

Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi Dan Citra Koperasi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Koperasi Serba Usaha Mitra Karya Lubuk Pakam

Tuberta Ndruru¹, Martua Sitorus²

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi LMII, Jalan Kolam Nomor 39 Medan Estate, Sumatera Utara, 20371, Indonesia

E-mail: tuberta9@gmail.com

ARTICLE INFO**Article history:**

Received: 2018-7-28

Revised: 2018-08-28

Accepted: 2018-09-30

Keywords:

Influence, Cooperative Service Quality, Cooperative Image, Customer Satisfaction

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of cooperative service quality and cooperative image on customer satisfaction and to determine the dominant variable on customer decisions in using the services of KSU Mitra Karya Lubuk Pakam. The sample used in this study is employees of KSU Mitra Karya Lubuk Pakam, aged 17 years or older, can communicate well, and are able to provide good service to customer satisfaction. The number of samples is calculated using the formula according to Sugiyono and Slovin theory, so we get a total sample of 88 people. The results of this study use quantitative methods that show that the variables used, namely the quality of cooperative services (X1), cooperative image (X2), and customer satisfaction (X3), have a positive and significant effect on customer satisfaction in using the services of KSU Mitra Karya Lubuk Pakam. The results of this study also show that the dominant variable influencing customer decisions in using the services of Mitra Karya Lubuk Pakam KSU is the quality of cooperative services (X1), the image of cooperatives (X2), and customer satisfaction (X3).

Copyright © 2018 Journal of Management Science (JMAS).
All rights reserved.

1. Pendahuluan

Kepuasan nasabah senantiasa menjadi fokus dari setiap kegiatan usaha Koperasi. Kepuasan nasabah merupakan evaluasi setelah pembelian dimana apa yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melebihi harapan nasabah. Persaingan yang semakin ketat menyebabkan setiap Koperasi saling bersaing dalam memberikan kepuasan kepada nasabah.

Tujuan utama usaha koperasi Serba Usaha adalah untuk mensejahterakan para anggotanya. Sehingga keberhasilan Koperasi ditentukan oleh kepuasan dan kerjasama yang diberikan kepada nasabah, sehingga setiap anggota memiliki tanggungjawab dalam operasional koperasi.

Nasabah dikatakan memperoleh kepuasan apabila nasabah mengkonfirmasi harapannya setelah melakukan peminjaman. Hal ini, memberikan dasar yang baik untuk nasabah melakukan peminjaman ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi Koperasi. Koperasi sebagai unit usaha sudah selayaknya memperhatikan pada kepuasan nasabah. Koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum koperasi dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial, dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip koperasi (UU Nomor 17 Tahun 2012 Pasal 1 Ayat 1). Salah satu bentuk koperasi yaitu Koperasi Serba Usaha Mitra Karya Lubuk Pakam beralamatkan di Jalan Raya Lubuk Pakam Kabupaten Deli Serdang. Koperasi ini bergerak di bidang jasa penyaluran simpan pinjam sebagai salah satu unit usahanya. Nasabah dari KSU Mitra Karya berasal dari Kecamatan Sidodadi, Beringin, Kecamatan Perbaungan, dan Galang. Simpan Pinjam maupun pembelian barang jasa KSU Mitra Karya ke nasabah saat ini mulai turun. Hal demikian, disebabkan nasabah sudah tidak merasa puas sehingga nasabah tidak bersedia untuk melakukan peminjaman ulang.

Di duga kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas pelayanan. Harapan nasabah sebelum peminjaman adalah untuk memperoleh pelayanan yang memuaskan. Dalam persaingan mendapatkan nasabah, perusahaan perusahaan secara berangsur-angsur manitik beratkan pada kualitas layanan yang diberikan dan tingkat kepuasan nasabah. Strategi tersebut sangat menguntungkan perusahaan

dan nasabah. Peningkatan kualitas layanan yang disediakan dapat menarik para nasabah lebih banyak. Sehingga dari hal tersebut, dibutuhkan peningkatan dari teknik untuk analisis tingkat kepuasan nasabah.

