (Analisis Kovarian) dengan uji F yaitu apakah regresi tersebut cocok atau signifikan.

Rumus hipotesis Penelitian :

H<sub>0</sub> : garis regresi tidak signifikan

H<sub>a</sub> : garis regresi signifikan

Dengan kriteria pada α = 0,05 (Sugiono 2007: 281). Kriteria pengujiannya :

- a. Apabila nilai sig. > 0,05, maka H<sub>0</sub> diterima, H<sub>a</sub> ditolak. => garis regresi tidak signifikan.
- b. Apabila nilai sig.<0,05, maka H<sub>a</sub> diterima, H<sub>0</sub> ditolak.=> garis regresi sig. secara statistik

**4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Tabel 1 Analisis Univariat Karakteristik Responden**

No	Variabel	Frekuensi	%	Valid %	Cumulative %
1	Jenis kelamin				
	-laki-laki	33	55	55	55
	-perempuan	27	45	45	100
2	Usia				
	-21-30 tahun	2	3,3	3,3	3,3
	-31-40 tahun	14	23,3	23,3	26,7
	-41-50 tahun	25	41,7	41,7	68,3
	-> 50 tahun	19	31,7	31,7	100
3	Menikah				
	-sudah menikah	54	90	90	90
	-belum menikah	6	10	10	100
4	Pekerjaan				
	-karyawan	37	61,7	61,7	61,7
	-lainnya	23	38,3	38,3	100
5	Pendidikan terakhir				
	-SMP	1	1,7	1,7	1,7
	-SMA/ sederajat	33	55	55	56,7
	-S1	26	43,3	43,3	100

4.1 Pengujian Hipotesis Dan Pembahasan

1) Hasil Uji Penelitian Instrumen Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas, untuk. Perhitungan korelasi menggunakan bantuan software SPSS versi 17.

**Tabel 2 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X<sub>1</sub> (Kualitas Produk)**

No	Total			r tabel	keterangan
	Pearson korelasi	Sig. (2-tailed)	n (60)		
KP1	.719	.000	60	0,254	valid
KP2	.433	.001	60	0,254	valid
KP3	.433	.001	60	0,254	valid
KP4	.695	.000	60	0,254	valid
KP5	.740	.000	60	0,254	valid
KP6	.686	.000	60	0,254	valid
KP7	.728	.000	60	0,254	valid
KP8	.669	.000	60	0,254	valid
KP9	.785	.000	60	0,254	valid
KP10	.690	.000	60	0,254	valid
KP11	.791	.000	60	0,254	valid
KP12	.776	.000	60	0,254	valid
KP13	.625	.000	60	0,254	valid
KP14	.543	.000	60	0,254	valid
KP15	.643	.000	60	0,254	valid
KP16	.744	.000	60	0,254	valid
KP17	.766	.000	60	0,254	valid
KP18	.745	.000	60	0,254	valid
KP19	.652	.000	60	0,254	valid
KP20	.747	.000	60	0,254	valid

Dari uji validitas pernyataan kuesioner variabel X<sub>1</sub> (Kualitas Produk) di atas, terdapat 20 pernyataan yang valid dan memiliki nilai Sig. <

0,05, maka pernyataan variable X1 dapat dijadikan alat ukur penelitian ini dan akan di proses ke pengujian berikut yaitu uji reliabilitas.

2) Uji Validitas Variabel X<sub>2</sub> (Kualitas Pelayanan)

**Tabel 3 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X<sub>2</sub> (Kualitas Pelayanan)**

No	Total			r tabel	Keterangan
	Pearson korelasi	Sig. (2-tailed)	n (60)		
KL1	.715	.000	60	0,254	Valid
KL2	.816	.000	60	0,254	Valid
KL3	.635	.000	60	0,254	Valid
KL4	.782	.000	60	0,254	Valid
KL5	.559	.000	60	0,254	Valid
KL6	.812	.000	60	0,254	Valid
KL7	.547	.000	60	0,254	Valid
KL8	.164	.211	60	0,254	<b>Drop</b>
KL9	.618	.000	60	0,254	Valid
KL10	.596	.000	60	0,254	Valid
KL11	.648	.000	60	0,254	Valid
KL12	.582	.000	60	0,254	Valid
KL13	.825	.000	60	0,254	Valid
KL14	.723	.000	60	0,254	Valid
KL15	.766	.000	60	0,254	Valid
KL16	.767	.000	60	0,254	Valid
KL17	.652	.000	60	0,254	Valid
KL18	.821	.000	60	0,254	Valid
KL19	.722	.000	60	0,254	Valid
KL20	.752	.000	60	0,254	Valid

