

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOPERASI KARYAWAN Palyja

Justira Adhesa Secilia, Tuti Hartati dan Kadunci

justira.adhesa@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Koperasi Karyawan Palyja. Kualitas pelayanan adalah pendekatan utama untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Variabel bebas dari penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan. Variabel Kualitas Pelayanan terdiri dari Bukti Nyata, Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati. Variabel Terikat dari penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang diberikan kepada karyawan Palyja. Total Populasi dalam penelitian ini adalah 1086 karyawan dan sampelnya sebanyak 92 karyawan. Data dari kuesioner diproses menggunakan program SPSS 2.2 untuk windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen sebesar 64,6% dipengaruhi oleh variabel bukti langsung (X1), variabel keandalan (X2), variabel daya tanggap (X3), variabel jaminan (X4), dan variabel Empati (X5)

Kata kunci : pengaruh, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, bukti nyata, reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati.

Abstract

This research is intended to identify the influence of service quality towards consumer satisfaction of employee cooperative of Palyja. Service quality is the main approach to providing satisfaction to the consumers. The independent variable of this research is Quality Service. The Quality Service variable consists of tangibility, reliability, responsiveness, assurance and empathy. The Dependent variable of this research is Consumer Satisfaction. This research is conducted through quantitative approach. Data collection method is using questionnaires that are given to employees of Palyja. The total population of this research is 1086 employees and the sample is 92 employees. Data from the questionnaires is processed with SPSS 2.2 program for windows.

The result of this research shows that consumer satisfaction with amount 64,6% influence by tangible (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4), and empathy (X5).

Keywords : influence, service quality, consumer satisfaction, tangibility, reliability, responsiveness, assurance, and empathy.

PENDAHULUAN

Koperasi didirikan dengan tujuan untuk mensejahterakan para anggotanya. Di Indonesia muncul berbagai jenis koperasi dengan berbagai usaha yang dijalankan. Salah satu bidang usaha yang dijalankan koperasi adalah koperasi serba usaha (KSU). Pelayanan yang berkualitas diperlukan koperasi untuk menarik keputusan pembelian dan mencapai kepuasan konsumen. Peningkatan kualitas layanan yang disediakan dapat menarik para konsumen lebih banyak. Keuntungan

eksternal yang didapat perusahaan diimplikasikan dalam proses produksi suatu jasa, yaitu dimana kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan dapat menciptakan suatu persepsi positif dari pelanggan terhadap perusahaan dan menghasilkan suatu kepuasan serta loyalitas konsumen. Menjaga kepuasan dari konsumen merupakan hal penting yang harus diperhatikan, karena konsumen yang merasa tidak puas memiliki kemungkinan untuk menyampaikan ketidakpuasan tersebut kepada konsumen lain maupun calon

konsumen. Faktor - faktor penentu kualitas pelayanan terdiri dari lima faktor.

Faktor pertama yaitu bukti langsung yang merupakan penampilan fasilitas fisik untuk menunjang proses dari pelayanan.

Faktor kedua adalah keandalan yaitu konsistensi dan kesesuaian dalam proses pelayanan. Faktor ketiga adalah daya tanggap yang merupakan respon dari karyawan untuk membantu konsumen dengan cepat dan tanggap. Faktor keempat adalah jaminan yang merupakan kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan dari para konsumen atas janji yang telah diberikan. Faktor kelima adalah empati yang merupakan perhatian secara pribadi yang disampaikan karyawan kepada konsumen agar proses layanan dapat berjalan dengan baik. PT PAM Lyonnaise Jaya (PALYJA) hadir di Jakarta untuk meningkatkan penyediaan dan pelayanan air bersih kepada masyarakat di wilayah Barat DKI Jakarta sejak 1 Februari 1998, melalui 25 tahun kerjasama dengan PAM Jaya.

Sebagai salah satu perusahaan air minum yang berada di Jakarta dan memiliki laba yang cukup besar, maka kesejahteraan karyawan menjadi satu hal yang penting agar bisa meningkatkan pelayanan kepada masyarakat. Di dalam perusahaan PALYJA terbentuklah sebuah koperasi karyawan yang diperuntukkan bagi para karyawannya. Koperasi Karyawan PALYJA didirikan untuk membantu para karyawannya memenuhi kebutuhan hidup. Koperasi Karyawan PALYJA sebagai sebuah koperasi pastinya harus memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para karyawannya sebagai konsumen. Dengan pelayanan yang telah diberikan oleh pihak koperasi maka bisa dilihat apakah para karyawannya yang sebagai konsumen akan merasa puas atau tidak.

