



ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH MELALUI KEPUASAN PADA KOPERASI KREDIT PINTU AIR CABANG MAKASSAR

Andi Musfirawati Nur¹, Ardiansyah Ali², Ibadurrahman³,

¹Universitas Indonesia Timur

²Universitas Indonesia Timur

³Universitas Indonesia Timur

andimusfirawatinur84@gmail.com

Info Artikel	Abstrak
<p>Keywords: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Anggota, Loyalitas Anggota.</p>	<p>Peningkatan jumlah koperasi yang ada di kota Makassar menunjukkan perkembangan yang signifikan, dimana hal ini akan sangat bergantung pada kualitas pelayanan yang mereka berikan kepada nasabah. Pada akhirnya pelayanan yang kurang memuaskan akan berdampak pada loyalitas nasabah atau bahkan beralih ke jasa layanan lainnya yang lebih baik. Masalah dalam penelitian ini adalah performa layanan yang diberikan kepada nasabah dalam bertransaksi di Koperasi Kredit Pintu Air Cabang Makassar, dimana pelayanan cenderung kurang memuaskan bagi sebagian pelanggan mereka. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana gambaran kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan pada Koperasi Kredit pintu air cabang Makassar. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode pengumpulan data menggunakan observasi partisipan, kuisioner dan telaah dokumen, di mana analisis data menggunakan path analysis untuk mengetahui hubungan antar variabel. Dari hasil penelitian, diperoleh bahwa kualitas pelayanan yang di berikan kepada nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat loyalitas nasabah ketika bertransaksi, akan tetapi loyalitas nasabah dapat berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan jika kepuasan nasabah terpenuhi.</p>

PENDAHULUAN

Implikasi dari kualitas pelayanan yang baik adalah dapat menjadikan pelanggan menjadi loyal serta menciptakan *Word Of Mouth* marketing di tengah masyarakat. Oleh sebab itu loyalitas pelanggan akan sangat mempengaruhi eksistensi perusahaan bagaimana mereka bersaing kedepannya. Komponen sikap pelanggan merupakan gagasan seperti niat kembali untuk membeli produk atau layanan tambahan dari perusahaan yang sama, kesediaan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, demonstrasi komitmen kepada perusahaan dengan menunjukkan perlawanan jika ada keinginan beralih ke pesaing lain dan kesediaan untuk membayar dengan harga premium. Di sisi lain, aspek perilaku loyalitas pelanggan merupakan pembelian berulang yang sebenarnya dari produk atau jasa, yang meliputi pembelian lebih banyak dari produk atau jasa yang sama atau

alternatif produk yang lain dari perusahaan yang sama, merekomendasikan perusahaan kepada orang lain dan kemungkinan penggunaan produk dalam jangka panjang untuk merek tersebut masih tetap terjaga kualitasnya (Saravana kumar, 2014).

Koperasi Kredit Pintu Air Cabang Makassar merupakan lembaga keuangan yang bergerak dibidang simpan pinjam, didirikan untuk membantu dan mensejahterakan anggota/nasabahnya. Kualitas produk dan jasa pelayanan yang ditawarkan atau diberikan oleh perusahaan kepada nasabah dianggap menjadi salah satu *competitive advantage* yang penting bagi kelangsungan dan perkembangan organisasi. Fenomena yang dihadapi oleh Koperasi Kredit Pintu Air Cabang Makassar di dalam memberikan pemenuhan kualitas pelayanan kepada nasabah, pemberian informasi sampai saat ini belum terpenuhi sesuai harapan nasabah, karena tidak mudah bagi Koperasi Kredit Pintu Air Cabang Makassar, untuk memberikan kepuasan kepada nasabahnya. Hal ini disebabkan karena kualitas pelayanan yang diberikan belum tentu sama dengan yang diharapkan oleh nasabah di wilayah kerja Koperasi Kredit Pintu Air Cabang Makassar.

Sinambela (2010:3), pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dan dapat di katakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia. Pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk fisik. Sedangkan menurut Moenir (2010 : 26) pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Menurut Jusuf Suit dan Almasdi (2012:88) dalam septrina (2016:13) “untuk melayani nasabah secara prima kita diwajibkan untuk memberikan layanan yang pasti handal, cepat serta lengkap dengan tambahan empati dan penampilan menarik. Sedangkan menurut Sampara dalam Sinambela (2011:5) pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Pelayanan menurut Goeth dan Davids yang dikutip Tjiptono (2012 : 51), bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa manusia. Salman Imbari, dkk (2018: 43) Menurut Garvin dikutip Tjiptono (2012 : 143) dalam menyatakan bahwa terdapat beberapa perspektif mengenai kualitas, salah satunya yaitu bahwa kualitas dilihat tergantung pada orang yang menilainya sehingga produk yang paling memuaskan prepsi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2012 :157), mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kotler (2012:68) berpendapat, kualitas pelayanan merupakan suatu penilaian konsumen tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan konsumen akan membuat perbandingan antara yang mereka berikan dengan apa yang didapatkan.