Dalam perkembangannya KSU Mitra Karya berusaha meningkatkan pelayanannya untuk memperoleh kepercayaan nasabah. Namun, KSU Mitra Karya ini masih mempunyai kekurangan dalam hal kebersihan, dan kepedulian terhadap masyarakat.

Citra perusahaan dapat diartikan sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri usaha. Nasabah akan memutuskan untuk meminjamkan ketika citra KSU Mitra Karya dapat dipercaya oleh nasabah. Jati diri KSU Mitra Karya selama ini masih dapat menarik nasabah untuk pinjaman dana. Namun, Kualitas manajemen di KSU Mitra Karya belum optimal dalam menjalankan tugas dan fungsinya masing-masing. Semua urusan dana pinjaman diserahkan sepenuhnya kepada pegawai sehingga pengurus dan pengawas tidak mengetahui kondisi real nasabah.

Selain itu, KSU Mitra Karya juga belum mempunyai layanan internet seperti website resmi yang bisa mempermudah nasabah mengakses pinjaman dana. Pegawai mulai melakukan pinjaman dana hanya pada pukul 07.00 – 17.00 WIB saja setiap harinya tetapi sering terjadi keterlambatan waktu.

Tinggi rendahnya kepuasan nasabah ditentukan setelah nasabah melakukan keputusan pinjaman. Apabila keputusan untuk melakukan pinjaman itu tinggi berarti kepuasan yang dirasakan nasabah tinggi pula. Sedangkan apabila keputusan untuk melakukan pinjaman rendah maka kepuasan nasabahnya juga rendah, tetapi ini biasanya tergantung kebutuhan dan ekonomi setiap nasabah.

Berdasarkan kenyataan dan permasalahan yang ada peneliti tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Koperasi terhadap Kepuasan Nasabah melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening di KSU Mitra Karya Kabupaten Deli Serdang”.

2. Variabel dan Indikator

2.1. Variabel

Menurut Sugiyono (2011:38) mendefinisikan variabel sebagai atribut seseorang, atau objek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu objek yang lain. Variabel dalam penelitian ini adalah :

1) Variabel Independen (X_1)

Variabel bebas sering disebut sebagai variabel Stimulasi, predictor, atau atecedent. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau dapat menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat Sugiyono (2011:39). Adapun variabel bebas yang digunakan penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X_1).

2) Variabel Independen (X_2)

Variabel bebas sering disebut sebagai variabel Stimulasi, predictor, atau atecedent. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau dapat menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat Sugiyono (2011:39). Adapun variabel bebas yang digunakan penelitian ini adalah Citra Koperasi (X_2).

3) Variabel Dependen (Y)

Variabel terikat sering disebut sebagai variabel output, kreteria, konsekuen Sugiyono (2011:39). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah Pada Koperasi Serba Usaha Mitra Karya Lubuk Pakam (Y).

2.2. Indikator

Indikator adalah menunjukan / menanyakan sesuatu yang menjadi petunjuk bagi sub variabel / dimensi atau variabel itu sendiri. Dari sub variabel yang sudah didapat, maka penelitian ini dapat dijabarkan indikator-indikator sebagai berikut :

1) Indikator Variabel (X_1) Kualitas Pelayanan (Kotler & Keller, 2011:143) adalah sebagai berikut :

- a. Bukti fisik,
- b. Daya tanggap,
- c. Jaminan,
- d. Empati

2) Indikator Variabel (X_2) Citra Koperasi (Tumpal, 2012:4) adalah sebagai berikut :

- a. Tanggung jawab social
- b. Inovasi
- c. Kualitas Manajemen
- d. Kepercayaan Masyarakat

- 3) Indikator Variabel Kepuasan Nasabah (kotler 2011)
 - a. Membeli kembali (*Re-purchase*)
 - b. Menciptakan keputusan Pembelian (kotler 2011).