Dari uji validitas pernyataan kuesioner variabel X<sub>2</sub> (Kualitas Pelayanan) di atas,

terdapat 19 pernyataan yang valid dan 1 pernyataan Drop, yaitu pernyataan no 8.

**3) Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)**

**Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)**

No	T o t a l			r tabel	Keterangan
	Pearson korelasi	Sig. (2-tailed)	n (60)		
KP1	.708	.000	60	0,254	Valid
KP2	.769	.000	60	0,254	Valid
KP3	.701	.000	60	0,254	Valid
KP4	.721	.000	60	0,254	Valid
KP5	.767	.000	60	0,254	Valid
KP6	.8025	.000	60	0,254	Valid
KP7	.832	.000	60	0,254	Valid
KP8	.805	.000	60	0,254	Valid
KP9	.827	.000	60	0,254	Valid
KP10	.758	.000	60	0,254	Valid
KP11	.782	.000	60	0,254	Valid
KP12	.715	.000	60	0,254	Valid
KP13	.705	.000	60	0,254	Valid
KP14	.673	.000	60	0,254	Valid
KP15	.737	.000	60	0,254	Valid
KP16	.836	.000	60	0,254	Valid
KP17	.759	.000	60	0,254	Valid
KP18	.703	.000	60	0,254	Valid
KP19	.592	.000	60	0,254	Valid
KP20	.592	.000	60	0,254	Valid

Dari uji validitas pernyataan kuesioner variabel Y (Kepuasan Pelanggan) di atas, terdapat 20 pernyataan bernilai Sig. < 0,05. Maka pernyataan variable Y dapat dijadikan alat ukur penelitian ini dan akan di proses ke pengujian berikutnya yaitu uji reliabilitas.

**a. Uji Reliabilitas Variabel**

Uji Reliabilitas instrumen untuk mengukur keterandalan instrumen. Keterandalan instrumen adalah konsistensi, stabilitas,

kepercayaan dan daya prediksi terhadap hasil pengukuran dengan menggunakan instrumen tersebut. Dengan demikian instrumen-instrumen tersebut dapat menjaring data untuk mengungkapkan tujuan penelitian. Pengujiannya menggunakan program SPSS ver. 17 . Kriteria koefisien reliabilitas instrumen ditunjukkan oleh nilai r > 0.60, dan dikatakan reliabel.dan hasilnya, terlihat pada tabel-tabel berikut ini :

**1) Uji Reliabilitas Variabel X<sub>1</sub> (Kualitas Produk)**

**Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas pernyataan Variabel X<sub>1</sub> (Kualitas Produk)**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,938	,939	20

Sumber :hasil pengolahan data kuesioner, tahun 2016

Dari hasil perhitungan 20 butir pernyataan X<sub>1</sub>(kualitas produk) dihasilkan nilai cronbach's

Alpa 0,938 > 0.60. maka nilai X<sub>1</sub> adalah reliabel. Dapat dijadikan alat ukur penelitian ini.

2) Uji Reliabilitas Variabel X<sub>2</sub> (Kualitas Pelayanan)

**Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas pernyataan Variabel X<sub>2</sub> (Kualitas Pelayanan)**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,933	,937	20

Sumber :hasil pengolahan data kuesioner, tahun 2016

Dari perhitungan 20 butir pernyataan X<sub>2</sub> (kualitas pelayanan) dihasilkan nilai cronbach's Alpha: 0,933 > 0.60, maka nilai X<sub>2</sub> adalah reliabel. Dan mampu dijadikan alat ukur penelitian ini.

