

## KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPERASI KARYAWAN

Soelistiani Soegiono

Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya

Heru Suprihhadi

Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya, email: heru@ubaya.ac.id

### *Abstract*

Cooperative enterprise core values are the spirit of togetherness, mutual cooperation and solidarity among its members. Owning only millions of rupiah at the beginning, cooperative enterprise has been growing and spreading their business rapidly, and nowadays cooperative enterprise has billions of rupiah as its capital. The key for its success is the quality of service. Increasing the service quality will be encouraging the participation and support from the members. This fact has led to the escalation of number of its member and capital. The effect of service quality to cooperative enterprise member's satisfaction is the main study and topic of this research. Cluster random sampling method has been chosen to collect the data from 94 members. The questionnaire was based on the following five dimensions namely tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy. While the questionnaire corresponding to the member's satisfaction was derive from two values, which are related to purchase and service. The data was compared and processed by linier regression. The result is  $t$  (testing coefficient) equal to 16,248 which revealed that the effect of service quality to the member's satisfaction is significant and convincing in Financial Service Business Unit.

Keywords: layanan, partisipasi, kualitas layanan, kepuasan anggota

### *Abstrak*

Pembentukan koperasi karyawan tersebut diawali ide untuk membentuk organisasi dalam bentuk paguyuban dengan dilandasi nilai-nilai persaudaraan dan kekeluargaan. Kunci keberhasilannya adalah dari kualitas layanan kepada para anggota yang akan meningkatkan jumlah anggota maupun modal koperasi. Adapun topik penelitian ini adalah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan anggota koperasi dan ditekankan pada unit pelayanan jasa keuangan koperasi dan metode yang dipergunakan adalah *Cluster random sampling* dengan mengumpulkan data dari 94 anggota koperasi karyawan. Daftar pertanyaan didasarkan pada 5 dimensi kualitas layanan antara lain: *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Sedangkan yang berhubungan dengan kepuasan anggota ditunjukkan oleh dua nilai yaitu *attributed related to purchase and service*. Data diolah menggunakan *linier regression*. Hasil penelitian menunjukkan  $t = 16,248$ , yang menunjukkan bahwa kualitas layanan mempengaruhi kepuasan anggota pada unit pelayanan jasa keuangan koperasi.

Kata kunci: layanan, partisipasi, kualitas layanan, kepuasan anggota

## 1. Latar Belakang

Koperasi sebagai soko guru perekonomian nasional sesuai dengan UUD 1945 pasal 33 ayat 1 yang menyatakan bahwa perekonomian Indonesia disusun sebagai usaha bersama atas asas kekeluargaan. Hal ini bermakna bahwa kemakmuran masyarakat diutamakan dan bukan perorangan dan badan usaha yang sesuai adalah koperasi. Adapun prinsip-prinsip koperasi tercantum pada Undang-undang no 25 tahun 1992 tentang perkoperasian yang berbunyi bahwa:

“Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang atau seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip koperasi, sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas azas kekeluargaan yang berarti bahwa masing masing anggota sadar dan memiliki semangat untuk selalu bekerja sama dan bertanggung jawab secara bersama-sama tanpa memikirkan kepentingan diri sendiri untuk kepentingan bersama”.

Selanjutnya pasal 3 menyebutkan bahwa:

“Koperasi bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, serta untuk membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945”.

Pernyataan ini bermakna bahwa peningkatan kesejahteraan anggota menjadi program utama melalui pelayanan usaha, sehingga pelayanan terhadap anggota adalah prioritas utama. Dengan demikian keberhasilan koperasi untuk mencapai tujuannya dapat diukur dari peningkatan kesejahteraan anggota yang ditandai dengan peningkatan pendapatan riil anggotanya.

Anggota koperasi dapat menyampaikan informasi agar pengurus mengetahui tentang kepentingan para anggota dan pelayanan yang dikehendaki para anggota. Karena kebutuhan selalu berubah maka pengurus harus selalu meningkatkan mutu layanan, sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dibandingkan pesaing koperasi. Melihat betapa besar peranan partisipasi anggota untuk pengembangan koperasi karyawan. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya unit usaha simpan pinjam yang dikelola koperasi karyawan dan banyak anggota memanfaatkannya serta merasa terbantu atas segala kebutuhannya, sehingga bagi sebagian besar anggota merasa tercukupi keperluannya melalui pemanfaatan peminjaman dan juga mempercayakan dananya untuk disimpan ke koperasi. Memang harus diakui bahwa keberadaan koperasi karyawan di dalam menjalankan aktivitasnya ternyata unit usaha simpan pinjam dapat dikatakan paling banyak dimanfaatkan anggota koperasi. Dari keadaan seperti itu akan relevan apabila dilakukan penelitian tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan anggota koperasi karyawan, terutama pada unit usaha simpan pinjam.

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan seberapa besar kualitas layanan telah dijalankan koperasi karyawan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam arti anggota koperasi. Untuk itu diharapkan mampu memberikan informasi kepada pengurus agar berupaya meningkatkan mutu



layanan guna meningkatkan partisipasi anggota demi pengembangan koperasi di masa mendatang. Penelitian ini lebih difokuskan pada pengamatan aktivitas pelayanan simpan pinjam saja, karena bentuk pelayanan yang langsung dapat dinikmati oleh anggota serta unit usaha ini memang banyak bersentuhan langsung dengan keinginan dan kebutuhan anggota.

## 2. Telaah Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

### 2.1. Tinjauan Pustaka

Layanan atau jasa menurut Kotler (2003: 444) dapat didefinisikan sebagai berikut:

*"A service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and it doesn't result the ownership of anything. Its product may or may not be tied to a physical product."*

Layanan atau jasa merupakan segala tindakan atau perbuatan yang ditawarkan seseorang kepada orang lain, bentuknya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas sesuatu layanan atau jasa tersebut dapat disertai atau tidak disertai produk fisik. Untuk jasa yang tidak disertai produk fisik disebut jasa murni, artinya badan usaha tersebut hanya memberikan layanan saja, misalnya biro perjalanan. Sedangkan untuk jasa yang disertai oleh produk fisik disebut jasa campuran, seperti restoran, salon, hotel, koperasi dan sebagainya.

