

**PENGARUH FAKTOR KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN
(Studi pada Unit Swalayan Koperasi “DAU” Malang)**

Erna JE

**Fakultas Ekonomi&Bisnis Universitas Wisnuwardhana Malang
magmjm_uw16@yahoo.com**

Abstract. *As an institution that is engaged in a self- service unit Cooperative " DAU " Malang should be able to improve the quality of care for the management of the business has to offer. In running a business unit of supermarket / retail managed by the Cooperative " DAU " Malang is not free from the problems that confronted the other supermarket / retail as competitors, such as alfamart and Indomaret. In order to face existing competition, self-service unit / retail managed by the Cooperative " DAU " Malang need to provide excellent service. The purpose of the study to determine the effect of simultaneous, partial and influence of the most dominant factor of quality of services consisting of physical evidence, reliability , responsiveness, assurance, and empathy towards customer satisfaction Cooperative supermarket unit " DAU " Malang. By using multiple regression analysis and concluded bahwa simultaneous partial service quality factors consist of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy affects customer satisfaction Cooperative supermarket unit " DAU " Malang, while assurance is the dominant variable affecting customer satisfaction. Based on these results, it is advisable for the Cooperative supermarket unit " DAU" Malang need to pay attention to hygiene conditions supermarket space. As for the employees, especially the salesperson needs to pay attention to accuracy in the recording of goods bought by consumers, immediately follow up when an error occurs, increase the knowledge about the ethics of service and always act fairly in providing services .*

Keywords : *Quality of service and customer satisfaction*

PENDAHULUAN

Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas azaz kekeluargaan (Sitio dan Tamba, 2001). Dari pengertian koperasi tersebut mengandung pemahaman bahwa

koperasi merupakan sebuah badan usaha yang di dalamnya terdapat penanaman prinsip-prinsip koperasi yang harus dijunjung tinggi dalam pelaksanaan organisasi koperasi. Selaras dengan hal itu aktualisasi jati diri koperasi sangat diperlukan dalam pelaksanaan usahausaha yang dikelola sebuah koperasi terutama dalam hal peningkatan kualitas pelayanan koperasi

dan kepuasan anggota sebagai konsumen koperasi.

Sebagai lembaga yang bergerak dalam bidang pelayanan koperasi harus dapat meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pengelolaan usaha yang ditawarkan. Salah satu koperasi yang mempunyai berbagai macam usaha, mengutamakan kualitas pelayanan adalah Koperasi “DAU” Malang. KUD DAU berdiri sejak tahun 1973 di jalan Sidomakmur 26 desa mulyoagung kecamatan DAU Kabupaten Malang, yang berawal dengan nama BUUD (Badan Usaha Unit Desa) dengan persetujuan INPRES No. 4/73 dan SK Bupati KDH Tingkat II Kabupaten Malang pada tanggal 20 Oktober. KUD DAU didirikan untuk membantu masyarakat sekitar untuk mengembangkan usaha ternak dan untuk membantu dalam pengelolaan hasil ternak, selain itu untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Koperasi “DAU” Malang adalah koperasi yang bergerak dalam bidang usaha Pengolahan Susu (Pasteurisasi), simpan pinjam, swalayan, PMT (Pengolahan Makanan Ternak), Jasa Rek Listrik & Tlp, RPH (Rumah Potong Hewan) dan TRI. Banyaknya unit usaha yang dilakukan, pada kajian ini difokuskan pada unit swalayan/ritel yang dikelola oleh Koperasi “DAU” Malang.

Dalam menjalankan usaha unit swalayan/ritel yang dikelola oleh Koperasi “DAU” Malang tidak lepas dari permasalahan yang dihadapi antara lain swalayan/ritel sebagai pesaing, seperti alfamart dan indomaret. Guna menghadapi persaingan yang ada, unit swalayan/ritel yang dikelola oleh Koperasi “DAU” Malang perlu

memberikan jasa maupun produk yang berkualitas sesuai dengan harapan pelanggan. Pelayanan pelanggan hendaknya diarahkan kepada pelayanan yang berkesinambungan, bahkan sampai seumur hidup. Dalam mencapai kepuasan pelanggan, perusahaan sebaiknya memfokuskan aktivitasnya pada rantai nilai yang dapat menghasilkan pelayanan yang berkualitas (Hutabarat, 2000). Perusahaan dituntut untuk membahagiakan (tidak hanya memuaskan) pelanggan dengan memberikan pelayanan yang sesuai serta bernilai tambah bagi pelanggan. Komitmen akan kualitas pelayanan yang berorientasi pada pelanggan merupakan prasyarat utama dalam menunjang keberhasilan bisnis (Hutabarat, 2000).

Untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan Koperasi “DAU” Malang dibutuhkan kualitas pelayanan sebaik mungkin, sedangkan untuk mewujudkan kepuasan pelanggan atas pelayanan yang ada, dibutuhkan adanya komitmen yang tinggi dari para karyawan. Parasuraman, *et al*, (1988) mengemukakan bahwa suatu instrumen yang di desain untuk mengukur kualitas pelayanan (*Service Quality*) didasarkan pada lima faktor kualitas pelayanan yaitu (1) *tangible* (bukti fisik) untuk mengukur penampilan fisik peralatan, karyawan serta sarana komunikasi (2) *reliability* (keandalan) untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memberikan jasa yang tepat dan dapat diandalkan (3) *responsiveness* (daya tanggap) untuk membantu dan memberikan pelayanan kepada konsumen dengan cepat (4) *assurance* (jaminan) untuk mengukur

kemampuan dan kesopanan karyawan serta sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh karyawan (5) *emphaty* (empati) untuk mengukur pemahaman karyawan terhadap kebutuhan konsumen serta perhatian yang diberikan oleh karyawan.

Mengukur kepuasan pelanggan sangat bermanfaat bagi organisasi atau perusahaan dalam rangka mengevaluasi posisi organisasi atau lembaga saat ini dibandingkan dengan pesaing atau pengguna akhir, serta menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan. Umpan balik dari pelanggan secara langsung atau *focus group* atau dari keluhan pelanggan merupakan alat untuk mengukur kepuasan pelanggan. (Rangkuti, 2003). Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Engel dan Pawitra dalam Rangkuti (2003) mengatakan bahwa pengertian tersebut dapat diterapkan dalam penilaian kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu perusahaan tertentu karena keduanya berkaitan erat dengan konsep kepuasan pelanggan.

Beberapa hasil kajian empiris yang mengkaji tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dilakukan oleh Andreassen (1997) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif pada nilai dan kepuasan konsumen. Jonathan (2005) menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan kewajaran harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Indra, Dodik Agung dan Tri Gunarsih (2005) yang menyimpulkan bahwa variabel

reliability, responsiveness, empathy, assurance, dan tangible berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah kredit perorangan maupun kredit kelompok di PD BPR Bank Pasar Kabupaten Karanganyar. Suharto dan Anita Widayanti (2005), menyimpulkan bahwa dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keadilan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom Kantor Cabang Tulungagung. Jonathan (2005) menyimpulkan bahwa secara simultan variabel bukti fisik, keadilan, daya tanggap, kepedulian dan jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada sektor publik di Kabupaten dan Kota Provinsi Kalimantan Timur.

TUJUAN

Sesuai latar belakang yang sudah diuraikan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah menganalisis dan menginterpretasikan secara simultan dan parsial pengaruh faktor kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan unit swalayan Koperasi “DAU” Malang. Selain itu, untuk menganalisis dan menginterpretasikan variabel faktor kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan unit swalayan Koperasi “DAU” Malang.

METODE

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini melihat pengaruh kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan Koperasi “DAU” Malang terhadap pelanggan unit swalayan Koperasi “DAU” Malang. Lokasi penelitian ini di Jl. Raya Sengkaling No. 293 Mulyoagung Dau-Malang. Waktu penelitian ini berlangsung selama kurang lebih 3 bulan, mulai bulan Pebruari sampai dengan bulan April 2014.

Jenis Penelitian

Sesuai dengan pokok masalah dan tujuan penelitian, penelitian ini menggunakan pola eksplanasi (*level of explanation*) adalah penelitian yang bermaksud menggambarkan pola hubungan atau pengaruh antar dua variabel atau lebih, pola hubungan tersebut bisa bersifat simetris, kausal dan timbal balik (Sugiyono, 2010). Pola pengaruh yang akan diungkap dalam penelitian ini adalah pengaruh faktor kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan unit swalayan Koperasi “DAU” Malang.