3) Uji Reliabilitas Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)

**Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas pernyataan Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)**

Reliability statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,953	,957	20

Sumber :hasil pengolahan data kuesioner, tahun 2016

Dari perhitungan 20 butir pernyataan variabel Y dihasilkan nilai cronbach's Alpha sebesar 0,953, > 0.60 artinya nilai variabel Y (Kepuasan Pelanggan) adalah reliabel, artinya mampu dijadikan alat ukur dalam penelitian ini.

b. Uji korelasi

Untuk hasil uji korelasi antara variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 8 Hasil Uji Korelasi Variabel X<sub>1</sub> terhadap Y**

Correlations			
		X1	Y
X1	Pearson Correlation	1	,793**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	60	60
Y	Pearson Correlation	,793**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	60	60

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

Dari hasil korelasi Pearson di atas, interprestasinya adalah, tingkat hubungan variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) dengan Kepuasan

Pelanggan (Y) adalah 0,793 dan nilai sig. 0,000 < 0,05. Artinya terdapat hubungan signifikan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan.

**Tabel 9 Hasil Uji Korelasi X<sub>2</sub> terhadap Y**

Correlations			
		Y	X2
Y	Pearson Correlation	1	,853**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	60	60
X2	Pearson Correlation	,853**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	60	60

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

Dari hasil korelasi Pearson di atas, interprestasinya adalah, tingkat hubungan variabel Kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) adalah 0,853 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan tingkat hubungan signifikan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan.

c. Uji Regresi

uji regresi, untuk mengetahui berapa jumlah koefisien regresi dari variabel terikat dapat diterangkan oleh variabel bebas. Pada hipotesis awal dituliskan bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian, maka dapat diduga bahwa semakin tinggi tingkat perhatian perusahaan terhadap Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan, maka akan berpengaruh pada peningkatan Kepuasan Pelanggan. Untuk mengetahui besarnya pengaruh tersebut dilakukan dengan analisis model regresi dengan rumus  $\hat{Y} = a + bX$  dimana  $\hat{Y}$  =Kepuasan Pelanggan, X = Kualitas Produk dan Kualitas Pelanggan, a = nilai konstanta dan b = koefisien residual.

Hasil analisis model regresi pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Pelanggan dapat ditunjukkan seperti pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 10 Koefisien Regresi Sederhana pengaruh antara Variabel X terhadap Y**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-11,964	6,484		-1,845	,070
	X1	,310	,136	,272	2,287	,026
	X2	,798	,151	,627	5,280	,000

a. Dependent Variable: Y, sumber: Hasil pengolahan data primer tahun 2016, uji taraf  $\alpha = 5\%$

Berdasarkan tabel di atas, dibuat persamaan matematisnya sebagai berikut ini:

**Kepuasan Pelanggan (Y) = -11,964 + 0,310 Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) + 0,798 Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) + e.** Interpretasi untuk masing-masing independen: Bo = -11,964, Artinya: apabila variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan sama dengan nol maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar -11,964. B1 = 0,310 Artinya: apabila variabel Kualitas Produk mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,310. B2 =

0,798, Artinya: apabila variabel kualitas pelayanan mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka Kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,798.

d. Uji ANOVA (F)

Untuk menguji Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kualitas Pelayanan, dianalisis dengan uji F yaitu untuk mengetahui apakah regresi tersebut cocok atau signifikan untuk menduga Kepuasan Pelanggan. Secara rinci dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 11 ANOVA Pengaruh antara X dengan Y**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7871,753	2	3935,877	85,876	,000 <sup>a</sup>
	Residual	2612,430	57	45,832		
	Total	10484,183	59			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasar hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa pada taraf  $\alpha = 5\%$  diperoleh nilai signifikansi F<sub>hitung</sub> sebesar 85,876, Rumusan hipotesis Penelitian :

H<sub>0</sub> : garis regresi tidak signifikan H<sub>a</sub> : garis regresi signifikan

Dari rumus hipotesis tersebut, maka pada taraf  $\alpha = 5\%$  maka kriteria uji nya :

1) Apabila nilai signifikansi > 0,05 atau < 0,05, maka keputusan pengujian menerima H<sub>0</sub> dan menolak H<sub>a</sub>. Artinya garis regresi tersebut tidak signifikan.