Di Indonesia pengertian koperasi menurut Undang-Undang Koperasi no.25 tahun 1992 tentang Pokok-Pokok Perkoperasian adalah memfungsikan koperasi sebagai badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas azas kekeluargaan.

Adapun jenis-jenis koperasi menurut Hendroyogi (1998:51) terdiri dari tiga jenis koperasi, yaitu koperasi pemakaian, koperasi produksi, dan koperasi simpan pinjam. Koperasi pengguna atau konsumtif adalah koperasi yang membeli barang-barang yang dibutuhkan anggota dan mendistribusikannya kepada anggota. Koperasi produksi adalah koperasi yang mengoperasikan pekerjaan secara bersama-sama. Koperasi simpan pinjam merupakan koperasi yang memberikan kesempatan kepada anggota untuk menyimpan dan meminjamkan uang kepada anggota. Sedangkan koperasi serba usaha merupakan koperasi yang melakukan ketiga pekerjaan atau fungsi di atas.

Perkembangan koperasi tergantung pada partisipasi anggota, sedangkan arti partisipasi ditinjau dari aspek kepentingan berupa partisipasi kontributif (*contributive participation*) dan partisipasi insentif (*insentive participation*) – Hendar dan Kusnadi (2005:93). Kedua jenis partisipasi ini timbul sebagai akibat peran ganda anggota, sebagai pemilih dan sekaligus sebagai pelanggan sesuai dengan UU no 25 tahun 1992 pasal 7 ayat 1 tentang perkoperasian dalam kedudukan sebagai pemilik para anggota memberikan kontribusinya terhadap pertumbuhan koperasi (penyerahan simpanan pokok, wajib, sukarela) dan mengambil bagian untuk penetapan tujuan, pembuatan keputusan dan pengawasan jalannya koperasi disebut sebagai partisipasi kontributif.

Sedangkan sebagai pelanggan memanfaatkan pelayanan yang disediakan koperasi disebut partisipasi insentif. Antara partisipasi kontributif dan partisipasi insentif terdapat hubungan sangat erat, sebab untuk pertumbuhan koperasi kontribusi keuangan sangat diperlukan untuk mencapai tujuan koperasi yaitu melayani kebutuhan anggota dan untuk mendukung pertumbuhan koperasi. Anggota sebagai pelanggan atau pengguna terus memanfaatkan setiap pelayanan yang diberikan koperasi. Pelayanan kepada anggota harus disesuaikan dengan kebutuhan dan harus ditingkatkan mutunya, hal ini disebabkan adanya perubahan kebutuhan para anggota dan adanya persaingan dari badan usaha yang lain. Disamping itu para anggota harus selalu memberikan informasi bagi manajemen koperasi tentang kebutuhan dan keinginan para anggota sebagai dasar kegiatan operasional dalam rangka melayani kepentingan anggota. Apabila anggota koperasi puas terhadap pelayanan koperasi maka partisipasi para anggota lebih meningkat dan koperasi dapat berkembang sesuai dengan harapan para anggota. Kualitas layanan menurut Zeithaml et al. (1990: 44): *"Service quality is the customer perception of the superiority of the service"*.

Kualitas layanan merupakan persepsi pelanggan terhadap keunggulan dari layanan tersebut dan selain itu dikatakan juga terdapat 5 dimensi umum dari pihak konsumen untuk menilai kualitas layanan antara lain (Zeithaml et al., 1990: 25-26) *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*.

*Tangibles*, "Appereance of physical facilities, equipment, personnel, and communication material". Yaitu penampilan fisik, peralatan, ataupun alat-alat. *Reliability*, "Ability to perform the promised service dependably and accurately". Yaitu kemampuan memberikan layanan sesuai dengan yang telah dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan. *Responsiveness*, "Willingness to help customers and provide prompt service". Yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan tepat. *Assurance*, "Knowledge and courtesy of employees and their ability to convey trust and confidence". Yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan penjual untuk menimbulkan rasa percaya diri dan keyakinan pelanggan. *Empathy*, "Caring individualized attention the firm provides its customer". Yaitu kepedulian dan perhatian secara individu yang diberikan oleh badan usaha kepada pelanggan. Sedangkan kepuasan pelanggan menurut Kotler (2003: 57):

*"Customer satisfaction is a person's feeling of pleasure or dissapointment resulting from comparing a product perceived performance or outcome in relation to his (her) expectation"*

Kepuasan pelanggan adalah perasaan puas atau kecewa setelah membandingkan sebuah produk yang diterima dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Jika kenyataan yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan maka pelanggan akan puas dan jika yang diterima tidak sesuai dengan apa yang diharapkan maka pelanggan akan tidak puas oleh layanan tersebut. Untuk mengukur kepuasan pelanggan digunakan atribut-atribut yang universal yang berisi tentang bagaimana pelanggan menilai suatu produk atau layanan yang ditinjau dari sudut pelanggan. Menurut Dutka (1994: 41) beberapa atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:



- a) *Attributes related to product* yaitu atribut-atribut yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan badan usaha.
- b) *Attributes related to the service* yaitu atribut yang berkaitan dengan layanan yang meliputi *warranty or guarantee* menurut Bovee et al. (1995: 257) *Guarantee is general assurance that a product can be returns if its performance is unsatisfactory. Warranty is a formal statement of expected product performance and or the manufacturer liability for replacement or repairing defect.* Hal ini berkaitan dengan jaminan atas suatu produk yang dikembalikan jika kinerjanya tidak memuaskan dan pernyataan kewajiban badan usaha untuk mengganti atau memperbaiki. Menurut Kotler (2003), *delivery refers how well the product or service us delivered to the customers. It includes the speed, accuracy, and care attending the delivery process.* Dalam hal ini menunjukkan tentang kecepatan, keakuratan, perhatian, yang diberikan dalam proses pengiriman produk. Menurut Bovee et al. (1995), *complaint handling is handling complaint from customer to you.* Yaitu berkaitan dengan penanganan keluhan-keluhan pelanggan oleh badan usaha. Menurut Bovee et al. (1995), *resolution of the problem, is that when customer come to you with problems, you have their attention and consequently the opportunity to clearly demonstrate your commitment to their satisfaction,* yaitu kemampuan badan usaha untuk membantu memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan.
- c) *Attributes related to the purchase* yaitu atribut berkaitan dengan pembelian:
- 1) *Courtesy* - Menurut Zeithaml et al. (1990: 21) *politeness, respect, consideration and friendliness of contact personnel* , berkaitan dengan kesopanan, rasa hormat, perhatian dan keramahan dalam menangani pelanggan;
  - 2) *Communication* - Menurut Boonee dan Kurtz (1995: 526) *is the transmission of message from a sender to receiver* yaitu proses penyampaian informasi dari badan usaha ke pelanggan;
  - 3) *Ease of convenience of acquisition* - Menurut Hanan (1991: 33) *convenience is the ease with which knowledge of the supplier's product, testimony of its cost effectiveness and acquisition of the product and the related services.* Maksudnya adalah kemudahan untuk mendapatkan pengetahuan tentang produk dari supplier, bukti tentang keefektifan biaya dan perolehan perolehan produk dan hal lain yang berkaitan dengan layanan yang diberikan;
  - 4) *Company reputation* - Menurut Engel et al. (1995: 886) *Good reputation leads to source credibility which in turn may reduce uncertainty and risk in the purchase decision.* Hal ini berkaitan dengan reputasi baik badan usaha yang menjadi sumber kredibilitas untuk mengurangi ketidakpastian dan resiko dalam keputusan pembelian dari pelanggan;
  - 5) *Company competences* - Menurut Zeithaml et al. (1990: 21) *"Possession if the required skills and knowledge to perform the service"*. Yaitu kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh badan usaha untuk memberikan layanan yang baik kepada pelanggan.

## 2.2. Pengembangan Hipotesis

Dalam memberikan layanan hendaknya diusahakan agar kualitas layanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan, karena hal ini merupakan

faktor utama yang menentukan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Pengaruh kualitas layanan terhadap pelanggan menurut Boonee dan Kurtz (1995: 439):

*“Service quality refers to the expected and perceived quality of service offering its primary determinant of customer satisfaction or dissatisfaction”.*

Jika pelanggan merasa puas akan layanan yang diberikan maka pelanggan tersebut akan cenderung loyal terhadap badan usaha tersebut, tetapi jika tidak puas akan layanan yang diberikan maka pelanggan akan pindah ke badan usaha dengan kualitas layanan yang lebih baik. Maka hipotesis penelitian ini adalah kualitas layanan karyawan koperasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan anggota koperasi dalam memberikan layanan simpan pinjam.

### 3. Metode Penelitian

#### 3.1. Data dan Sampel

Sampel penelitian dikarakteristikan sebagai anggota koperasi sekurang-kurangnya berpendidikan SMU, pernah menjalin transaksi dan mendapatkan pinjaman sekali dalam interval waktu tiga tahun terakhir. Sedangkan sampel diambil atas dasar pembagian daerah kerja yang menjadi kewenangan koordinator sebanyak 9 koordinator sesuai pembagian sub sistem yang ada di UBAYA dan setiap koordinator dibagikan 15 kuesioner kepada anggota sebagai responden dan pengambilannya secara random. Oleh karena itu teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara acak berkelompok atau *cluster random sampling*. Sedangkan prosedur pengumpulan data dengan cara dikoordinir oleh koordinator setiap sub sistem dengan interval waktu pengumpulan selama lima hari berturut-turut, setelah kuesioner terkumpul kemudian dilakukan penyortiran sesuai keperluan penelitian dan selanjutnya diedit yang siap untuk diolah melalui paket program komputer. Langkah selanjutnya data yang diproses akan mendapatkan hasil pengolahan berupa tabel-tabel serta hasil *print-out* model regresi linier regresi sederhana.

#### 3.2. Definisi Operasional Variabel

Variabel kualitas layanan secara operasional adalah persepsi pelanggan dalam hal ini anggota koperasi karyawan berkenaan dengan kehebatan layanan yang diberikan oleh unit usaha simpan pinjam koperasi karyawan. Sedangkan variabel kepuasan pelanggan secara operasional adalah perasaan puas atau tidaknya anggota koperasi karyawan ketika berurusan dengan unit usaha simpan pinjam setelah dibandingkan dengan harapannya.

Adapun ukuran kualitas layanan didekati dengan pengukuran lima dimensi kualitas layanan yang menjadi satu kesatuan utuh sebagai satu variabel kualitas layanan yakni dimensi *tangibles* (ditunjukkan oleh penampilan fisik dari karyawan koperasi yang menangani unit usaha simpan pinjam, dan bukti-bukti fisik terkait dengan penyelesaian urusan simpan pinjam bagi anggota koperasi karyawan yang memerlukannya), *reliability* (ditunjukkan oleh kemampuan karyawan koperasi yang memberikan layanan untuk urusan simpan pinjam berkenaan dengan segala sesuatu yang dapat dijanjikan agar dapat



menuntaskan keperluan anggota ketika membutuhkan untuk mendapatkan layanan secara akurat dan dapat diandalkan pelayanannya), *responsiveness* (ditunjukkan oleh kesediaan karyawan koperasi unit usaha simpan pinjam untuk membantu dan memberikan layanan kepada para anggota yang membutuhkan dengan sebaik-baiknya), *assurance* (ditunjukkan oleh tingkat pengetahuan, kesantunan, dan kemampuan karyawan koperasi unit usaha simpan pinjam agar memberikan rasa percaya diri serta memberikan keyakinan bagi anggota yang membutuhkan untuk keperluan simpan pinjam) dan *empathy* (ditunjukkan oleh rasa kepedulian dan memberikan perhatian secara serius yang diperankan oleh karyawan koperasi unit usaha simpan pinjam kepada para anggota yang membutuhkan untuk keperluan simpan pinjam).