Tehnik Pengambilan Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Pada penelitian ini, yang menjadi populasi adalah pelanggan yang menggunakan jasa unit swalayan Koperasi “DAU” Malang berjumlah 152 unit. Sampel minimal yang digunakan dalam penelitian kali ini dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{152}{1 + 152(0,1)^2}$$

$n = 60$ pelanggan

Dengan ukuran populasi 152 unit dan tingkat kelonggaran ketidakteelitian sebesar 10% maka ukuran sampel dalam penelitian berjumlah 60 responden. Setelah ditentukan jumlah sampel sebanyak 60 responden, maka penentuan responden berdasarkan teknik *purposive sampling* yaitu penentuan sampel dengan menetapkan kriteria-kriteria tertentu. Adapun kriteria yang ditetapkan bagi anggota populasi yang memenuhi sebagai sampel adalah 1) Pelanggan yang memiliki kewenangan untuk melakukan pembelian pada swalayan Koperasi “DAU” Malang; 2) Pelanggan yang telah melakukan pembelian pada swalayan Koperasi “DAU” Malang minimal 8 kali dalam satu bulan, dengan demikian, sampel dianggap sudah menikmati layanan yang diberikan oleh swalayan Koperasi “DAU” Malang.

Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda, yang digunakan untuk melihat pengaruh faktor kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan unit swalayan Koperasi “DAU” Malang.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Pertama (Pengujian Secara Simultan)

Pengujian hipotesis ini digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel faktor kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik,

keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan unit swalayan Koperasi “DAU” Malang. Hipotesis pertama akan diuji berdasarkan pada analisis nilai F. Dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, maka apabila Sig. F < 5 % maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika Sig. F > 5 % maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Pengujian Hipotesis Dua (Pengujian Secara Parsial)

Pengujian hipotesis ini digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial faktor kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan unit swalayan Koperasi “DAU” Malang. Hipotesis kedua akan diuji berdasarkan pada analisis nilai t, yang dihasilkan dari model regresi berganda. Dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$

maka apabila Sig. t < 5 % maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika Sig. t > 5 % maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Pengujian Hipotesis Tiga (Pengujian Secara Dominan)

Hipotesis ini diuji berdasarkan pada analisis nilai t, yang dihasilkan dari model regresi berganda. Diantara variabel faktor kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang memiliki nilai t terbesar, maka variabel tersebut dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan unit swalayan Koperasi “DAU” Malang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel berikut ini menjelaskan hasil perhitungan analisis regresi berganda.

Tabel 1. Nilai Koefisien Korelasi

Variabel	Beta	t	Sig. t	Keterangan
Konstanta	-6.359			
Bukti Fisik	0.192	2.369	0.021	Signifikan
Keandalan	0.210	2.457	0.017	Signifikan
Daya Tanggap	0.282	2.625	0.011	Signifikan
Jaminan	0.480	4.249	0.000	Signifikan
Empati	0.460	3.956	0.000	Signifikan
α : 5 % R : 0.876 R Square : 0.767 F hitung : 35.498 Sig. F : 0.000				

Besarnya nilai koefisien korelasi berganda (R) adalah 0,876 hal ini menunjukkan bahwa besarnya hubungan dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati

dengan kepuasan pelanggan unit swalayan Koperasi “DAU” Malang sebesar 87,6%. Besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0,767 hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh dimensi kualitas pelayanan

yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dengan kepuasan pelanggan unit swalayan Koperasi “DAU” Malang sebesar 76,7% dan sisanya sebesar 23,3% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Pertama

Pengujian hipotesis ini digunakan analisis regresi linier berganda dengan uji F. Berdasarkan tabel 1, diperoleh nilai F hitung sebesar 35,498 dan nilai sig. F sebesar 0.000. Nilai sig. tersebut lebih kecil dari nilai alpha (α) dalam penelitian ini adalah sebesar 5% (0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan unit swalayan Koperasi “DAU” Malang. Hasil pengujian ini dapat dijelaskan bahwa untuk dapat memuaskan konsumen unit swalayan Koperasi “DAU” Malang, diperlukan adanya kualitas pelayanan yang sebaik mungkin yang dilakukan oleh seluruh karyawan.

Pengujian Hipotesis Kedua

Hasil analisis pengaruh secara parsial dimensi kualitas pelayanan dalam bentuk bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan unit swalayan Koperasi “DAU” Malang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,369 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,021 dan nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari nilai α sebesar 5 %. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan dalam bentuk bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan

konsumen unit swalayan Koperasi “DAU” Malang.

Hasil analisis pengaruh secara parsial dimensi kualitas pelayanan dalam bentuk keandalan terhadap kepuasan konsumen unit swalayan Koperasi “DAU” Malang, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,457 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,017 dan nilai signifikansi tersebut lebih besar dari nilai α sebesar 5 %. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan dalam bentuk keandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan unit swalayan Koperasi “DAU” Malang.