2) Apabila nilai signifikansi < 0,05, maka keputusan pengujian menerima H<sub>a</sub> dan menolak H<sub>0</sub>. Artinya garis regresi tersebut signifikan secara statistik.

Berdasarkan pada tabel Anova nilai signifikansi 0,000 < 0,05. maka pengujian hipotesis ini menolak H<sub>0</sub> . Artinya model garis regresi tersebut baik dan cocok sebagai model untuk meramalkan/mengestimasi perubahan tingkat Kepuasan Pelanggan yang diakibatkan oleh perubahan faktor Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan.

e. Hipotesis

Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) Secara Simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Merujuk pada tabel 8 hasil regresi variabel Kualitas Produk dan kualitas pelayanan secara

simultan menghasilkan nilai signifikan *P Value* sebesar  $0,000 < 0,05$ . Oleh karena itu,  $H_0$  ditolak. Maka variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

**Tabel 12 Hasil Pengujian R-Square**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.866 <sup>a</sup>	.751	,742	6,76994

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk dan pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 12 hubungan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan mempunyai hubungan positif kuat, dan kualitas produk dengan kualitas pelayanan mempunyai kontribusi terhadap kepuasan pelanggan sebesar 74,2%.

**5. KESIMPULAN DAN SARAN**

**5.1 Kesimpulan**

Terdapat pengaruh signifikan antara variable kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada Koperasi Bangun Sejahtera Ditjen Kuathan Kemhan Jakarta Pusat. Mempunyai pengaruh kuat, dengan kontribusi sebesar 74,2%. hal ini berarti semakin besar nilai kualitas produk dan pelayanan akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

**5.2 Saran**

Kerjasama kemitraan usaha merupakan salah satu strategi mengembangkan usaha koperasi dengan dukungan maksimal dari pihak pengusaha besar melalui mitra binaan maupun UMKM yang memproduksi barang-barang khusus dan terus berinovasi mengikuti trend-trend terkini. melalui potongan harga/ insentif dalam pembelian partai besar dan situasi kondisi gedung yang representative agar pelanggan merasa nyaman di ruang koperasi. Selain memotivasi anggotanya untuk merasa ikut memiliki dan berpartisipasi memberikan pelayanan yang efektif guna meningkatkan pertumbuhan koperasi dari waktu ke waktu

**DAFTAR PUSTAKA**

Budiarto S, dan Dolly S. N. 2001, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus di Perusahaan Penerbangan “X”, Usahawan, No. 03 Tahun XXX, Maret.

Ghozali. 2011. Aplikasi Analisis Multivariat. Universitas Diponegoro. Semarang.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2005. Dasar-dasar Pemasaran. Jakarta : Prenhalindo.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2006. Manajemen Pemasaran Jilid 1. PT. Indeks.

Mayatono, Nofri. 2013. “Pengaruh Experiential Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hoka Hoka Bento Cabang Mall Karawang”. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang. Karawang UNSIKA Press.

Ratminto dan Atik Winasih. 2005. Manajemen Pelayanan. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Sugiyono. 2005. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung : Alfabeta.

Supranto, J. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Cetakan III. Jakarta : Rineka Cipta.

Tjiptono, Fandy. 1997. Strategi Pemasaran Edisi ke 2. Yogyakarta : Andy.

Tjiptono, Fandy. 2001. Strategi Pemasaran Edisi I. Yogyakarta : Andy.

Tjiptono, Fandy. 2004. Strategi Pemasaran Edisi II. Yogyakarta : Andy.

Tjiptono, Fandy. 2004. Pemasaran Jasa. Malang : Bayu Media.

Umar, Husein. 2003. Metode Riset Komunikasi Organisasi. Jakarta : Gramedia.