Begitu juga ukuran kepuasan pelanggan didekati melalui pengukuran *attributes related to the service* (ditunjukkan oleh atribut-atribut yang berhubungan dengan layanan yang diterima oleh anggota koperasi aktivitas berlangsung pada unit usaha simpan pinjam), *attribute related to the purchase* (ditunjukkan oleh atribut-atribut yang berhubungan proses untuk mendapatkan layanan yang diterima oleh anggota koperasi selama berlangsungnya aktivitas unit usaha simpan pinjam), dimana kedua ukuran ini menjadi satu kesatuan yang utuh sebagai satu variabel kepuasan pelanggan. Sementara untuk *attributes related to product* yang menjadi salah satu dimensi kepuasan pelanggan, dalam operasionalisasinya tidak diintegrasikan atau tidak diperhitungkan dalam satu kesatuan utuh ukuran kepuasan pelanggan, mengingat objek yang diteliti lebih terfokus pada aktivitas layanan pada unit usaha simpan pinjam koperasi. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dengan cara membagikan kuesioner kepada anggota koperasi karyawan sesuai dengan target dan karakteristik sampel yang ditentukan.

### 3.3. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian dilakukan bersifat konklusif kuasi eksperimental dengan pendekatan model regresi linier sederhana. Model ini menggambarkan hubungan kausal mencakup dua variabel yakni variabel independen (ditunjukkan oleh kualitas layanan) dan variabel dependen (ditunjukkan oleh kepuasan pelanggan). Hubungan kausal adalah kualitas layanan menjadi penyebab timbulnya kepuasan pelanggan, dan sementara kepuasan pelanggan sebagai akibat yang ditimbulkan oleh kualitas layanan.

### 3.4. Metode Analisis

Teknik analisis dengan cara menguji koefisien regresi untuk menentukan taraf signifikansi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yakni anggota koperasi pada unit simpan pinjam dan menguji taraf signifikansi konstanta regresi yang menunjukkan kepuasan pelanggan yang dapat dicapai bilamana kualitas layanan karyawan koperasi pada unit simpan pinjam memberikan layanan secara konstan. Secara statistik dapat dituliskan berikut ini:

$$KP = \alpha + \beta KL$$

**H<sub>0</sub>:**  $\beta = 0$  Kualitas layanan karyawan koperasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan anggota koperasi dalam memberikan layanan simpan pinjam

**H<sub>1</sub>:**  $\beta \neq 0$  Kualitas layanan karyawan koperasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan anggota koperasi dalam memberikan layanan simpan pinjam

Hasil pengujian statistik terdapat pengaruh yang signifikan kualitas layanan karyawan koperasi terhadap kepuasan pelanggan anggota dalam memberikan layanan simpan pinjam, bilamana besarnya  $p \leq 0,05$ .

Selain itu untuk mengetahui variasi perubahan persepsi kualitas layanan akan diikuti perubahan persepsi kepuasan pelanggan anggota koperasi unit usaha simpan pinjam dapat dideteksi melalui besaran  $R^2$  yang dapat diartikan pula sebagai koefisien penentu kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan anggota koperasi unit usaha simpan pinjam.

#### 4. Hasil dan Pembahasan

Data yang sudah diseleksi dari hasil pengumpulan kuesioner, maka diolah sesuai dengan tujuan penelitian yang dimaksud. Pembagian kuesioner di setiap sub sistem dialokasikan sama banyaknya yakni 15 responden, ternyata setelah dilakukan penyortiran yang memenuhi dan layak untuk diolah menjadi hasil penelitian adalah sebanyak 94 kuesioner. Kuesioner yang telah memenuhi kebutuhan penelitian dan layak diolah, kemudian ditabulasikan guna mendapatkan data dan informasi untuk didiskripsikan serta diolah atas dasar paket program komputer untuk mendapatkan model regresi linier sesuai dengan model penelitian yang dibutuhkan.

Setelah kuesioner dikumpulkan dan disortir yang kemudian diolah sesuai dengan kebutuhan penelitian, maka berikut ini disajikan profil responden yang mendapatkan layanan simpan pinjam dan pernah dirasakan selama periode tahun 2005 – 2007.

**Tabel 1. Profil Responden**

<i>Item</i>	<b>Profil Responden</b>		<b>Jumlah</b>
a) Pendidikan Terakhir	Diatas SMU sebanyak 61 org. atau 64,89%	Lulus SMU sebanyak 33 org. atau 35,11%	94 Org.
b) Status Gender	Laki-Laki sebanyak 58 org. atau 61,70%	Perempuan sebanyak 36 org. atau 38,30%	94 Org.
c) Pemanfaatan Layanan Simpan Pinjam	Pernah > 1 kali, sebanyak 89 org. atau 94,68%	Pernah sekali, sebanyak 5 org. atau 5,32%	94 Org.
d) Penyampaian Keluhan	Pernah, sebanyak 42 org. atau 44,68%	Belum Pernah, sebanyak 52 org. atau 55,32%	94 Org.

Tabel 1 menunjukkan sebagian besar pendidikan terakhir anggota koperasi karyawan adalah lulusannya di atas SMU (64,89%) dan status gender yang didapatkan secara relatif 61,70%. Hal ini dapat diartikan bahwa responden seperti ini memiliki tingkat rasionalitas dan obyektivitas di dalam memberikan tanggapan lebih spontan berkenaan dengan persepsi kualitas layanan dan



kepuasan pelanggan pada layanan yang diberikan oleh unit usaha simpan pinjam koperasi karyawan. Hal ini berbeda sekali dengan anggota yang berpendidikan lulus SMU dan berurusan dengan aktivitas simpan pinjam masih sekali serta belum pernah sama sekali menyampaikan keluhan ketika memberikan tanggapan kuesioner yang sepertinya dapat dikatakan kurang begitu spontan untuk menanggapi. Selain itu terkait pemanfaatan jasa layanan simpan pinjam yang dipersepsikan ternyata sangat besar yakni 94,68% telah memanfaatkan jasa simpan pinjam. Namun, kalau dilihat secara mendalam atas penyampaian keluhan yang pernah dilakukan ternyata lebih banyak anggota koperasi karyawan yang belum pernah menyampaikan keluhan yakni 55,32% dibandingkan dengan yang menyampaikan keluhan sebanyak 44,68%. Oleh karena itu, perlu dicermati sungguh-sungguh keberadaan pemberian layanan pada unit usaha simpan pinjam yang dijalankan oleh koperasi karyawan, sehingga kalau dilihat dari anggota yang memanfaatkannya ternyata secara relatif sangat besar yakni 94,68% dan sementara yang menyampaikan keluhan dapat dikatakan cukup besar yakni relatif 44,68%. Hal ini menandakan anggota koperasi karyawan menunjukkan partisipasi yang baik untuk kemajuan koperasinya dan sebaliknya bagi pengelola koperasi senantiasa harus responsif terhadap penyampaian keluhan yang dirasakan oleh para anggotanya.

Untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang tanggapan anggota koperasi terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh koperasi karyawan, disajikan Tabel 2 terkait dengan kualitas layanan yang dijalankan oleh petugas bagian layanan simpan pinjam seperti tampak berikut ini:

**Tabel 2. Hasil Tanggapan Responden terhadap Kualitas Layanan**

Keterangan	Tingkat Respon		Jumlah
a) Pemberian Kemudahan Bagi Anggota Yang Butuh Dana	Selalu, sebanyak 76 org. atau 80,85%	Tidak Selalu, sebanyak 18 org. atau 19,15%	94 Org.
b) Pemberian Informasi Secara Jelas Tentang Keadaan Koperasi karyawan	Selalu, sebanyak 45 org. atau 47,87%	Tidak selalu, sebanyak 49 orang atau 52,13%	94 Org.
c) Layanan Yang Diberikan Sesuai Dengan Harapan Anggota	Sesuai, sebanyak 66 org. atau 70,21%	Belum Sesuai, sebanyak 28 org. atau 29,79%	94 Org.
d) Semua Keluhan Terakomodasi Seperti Harapan Anggota	Selalu, sebanyak 47 org. atau 50%	Tidak Selalu, sebanyak 47 orang atau 50%	94 Org.
e) Semua Petugas / Karyawan Bekerja Dengan Baik Sesuai Harapan Anggota	Sesuai, sebanyak 61 org. atau 64,89%	Belum Sesuai, sebanyak 23 org. atau 35,11%	94 Org.

Tabel 2 menunjukkan sebagian besar yakni 80,85% anggota koperasi menyatakan koperasi karyawan memberikan kemudahan bagi anggota yang membutuhkan dana, hanya saja pemberian informasi secara jelas bagi anggota patut disayangkan, karena tanggapan anggota terkait pemberian informasi ini hanya 47,87% saja yang menyatakan selalu memperoleh informasi secara jelas. Kondisi ini kurang menguntungkan bagi koperasi sebagai lembaga ekonomi

bertujuan memberikan kesejahteraan anggotanya, karena sosialisasi informasi secara jelas dan mudah didapatkan oleh para anggotanya masih belum tercapai dengan baik. Padahal ketika anggota diminta untuk merespon kesesuaian layanan yang diberikan dengan harapan anggota merasakan sudah secara relatif sebesar 70,21%, sementara merespon masih belum sesuai dengan harapan anggota 29,79%.

Untuk itu koperasi perlu mencermati keadaan semacam ini, karena keberadaan ini menjadi salah satu tumpuan harapan anggotanya, sehingga pencerminan tentang harapan anggota perlu mendapat perhatian serius bagi pengurus dan pengelola koperasi. Apalagi dilihat hasil respon anggota terkait dengan semua keluhan anggota sudah terakomodasi atau tidak, ternyata hasil responnya seimbang yakni 50%. Iklim seperti ini memperkuat keyakinan bagi para pengurus dan pengelola segera berbenah diri guna mengefektifkan aktivitas koperasi pada umumnya dan usaha unit simpan pinjam pada khususnya. Walaupun hasil respon terhadap semua petugas / karyawan telah bekerja dengan baik sesuai dengan harapan anggota sebanyak 64,89%.

Namun demikian, secara keseluruhan yang telah direspon oleh anggota akan memberikan pembelajaran yang baik bagi pengurus dan pengelola, karena partisipasi aktif yang ditunjukkan oleh anggota begitu baik dan dapat dijadikan bahan evaluasi diri serta langkah perbaikan manajemen bagi koperasi secara keseluruhan.

Hasil penelitian secara deskriptif terkait dengan tanggapan responden terhadap kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang telah dirasakan oleh anggota koperasi karyawan selama periode tahun 2005–2007 dapat ditunjukkan oleh Tabel 3 berikut ini.

**Tabel 3. Deskriptif Statistik Kualitas Layanan**

Ukuran Statistika	Dimensi – Dimensi Kualitas Layanan					Kualitas Layanan
	T	Rel.	Res.	Ass.	Emp.	
n	94 Org.	94 Org.	94 Org.	94 Org.	94 Org.	94 Org.
Rata-Rata	4,69	4,91	4,98	4,81	4,78	4,83
Simp.Baku	1,09	1,14	1,06	1,03	1,07	1,08
Koef.Variasi	23,24%	23,22%	21,28%	21,41%	22,38%	22,36%

Keterangan: T = Tangibles, Rel = Reliability, Res = Responsiveness, Ass = Assurance, Emp = Empathy. Skala pengukuran menggunakan skala sifat perbedaan semantik dengan interval skor antara angka 1 sampai dengan 7, sehingga sebagai batas nilai tengah ditetapkan sebesar angka skor 4.

Hasil respon yang menunjukkan skor sama dengan 4 atau lebih mengindikasikan tanggapan puas, sementara kalau skor kurang dari 4 berarti tidak puas. Dengan memperhatikan Tabel 3 menunjukkan bahwa persepsi anggota terhadap kualitas layanan yang dirasakan adalah berkualitas dengan skor kualitas layanan 4,83. Kalau dilihat kontribusi terbentuknya kualitas layanan ternyata banyak ditentukan oleh dimensi *reliability* dan *responsiveness* yakni sebesar skor 4,91 dan 4,98. Sedangkan yang kurang memberikan kontribusi terbanyak adalah dimensi *tangibles* dengan skor 4,69 dan dimensi kedua *empathy* dengan skor 4,78. Hal ini menandakan bahwa dimensi *tangibles* yang meliputi kejelasan peralatan yang tersedia, kerapian data untuk



kepentingan para anggota dan ketersediaan dana masih perlu mendapat perhatian bagi koperasi agar tampak jelas dihadapan para anggotanya. Begitu pula *empathy* petugas/karyawan yang memberikan layanan kepada anggota koperasi perlu ditingkatkan lagi, walaupun masih sebatas *empathy* dalam memberikan perhatian khusus dan manangani keluhan bagi anggotanya.