Hasil analisis pengaruh secara parsial dimensi kualitas pelayanan dalam bentuk daya tanggap terhadap kepuasan konsumen unit swalayan Koperasi “DAU” Malang, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,625 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,011 dan nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari nilai α sebesar 5 %. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan dalam bentuk daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan konsumen unit swalayan Koperasi “DAU” Malang.

Hasil analisis pengaruh secara parsial dimensi kualitas pelayanan dalam bentuk jaminan terhadap kepuasan konsumen unit swalayan Koperasi “DAU” Malang, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,249 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dan nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari nilai α sebesar 5 %. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan dalam bentuk jaminan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen unit swalayan Koperasi “DAU” Malang.

Hasil analisis pengaruh secara parsial dimensi kualitas pelayanan dalam bentuk empati terhadap kepuasan konsumen unit swalayan Koperasi “DAU” Malang, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,956 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dan nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari nilai α sebesar 5 %. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan dalam bentuk empati berpengaruh terhadap kepuasan konsumen unit swalayan Koperasi “DAU” Malang.

Pengujian Hipotesis Ketiga

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda ditemukan bukti bahwa dimensi kualitas pelayanan dalam bentuk jaminan memiliki nilai t terbesar diantara variabel yang lain, sehingga dapat dikatakan bahwa dimensi kualitas pelayanan dalam bentuk jaminan merupakan variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan konsumen unit swalayan Koperasi “DAU” Malang.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis yang sudah di interpretasikan, ternyata kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen unit swalayan Koperasi “DAU” Malang. Hal ini dapat dikatakan bahwa untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan unit swalayan Koperasi “DAU” Malang diperlukan adanya kualitas pelayanan sebaik mungkin dari karyawan unit swalayan Koperasi “DAU” Malang. Dimensi kualitas pelayanan yang dibutuhkan adalah keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dari

karyawan, selain itu ditunjang dengan bukti fisik atau sarana dan prasarana yang memadai.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka semakin mempertegas bahwa citra kualitas pelayanan unit swalayan Koperasi “DAU” Malang akan terasa baik bukan berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang pada persepsi konsumen, karena konsumen yang menikmati pelayanan yang ada di unit swalayan Koperasi “DAU” Malang, sehingga persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan dari suatu pelayanan diberikan. Atas dasar tersebut, maka untuk selalu mengetahui kepuasan pelanggan unit swalayan Koperasi “DAU” Malang secara kontinyu dengan berbagai metode yang dikemukakan oleh Kotler (2009), antara lain sistem keluhan dan saran melalui kotak saran untuk menampung keluhan dan saran mereka, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk perbaikan masa yang akan datang.

Namun apabila di analisis satu per satu terhadap variabel dimensi kualitas pelayanan, ditemukan bukti bahwa bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen unit swalayan Koperasi “DAU” Malang. Kepuasan ini timbul karena kualitas barang yang dijual memiliki mutu yang bagus, kondisi fasilitas/tempat pelayanan bersih dan memberikan kenyamanan, penataan ruangan rapi dan sarana parkir memberikan rasa aman.

Dimensi kualitas pelayanan dalam bentuk kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen unit

swalayan Koperasi “DAU” Malang. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa pelanggan unit swalayan Koperasi “DAU” Malang tidak terpuaskan oleh tingkat kehandalan dari karyawan (pramuniaga) nya, dimana pramuniaga khususnya bagian kasir seringkali kurang memiliki rasa simpatik terhadap para konsumennya, dimana setelah menyerahkan kembalian kasir tidak ada basi-basinya sama sekali. Selain perilaku kasir yang kurang ramah, pramuniaga kurang mampu dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi konsumen, misalnya pramuniaga seringkali malas dalam memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen saat mencari barang yang diberikan.

Dimensi kualitas pelayanan dalam bentuk daya tanggap mempengaruhi kepuasan unit swalayan Koperasi “DAU” Malang. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa kepuasan pelanggan unit swalayan Koperasi “DAU” Malang akan terwujud apabila karyawan selalu tanggap dan cekatan dalam mengantisipasi keluhan, seringkali keluhan yang dihadapi konsumen adalah saat konsumen mencari judul dan nama pengarang buku yang akan dibeli. Selain itu, karyawan segera menindak lanjuti apabila terjadi kesalahan yang dilakukan oleh karyawan dan adanya kesanggupan memenuhi semua permintaan yang diinginkan konsumen.