3. Uji Secara Parsial (Uji t)

3.1. Uji parsial Variabel X_1 Terhadap Variabel Y

Dalam pengujian ini kita harus mengetahui nilai r hitung dan r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel maka datanya valid dan jika r hitung $<$ r tabel maka datanya tidak valid. Dan dalam pengujian ini kita menggunakan rumus $t_{table} = t(\alpha/2; n-k-1)$ (Sugiyono, 2012). Maka $t_{table} = t(0.05/2; 88-2-1) = t(0.025; 85) = 677.387$, hasil ini adalah berasal dari nilai t tabel yang sudah tertera di tabel data statistik.

Tabel 1 Hasil uji parsial (uji t) variabel X_1 terhadap variabel Y
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-18.458	3.517		-5.248	.000
X ₁	.763	.137	.447	5.577	.000
X ₂	.709	.116	.492	6.140	.000

Berdasarkan tabel 1 nilai signifikan untuk pengaruh X_1 terhadap Y adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $= 5.577 >$ t tabel 677.387 , sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima berarti terdapat pengaruh X_1 terhadap Y.

3.2. Uji Parsial Variabel X_2 Terhadap Variabel Y

Diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X_2 terhadap Y adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $6.140 >$ t tabel 677.387 , sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima berarti terdapat pengaruh X_2 terhadap Y.

4. Uji simultan (Uji F)

Dalam pengujian ini kita harus mengetahui nilai F hitung dan F tabel. Jika nilai signifikan < 0.05 , atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y dan jika nilai signifikan > 0.05 , atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel x secara simultan terhadap variabel Y atau dengan menggunakan rumus $F_{tabel} = F(k; n-k)$ (Sugiyono, 2012) maka $F_{tabel} = F(2; 88-2)$. Untuk mengetahui hasil uji simultan F adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil uji simultan (uji f)
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3758.814	2	1879.407	154.213	.000 ^a
Residual	1035.902	85	12.187		
Total	4794.716	87			

Berdasarkan tabel 2 nilai signifikan untuk pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai F hitung $154.213 >$ F tabel 193.450 , sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima berarti terdapat pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y.

5. Uji Determinasi

Kuefisien determinasi adalah untuk melihat berapa besar kontribusi variabel X_1 (Kualitas Pelayanan) dan X_2 (Citra Koperasi) terhadap Y (Kepuasan Nasabah).

Tabel 3 Hasil uji determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.885 ^a	.784	.779	3.49100	2.151

Berdasarkan hasil tabel 3 diketahui R Square sebesar 0.784, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X_1 dan X_2 secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 0.615.

6. Kesimpulan

- 1) Terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada KSU Mitra Karya Lubuk Pakam, dimana memiliki nilai yang baik.
- 2) Terdapat pengaruh signifikan citra koperasi terhadap Kepuasan Nasabah pada KSU Mitra Karya Lubuk Pakam, dimana memiliki nilai yang baik.
- 3) Terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan dan Citra Koperasi terhadap kepuasan nasabah pada KSU Mitra Karya Lubuk Pakam, dimana memiliki nilai yang baik.
Pada penelitian ini seluruh variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel yang lain, dimana masing-masing variabel berpengaruh terhadap variabel lain dimana nilai probabilitas memiliki bintang tiga.

Referensi

- [1] Fajar Laksana. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [2] Farida. 2011. *Manajemen Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- [3] Kotler., dan Armstrong. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- [4] Kotler., dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- [5] Lupiyoadi., dan Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- [6] Pontoh, 2014. Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal EMBA*. Vol. 2, No. 3, 285-297.
- [7] Rahman. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. Semarang: Universitas Diponegoro.
- [8] Rangkuti. 2011. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [9] Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Statistik untuk penelitian. Bandung: CV. Alfabeta.
- [10] Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- [11] Supriatin., dan Sugiharto. 2012. Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Variabel Fasilitas, Harga, Dan Citra Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1-11.
- [12] Tjiptono. 2011. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- [13] Tumpal. 2012. Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Volume 1 N0 1*, 2-4.
- [14] UU, 2012. *Perkoperasian*. Jakarta: UUD 1945.