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) “Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Fandy Tjiptono (2012 : 78) mendefinisikan kepuasan dipandang sebagai evaluasi yang memberikan hasil dimana pengalaman yang dirasakan setidaknya sama baiknya (sesuai) dengan yang diharapkan.

Beberapa ahli mendefinisikan loyalitas seperti Oliver yang dikutip Kotler dan Keller (2009:138) menyatakan loyalitas (*loyalty*) sebagai “Komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih”. Bagi Lovelock, Wirtz dan Mussry (2011:76) menyatakan loyalitas ialah “kesediaan pelanggan agar senantiasa menggunakan produk perusahaan dalam jangka panjang, apalagi jika menggunakan secara eksklusif, dan merekomendasikan produk-produk perusahaan kepada teman dan rekannya”. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2013:232) menyatakan loyalitas pelanggan dipahami sebagai “kombinasi sikap senang pelanggan (*customer’s favorable attitude*) dan perilaku pembelian ulang”. Pelanggan yang loyal merupakan aset yang paling berharga bagi perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas yang berkelanjutan dalam jangka panjang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas menurut Gaffar (2007) yakni (1) Kepuasan (*satisfaction*), (2) Ikatan emosi (*emotional bonding*), (3) Kepercayaan (*trust*), (4) Kemudahan (*choice reduction and habit*), (5) Kemudahan dengan (*history with company*). Rizky Ferrari Oktavian (2018) dalam penelitiannya menemukan bahwa Terdapat pengaruh secara Signifikan kualitas pelayanan dan penetapan harga Terhadap kepuasan pelanggan pada bni card center Inc Jakarta. Demikian pula penelitian Iskawanto Kurniawan (2015) Terdapat pengaruh secara Signifikan kualitas pelayanan dan penetapan harga Terhadap kepuasan pelanggan pada Bank Syariah Mandiri Jakarta Safira farizah nasbir (2017) Terdapat pengaruh secara Signifikan kualitas pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan pada salon Hair Nets Kendari. Berdasarkan kajian teori dan beberapa hasil penelitian di atas, maka permasalahan utama yang diteliti dalam penelitian ini adalah performa layanan yang diberikan kepada nasabah dalam bertransaksi di Koperasi Kredit Pintu Air Cabang Makassar, dimana pelayanan cenderung kurang memuaskan bagi sebagian pelanggan mereka. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana gambaran kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan pada Koperasi Kredit pintu air cabang Makassar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Koperasi kredit Pintu Air Cabang Makassar. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Koperasi sebanyak 150 orang yang menjadi nasabah di kantor Koperasi Kredit Pintu Air Cabang Makassar. sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini di sesuaikan menjadi sebanyak 110 responden, hal ini dilakukan untuk

mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik. Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah Kualitas Pelayanan (Y). Sedangkan variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah Loyalitas Nasabah melalui kepuasan (X). Teknik analisis data untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini, menggunakan *software SPSS*, dengan cara memasukkan hasil dari operasionalisasi variabel yang akan di uji. Yakni Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Jalur (*Path Analysis*), Uji Hipotesis yaitu uji F dan Uji T.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Regresi Model I

Tabel 4.1
Uji Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.446	1.205		6.179	.000
	Kualitas Pelayanan	.172	.067	.232	2.554	.012

Sumber: Olah Data SPSS 25

Hal di atas menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,554 > 1,980$, dengan tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ atau $(0.012 < 0.05)$, maka H_1 diterima yang berarti kualitas pelayanan mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap kepuasan anggota.

2. Regresi model II

Tabel 4.2
Uji Pengaruh Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Terhadap Loyalitas Anggota

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.062	1.600		6.289	.000
	X	.129	.080	.150	1.624	.107
	Z	.254	.107	.218	2.372	.019

Sumber : Olah Data SPSS 25

Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,372 > 1,980$. Dikarenakan nilai p-value lebih besar dari tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ atau $(0.019 < 0.05)$, maka H_3 diterima yang berarti ada pengaruh kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota di KSP Kopdit Pintu Air, Makassar.