Namun demikian, terkait dimensi *reliability* yakni ketepatan waktu, kompetensi petugas / karyawan; *responsiveness* yakni kecepatan memberikan layanan dan responsif untuk memberikan layanan kepada anggota; dan *assurance* yang meliputi keramahan, kesopanan, kecukupan pengetahuan dan kejelasan utuk memberikan jawaban kepada anggota yang secara keseluruhan itu sudah cukup baik direspon anggota dan bagi koperasi masih perlu ditingkatkan lagi. Sementara bilamana dilihat secara relatif yang menggambarkan tingkat keseragaman (*homogenitas*) variasi persepsi responden dapat dikatakan bahwa persepsi anggota koperasi berada pada dimensi pembentuk kualitas layanan adalah *responsiveness* dan *assurance*. Hal ini menandakan variasi persepsi anggota berkenaan dengan kecepatan, tingkat respon, kejelasan memberikan jawaban solusi, keramahan, kesopanan, kecukupan para petugas atau karyawan koperasi lebih seragam dibandingkan dengan dimensi *tangibles*, *reliability* dan *empathy*. Oleh karena itu bagi pengurus dan pengelola koperasi perlu memperhatikan ketiga dimensi pembentuk kualitas layanan yakni *tangibles*, *reliability* dan *empathy*, sementara dimensi *responsiveness* dan *assurance* perlu lebih ditingkatkan lagi agar anggota koperasi dapat merasakan layanan khususnya simpan pinjam akan menjadi lebih baik lagi.

Penelitian juga mendiskripsikan hasil persepsi terhadap kepuasan yang dirasakan selama, saat, dan sesudah mendapatkan layanan pada unit usaha simpan pinjam. Berikut ini disajikan Tabel 4 yang menunjukkan hasil pengolahan data dari pengumpulan kuesioner yang telah diseleksi dan diedit sesuai dengan kebutuhan penelitian.

**Tabel 4. Deskriptif Statistik Kualitas Layanan**

Ukuran Statistika	Dimensi – Dimensi Kepuasan Pelanggan		Kepuasan Pelanggan
	ARTTS	ARTTP	
n	94 Org.	94 Org.	94 Org.
Rata-Rata	4,87	5,00	4,93
Simpangan Baku	1,04	0,88	0,96
Koefisien Variasi	21,35%	17,60%	19,47%

Keterangan: ARTTS = *Attributes Related To The Service* – menunjukkan atribut yang berhubungan dengan layanan yang diterima oleh responden dari koperasi karyawan, ARTTP = *Attributes Related To The Purchase* – menunjukkan atribut yang berhubungan dengan selama proses layanan yang diterima oleh responden dari koperasi karyawan. Skala pengukuran menggunakan skala sifat perbedaan semantik dengan interval skor antara angka 1 sampai dengan 7, sehingga sebagai batas nilai tengah ditetapkan sebesar angka skor 4.

Dengan memperhatikan Tabel 4 dapat dikatakan bahwa responden merasa puas atas layanan yang dirasakannya, yakni ditandai dengan skor kepuasan pelanggan sebesar 4,93. Kepuasan yang dirasakan oleh anggota koperasi ini dimensi yang lebih menentukan adalah atribut-atribut pada saat

menyelesaikan urusan-urusan terkait dengan aktivitas simpan pinjam. Atribut-atribut ini mencakup adanya kesesuaian dengan harapan anggota koperasi, antara lain kesopanan petugas pada saat melayani, atensi petugas kepada anggota koperasi yang membutuhkan, keramahan, penyampaian dan kejelasan informasi yang disampaikan petugas, dan kemudahan untuk mendapatkan informasi serta prosedur yang diberikan oleh koperasi karyawan kepada anggotanya. Sedangkan atribut-atribut yang berhubungan pemberian layanan dengan skor sebesar 4,87 sebagai faktor penentu anggota koperasi merasa puas, nilai skornya tidak sebesar skor atribut-atribut yang berhubungan pada saat mengurus perolehan layanan untuk simpan pinjam dengan skor sebesar 5,00. Lebih meyakinkan lagi bilamana dilihat dari tingkat variasi persepsi anggota koperasi yang menunjukkan bahwa secara relatif persepsi atribut-atribut yang berhubungan pada saat mengurus perolehan layanan kurang seragam (homogenitasnya masih kurang) yakni 21,24% dibandingkan tingkat variasi persepsi atribut-atribut yang berhubungan dengan layanan yang diterima yakni sebesar 17,60%. Kondisi seperti ini bagi pengurus dan pengelola koperasi karyawan perlu memperhatikan sekali, karena atribut-atribut yang berhubungan dengan saat anggota mendapatkan layanan secara konkrit berhadapan-hadapan langsung antara anggota koperasi yang membutuhkan dan para petugas atau karyawan yang menjalankan aktivitas layanan untuk simpan pinjam.

Untuk itu secara diskriptif dapat ditunjukkan oleh Tabel 5 yang memberikan gambaran hubungan antara persepsi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan ternyata sebanyak 76,60% menunjukkan hubungan positif yang searah, artinya anggota koperasi mempersepsi layanan yang diterima berkualitas dan merasa puas. Sementara 13,83% menunjukkan hubungan searah yang negatif yakni persepsi layanan yang diterima tidak berkualitas dan merasa tidak puas.

**Tabel 5. Hubungan Persepsi Kualitas Layanan Jasa Simpan Pinjam dengan Kepuasan Pelanggan Koperasi Karyawan**

Banyaknya Responden	Persepsi Kualitas Layanan		Persepsi Kepuasan Pelanggan	
	Skor	Keterangan	Skor	Keterangan
72 Orang ( 76,60% )	≥ 4	Berkualitas	≥ 4	Merasa Puas
1 Orang ( 1,06% )	≥ 4	Berkualitas	< 4	Tidak Puas
8 Orang ( 8,51% )	< 4	Tidak Berkualitas	≥ 4	Merasa Puas
13 Orang ( 13,83% )	< 4	Tidak Berkualitas	< 4	Tidak Puas
94 Orang ( 100,00% )	Skor Memiliki Kisaran Angka 1 s/d 7 Yang Menunjukkan Skala Sifat Perbedaan Semantik dan batas nilai tengah skor 4			

Sebaliknya ada sebanyak 8,51% anggota yang menunjukkan hubungan negatif yakni mempersepsi layanan tidak berkualitas tetapi merasa puas, sementara sebanyak 1,06% anggota koperasi yang mempersepsi layanan berkualitas dan merasa tidak puas. Dengan demikian, secara diskriptif hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar anggota koperasi karyawan yang pernah mendapatkan layanan untuk keperluan simpan pinjam ternyata mempersepsi layanan yang telah diterima adalah berkualitas dan merasa puas atas layanan yang diterimanya itu.