Dimensi kualitas pelayanan dalam bentuk jaminan mempengaruhi kepuasan unit swalayan Koperasi “DAU” Malang. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa kepuasan pelanggan unit swalayan Koperasi

“DAU” Malang akan terwujud apabila pengetahuan karyawan tentang etika pelayanan tinggi, dimana karyawan bersikap ramah dalam memberikan pelayanan, memiliki kredibilitas dan tanggungjawab yang tinggi dan memiliki kemampuan yang baik dalam berkomunikasi.

Dimensi kualitas pelayanan dalam bentuk empati mempengaruhi kepuasan konsumen unit swalayan Koperasi “DAU” Malang. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa kepuasan pelanggan unit swalayan Koperasi “DAU” Malang akan terwujud apabila karyawan memiliki kemauan untuk memahami kebutuhan konsumen, karyawan senantiasa bertindak adil dalam memberikan pelayanan, penyampaian informasi tentang produk dengan mudah dipahami, dan adanya perhatian secara individual kepada para konsumen

Dimensi kualitas pelayanan dalam bentuk jaminan merupakan variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan konsumen unit swalayan Koperasi “DAU” Malang. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa kepuasan pelanggan unit swalayan Koperasi “DAU” Malang akan terwujud apabila pengetahuan karyawan tentang etika pelayanan tinggi, dimana karyawan bersikap ramah kepada semua pengunjung dan memiliki tanggung jawab serta kemampuan yang baik dalam berkomunikasi.

KESIMPULAN

Terdapat pengaruh secara simultan dan parsial Faktor kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap,

jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen unit swalayan Koperasi “DAU” Malang. variabel jaminan merupakan variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan konsumen unit swalayan Koperasi “DAU” Malang..

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, 2002. *Riset Bisnis*. PT. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Cristobal. E, Carlos Flavian and Miguel Guinaliu. 2007. Perceived E-Service Quality (Pesq) Measurement Validation And Effects On Consumer Satisfaction And Web Site Loyalty. *Managing Service Quality*. Vol. 17 No. 3, pp. 317-340
- Dharmayanti, Diah. 2006. Analisis Dampak *Service Performance* dan Kepuasan Sebagai *Moderating Variable* Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 1, hal. 35-43
- Gujarati, Damodar. 2006. *Essentials of Econometrics*, International Editon, McGraw-Hill.
- Hutabarat, Jemsly. 2000. Visi kualitas jasa: ”membahagiakan pelanggan”, kunci sukses bisnis jasa. *Manajemen & Usahawan Indonesia*. Vol. 26, No. 5,
- Indra dan Tri Gunarsih. 2005. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan nasabah Kredit Perorangan dan Kelompok Pada PD BPR Bank Pasar Kabupaten Karanganyar. Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Japarianto, E., Poppy Laksmono dan Nur Ainy Khomariyah. 2007. Analisa Kualitas Layanan Sebagai Pengukur Loyalitas Pelanggan Hotel Majapahit Surabaya Dengan Pemasaran Relasional Sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol. 3, No. 1, Maret 2007: 34-42
- Jonathan, L.C.A. Robin., 2005. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sektor Publik di Kabupaten dan Kota di Propinsi Kalimantan Timur. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Tahun IX, No. 2. hal. 409-418.
- Kotler & Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta.
- Kotler & Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2. Jakarta
- Payne, Adrian. 2001. *The Essence of Service Marketing*. Diterjemahkan oleh: Fandy Tjiptono. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Rangkuti, Freddy., 2003. *Measuring Customer Satisfaction*. *Cetakan kedua, Edisi pertama, PT.*

Gramedia Pustaka Utama.
Jakarta

Singarimbun, Masri dan Sofian
Effendi. 2005. *Metode
Penelitian Survei.* Jakarta:
LP3ES.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian
Administrasi.* Bandung.
ALFABETA.

Suhartanto, Dwi. 2000. Efek kualitas
pelayanan terhadap perilaku
konsumen. *Jema.* Vol. 19, No.
7

Sitio dan Tamba Halomoan. 2001.
Koperasi : Teori dan Praktik.
Jakarta : Erlangga.

Swastha, Basu, DH, T Hani Handoko.
2003. *Manajemen
Pemasaran,* Penerbit
Liberty, Yogyakarta.

Tjiptono, F,. 2008. *Manajemen Jasa.*
Andi Offset, Yogyakarta.