3. Uji Hipotesis

1) Uji F

Tabel 4. 3
Uji F (Anova)

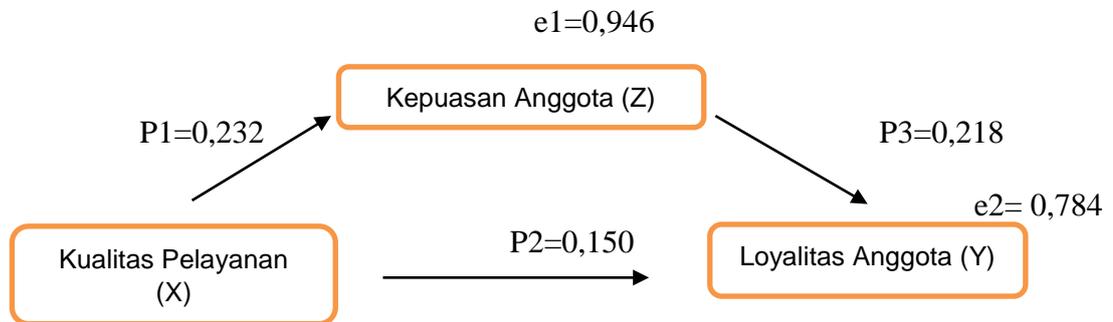
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	70.604	2	35.302	6.205	.003 ^b
	Residual	648.541	114	5.689		
	Total	719.145	116			

Sumber : Olah Data SPSS 25

Berdasarkan uji F (Simultan) diperoleh nilai signifikansi untuk pengaruh kualitas pelayanan (X) kepuasan anggota (Y) secara simultan terhadap loyalitas anggota (Y) sebesar, $0.03 < 0.05$, dan nilai Fhitung $6,205 > F$ tabel sebesar $3,92$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 di terima, yang berarti variabel kualitas pelayanan dan kepuasan Anggota berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas anggota di KSP Kopdit Pintu Air, Makassar.

2) Uji T

Berdasarkan model-model pengaruh diatas, secara keseluruhan dapat disusun lintasan pengaruh sebagai berikut:



Gambar : Hasil Analisis Jalur (Path Analysis) antara X, Z dan Y

Tabel 4.4
Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hasil Uji
H1 Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan Anggota	Diterima
H2 Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Anggota	Ditolak
H3 Terdapat pengaruh kepuasan Anggota berpengaruh terhadap Loyalitas	Diterima
H4 Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap Loyalitas melalui kepuasan Anggota	Diterima

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Hasil pengujian menunjukkan variabel kualitas pelayanan mempunyai arah koefisien regresi yang positif atau berbanding lurus terhadap kepuasan anggota, hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan akan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan anggota yang berarti kualitas pelayanan mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap kepuasan anggota.
2. Dari hasil pengujian persamaan regresi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota, di peroleh tidak adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota di KSP Kopdit Pintu Air cabang Akkareso Makassar.
3. Dari hasil pengujian regresi pengaruh kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota, di peroleh pengaruh kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota di KSP Kopdit Pintu Air, Makassar.
4. Berdasarkan hasil perhitungan nilai pengaruh langsung di peroleh nilai pengaruh tidak langsung lebih besar di bandingkan pengaruh langsung, hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung variabel kualitas pelayanan melalui kepuasan anggota (Z) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas anggota (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Djarwanto Ps. 2011. *“Statistik Induktif”*. Yogyakarta: BPFE.
- Fandy, Tjiptono. 2012. *“Manajemen Jasa”*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fandi Tjiptono. 2013. *Service, quality dan satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Fandy, Tjiptono. And Chandra. 2011. *“Strategi Pemasaran”*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, Philip dan Keller K Lane, (2009). *Marketing Management*. Jersey: Prentice Hall.
- Lerbin, R. Arintonang R. 2009. *“Kepuasan Nasabah”*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Nina, Rahmayanty. 2013. *“Manajemen Pelayanan”*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- J. Supranto.” 2012 *Pengukuran Tingkat Kepuasan Nasabah”*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler, Philip. 2010 *“Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol.”* Terjemahan Hendra Teguh. Jakarta: Prenhallindo,.
- Lovelock, Christopher and Jochen Wirtz. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa (Terjemahan)*. PT. Indeks, Jakarta.
- Nina, Rahmayanty. 2013. *“Manajemen Pelayanan”*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sinambela. 2010. *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Stanton, William J. 2010 *“Prinsip Pemasaran”*. Terjemahan Yohanes Lamerto. Jakarta: Erlangga.
- Suharsimi Arikunto. 2011 *“Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek”*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutedja , Wira. 2007. *Paduan Layanan Konsumen*. Jakarta PT. Grasindo.

- Sumantri, Suryana. 2001. *Perilaku Organisasi*. Bandung: Universitas Padjajaran.
- Sugiyono.2009. *Metode Penelitian Bisnis, Cetakan Ke-13*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Septrina.2016. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Inter Pan Pasifik Futures Makassar*.
- Sugiyono.2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Cetakan Ke-21*. Bandung: Alfabeta
- Salman, imbari, dkk. 2016. *Pengaruh kualiatas pelayanan dan kepusan terhadap loyalitas*.Purwakarta