Dengan memperhatikan analisis diskriptif yang menunjukkan hubungan positif searah yakni sebesar 76,60% atau 72 orang anggota antara persepsi kualitas layanan yang pernah diterima dan merasa puas atas layanan yang didapatkannya ketika berinteraksi dengan unit usaha simpan pinjam koperasi karyawan. Adapun hubungan negatif searah antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang dipersepsi anggota koperasi karyawan sebesar 13,83% atau 13 orang anggota, sedangkan hubungan yang tidak searah yakni anggota koperasi karyawan yang mempersepsi layanan berkualitas dan tidak merasa puas atas layanannya sebesar 1,06% atau 1 orang anggota dan anggota koperasi yang mempersepsi layanan tidak berkualitas tetapi merasa puas atas layanan yang diterimanya adalah 8,51% atau 8 orang anggota koperasi karyawan. Analisis diskriptif yang telah dikemukakan masih belum cukup untuk memberikan jawaban atas masalah yang telah dikemukakan dalam penelitian ini.

Untuk itu berkenaan dengan hipotesis kerja yang telah dikemukakan, maka diperlukan untuk membuktikan melalui hasil pengujian statistik guna mendapatkan taraf signifikansi atas pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan para anggota koperasi karyawan ketika merasakan layanan pada unit usaha simpan pinjam yang dikelola oleh koperasi karyawan. Hal ini dapat dilihat dari model regresi linier yang menggambarkan pengaruh kualitas layanan jasa unit usaha simpan pinjam terhadap kepuasan pelanggan anggota koperasi karyawan selama periode tahun 2005–2007 seperti Tabel 6 berikut ini:

**Tabel 6. Model Regresi Linier Sederhana dan ANOVA Regresi**

Model Regresi Linier Sederhana					
Model	Koefisien – Koefisien Tak Standard		Koefisien Standard	Penguujian t	
	B	Std. Error	Beta		
Kontanta	0,463	0,270	---	1,712	*
Var. KL	0,872	0,054	0,861	16,248	***
Model ANOVA Regresi					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	Penguujian F	Taraf Signifikansi
Regression	54,292	1	54,292	263,994	***
Residual	18,920	92	0,206		
Total	73,213	93			
R <sup>2</sup>	74,2%				

Keterangan: KL = variabel kualitas layanan karyawan koperasi unit simpan pinjam yang dipersepsi oleh anggota yang pernah mendapatkan layanan, KP = variabel kepuasan pelanggan anggota koperasi karyawan yang pernah merasakan layanan dari karyawan unit simpan pinjam. \*\*\* signifikan pada  $\alpha=1\%$ , \* signifikan pada  $\alpha=10\%$

Model regresi linier yang ditampilkan itu dapat menunjukkan bahwa ternyata ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan anggota koperasi karyawan ketika berurusan dengan usaha unit simpan pinjam selama periode tahun 2005–2007. Besarnya pengaruh yang ditunjukkan adalah sebesar skor koefisien regresi sebesar 0,872 yang dapat diartikan bilamana anggota koperasi mempersepsi kualitas layanan sebesar satu satuan skor persepsi, maka anggota koperasi yang bersangkutan mendapatkan perubahan yang cenderung

naik sebesar 0,872 satu satuan skor persepsi, begitu pula bilamana terjadi persepsi kualitas layanan sebaliknya. Hal ini berarti proporsi perubahan kenaikan atau penurunan kepuasan pelanggan yang disebabkan oleh persepsi anggota terhadap kualitas layanan komposisinya lebih besar persepsi kualitas layanan yakni 1 satuan skor persepsi berbanding dengan 0,872 satu satuan skor persepsi, sehingga dapat dikatakan pula bahwa tingkat sensitivitas persepsi kualitas layanan masih tergolong rendah guna memberikan kepuasan pelanggan anggota koperasi karyawan. Sementara konstanta regresi sebesar 0,463 skor menunjukkan bilamana anggota koperasi karyawan sama sekali tidak merespon kualitas layanan yang diberikan oleh petugas unit usaha simpan pinjam, maka kepuasan pelanggan anggota yang dirasakan oleh anggota koperasi karyawan adalah konstan sebesar 0,463 yang sesungguhnya tidak memberikan makna apapun, karena besarnya skor kurang dari angka 1 yang menjadi angka terkecil dari skala skor yang ditetapkan.

Ternyata besarnya koefisien determinasi yang ditunjukkan adalah 0,742 atau 74,20%. Koefisien determinasi ini menggambarkan bahwa variasi persepsi kualitas layanan dapat menjelaskan variasi persepsi kepuasan pelanggan yang dirasakan oleh anggota koperasi karyawan adalah hanya 74,20%, sedangkan sisanya sebesar 25,80% dijelaskan oleh variabel diluar kualitas layanan atau variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, dalam hal ini tidak termasuk diliput ke dalam penelitian ini. Oleh karena itu, tingkat sensitivitas yang relatif kecil atas pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan itu, kemungkinan disebabkan bahwa anggota sudah merasa puas akan layanan unit usaha simpan pinjam dan tidak hanya semata-mata dikarenakan oleh penyatuan dimensi yang dijadikan sebagai pengukuran kualitas layanan dalam penelitian ini atau dimensi kualitas layanan ini masih dirasakan taraf pengoperasiannya belum rinci sebagai gambaran konkrit kualitas layanan pada unit usaha simpan pinjam.

Namun demikian, jika dilihat dari hasil pengujian koefisien regresi menunjukkan bahwa hasil  $t$  hitung = 16,248 adalah signifikan. Hal ini menandakan bahwa pengaruh kualitas layanan dari unit usaha simpan pinjam terhadap kepuasan pelanggan bagi anggota koperasi karyawan selama tahun 2005–2007 adalah meyakinkan. Untuk itu masalah penelitian yang telah dikemukakan dapat terjawab yakni memang ada pengaruh kualitas layanan pada unit usaha simpan pinjam terhadap kepuasan pelanggan bagi anggota koperasi karyawan. Sedangkan konstanta regresi linier sederhana yang menunjukkan taraf signifikansi 9% dapat dikatakan belum signifikan atau ditolak hipotesis kerjanya, bilamana menggunakan acuan taraf signifikansi 5% sebagai basisnya. Jadi, dapat dikatakan secara tegas bahwa kalau dipergunakan untuk keperluan memprediksi kepuasan pelanggan dengan menggunakan kualitas layanan sebagai variabel penyebabnya ternyata masih belum memberikan hasil yang memuaskan; Kecuali kalau taraf signifikansi yang ditetapkan untuk keperluan prediksi kepuasan pelanggan anggota didasarkan dengan basis penerimaan sebesar minimum 9% sebagai taraf signifikansinya. Kondisi ini seperti ini, cukup menguatkan ketidakmampuan model regresi linier untuk dipergunakan sebagai prediksi kepuasan pelanggan. Hal ini didukung pula oleh variabel kualitas layanan dalam penelitian ini yang menunjukkan tingkat kontribusi di



dalam menjelaskan kepuasan pelanggan dikatakan cukup kuat yakni hanya sebesar 74,20% dan sisanya akan dijelaskan oleh faktor lain diluar kualitas layanan.

#### 4.4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis pengujian hipotesis dan pembahasan penelitian dapat ditarik beberapa konklusi berikut ini:

- a) Ternyata ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan anggota koperasi karyawan ketika berurusan dengan usaha unit simpan pinjam selama periode tahun 2005–2007. Sedangkan besarnya pengaruh ditunjukkan sebesar skor koefisien regresi sebesar 0,872. Hal ini dapat diartikan bahwa bilamana anggota koperasi mempersepsi kualitas layanan sebesar satu satuan skor persepsi, maka kepuasan anggota koperasi yang bersangkutan berubah cenderung naik sebesar 0,872 satu satuan skor persepsi, demikian pula bilamana terjadi sebaliknya.
- b) Proporsi perubahan kenaikan atau penurunan kepuasan pelanggan anggota koperasi karyawan yang dirasakan ternyata komposisinya lebih besar dari persepsi kualitas layanannya yakni satu satuan skor persepsi berbanding dengan 0,872 satuan skor persepsi. Hal ini dapat dikatakan bahwa tingkat sensitivitas persepsi kualitas layanan masih relatif rendah untuk memberikan kepuasan pelanggan anggota koperasi karyawan.
- c) Konstanta regresi sebesar skor 0,463 menunjukkan bahwa anggota koperasi karyawan secara relatif sama sekali tidak merespon kualitas layanan yang diberikan oleh petugas unit usaha simpan pinjam, karena besarnya skor kurang dari angka 1 yang menjadi angka terkecil dari skala skor yang ditetapkan, sehingga bisa dikatakan skor seperti ini tidak memberikan makna apapun.
- d) Ternyata dengan memperhatikan koefisien determinasi yang besarnya 0,742 atau 74,20% dapat menggambarkan bahwa variasi persepsi kualitas layanan akan menjelaskan variasi persepsi kepuasan pelanggan yang dirasakan oleh anggota koperasi karyawan, sedangkan sisanya sebesar 25,80% dijelaskan oleh variabel diluar kualitas layanan atau variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan hal ini tidak dicakup dalam penelitian ini.
- e) Ternyata dari hasil penelitian ini bahwa persamaan regresi linier sederhana masih belum memuaskan untuk dijadikan prediksi kepuasan pelanggan anggota koperasi karyawan bilamana dikaitkan dengan kualitas layanan sebagai variabel penyebabnya. Hal ini dikarenakan bahwa konstanta regresi hasil pengujianya tidak signifikan, walaupun koefisien regresinya signifikan dari hasil pengujianya.

Sedangkan dalam penelitian ini ada beberapa saran yang dapat dikemukakan sebagai berikut:

- a) Seyogyanya kecukupan banyaknya responden dan pertimbangan terhadap tingkat heterogenitas variasi persepsi yang diperlukan akan menjadi perhatian dalam penelitian kelak, karena menjadi penting untuk dijadikan prediksi kepuasan pelanggan yang disebabkan oleh kualitas layanan yang dirasakan oleh anggota koperasi karyawan.

- b) Dengan relatif kurangnya kemampuan variasi persepsi kualitas layanan menjelaskan variasi persepsi kepuasan pelanggan anggota koperasi karyawan, sebaiknya di dalam membuat rancangan kuesioner perlu pencermatan dan ketelitian ketika mengemukakan kata-kata ataupun kalimat-kalimat sebagai hasil operasionalisasi konsep yang diberikan.

### Daftar Pustaka

- Boone, L. dan L.K. David, 1995, *Contemporary Marketing Plus*, 8<sup>th</sup> edition, Orlando: The Dryden Pres.
- Bovee, C.L., M. Houston, J. Thill, 1995, *Marketing*, 2<sup>nd</sup> Edition, New York.
- Dutka, A., 1994, *Handbook for Customer Satisfaction: A Complete Guidance to Research Planning, And Implication*, NTC, Business, Lincoln Wood, Illinois, USA.
- Engel, F. James, D.B. Roger, dan W.W. Paul, 1995, *Consumer Behavior*, 8<sup>th</sup> edition, International Edition.
- Hendroyogi., 1999, *Koperasi, Azas-azas Teori dan Praktek*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kusnadi, H., 2005, *Ekonomi Koperasi*, FE UI, Jakarta.
- Hanan, M., 1991, *How To Maximize, Measure, and Market You Company's Ultimate Product*, American Management Association.
- Kotler, P., 2003, *Marketing Management, Analysis Planning Implementation and Control*, Ninth Edition, New Jersey: Prentice Hall. Inc.
- Zeithaml, S.S.P. Valerie, dan L.B. Leonard, 1990, *Delivery Quality Service: Balancing Customer Perception abd Expectation*, International Edition, New York: The Free Press.
- , Undang-undang nomor 25 tahun 1992, Jakarta.