Perumusan Masalah

Untuk mengetahui tanggapan karyawan PALYJA terhadap kualitas pelayanan koperasi, dan juga untuk

mengetahui apakah kualitas pelayanan yang diberikan memberikan kepuasan kepada karyawan sebagai konsumen, maka dalam penelitian ini perumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimanakah variabel kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen Koperasi Karyawan PALYJA ?
2. Variabel pelayanan manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Koperasi Karyawan PALYJA?
3. Bagaimanakah tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Koperasi Karyawan PALYJA ?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial dimensi kualitas jasa yang terdiri dari bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan konsumen Koperasi Karyawan PALYJA. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisa pengaruh dominan dari kelima variabel dimensi kualitas jasa yang terdiri dari bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap konsumen Koperasi Karyawan PALYJA.

Tinjauan Pustaka

Dimensi kualitas jasa digunakan untuk mengukur adanya perbandingan antara persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan/inginkan (*expected service*) yang berakhir pada tingkat kepuasan pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diberikan. (Lupiyodi, 2001:148). Dimensi kualitas jasa menurut Parasuraman, *et al* dalam Tjiptono (2006:273) dibagi menjadi lima bagian pokok, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan perhatian individu atau empati. Bukti fisik merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak

eksternal. Penampilan, kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan lingkungan sekitar adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan saran komunikasi.

Keandalan adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan cepat, tepat, dan akurat. Daya tanggap adalah kemampuan para karyawan untuk tanggap membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat, tepat, dengan disertai penyampaian jasa yang jelas. Dalam hal ini, perusahaan tidak hanya selalu cepat tanggap pada keluhan konsumen yang timbul karena janji tidak terpenuhi, namun juga cepat tanggap menangkap perubahan yang terjadi dalam pasar, teknologi, peraturan dan perilaku konsumen. Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, kemampuan perusahaan memberikan pelayanan kepada pelanggan. Empati meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual pelanggan. Kualitas jasa bukanlah diukur dari sudut pandang penyedia jasa namun yang lebih penting berdasarkan sudut pandang pelanggan.

Hal ini disebabkan pelangganlah yang membeli dan mengkonsumsi jasa tersebut. Band di dalam Nasution (2005:58) mengatakan bahwa kepuasan tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen. Sebaliknya, bila kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen maka kepuasan tidak tercapai. Konsumen yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsinya akan mencari perusahaan lain yang mampu menyediakan kebutuhannya.

Penelitian ini memiliki hipotesis bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antar kualitas jasa yang terdiri dari bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5)

secara simultan terhadap kepuasan konsumen Koperasi Karyawan PALYJA. Hipotesis yang kedua bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas jasa yang terdiri dari bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) secara parsial terhadap kepuasan konsumen Koperasi Karyawan PALYJA dan variabel-variabel merupakan variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap konsumen Koperasi Karyawan PALYJA.

METODE PENELITIAN

Sesuai dengan masalah yang diteliti dan tujuan penelitian yang ditetapkan sebelumnya, maka metode yang dilakukan adalah metode survei dengan regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas (terikat) atas perubahan dari setiap peningkatan atau penurunan variabel bebas yang akan mempengaruhi variabel terikat.

Variabel pada penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas jasa yang terdiri dari lima variabel, yaitu: bukti langsung (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5), sedangkan variabel terikat (Y) ialah kepuasan nasabah. Sampel sebanyak 92 responden diambil dengan metode kuota sampling. Teknik pengumpulan data yaitu dengan metode kuesioner. Pengujian instrument menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Sedangkan untuk teknik analisa data menggunakan metode regresi linier berganda, uji T, dan uji F.

HASIL PENELITIAN

Penelitian dilakukan di 9 Lokasi Kantor PALYJA. Populasi penelitian ialah karyawan PALYJA, sedangkan

sampel yang diambil sebanyak 92 konsumen atau responden.

Uji instrumen penelitian dilakukan dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji asumsi multikolinieritas, uji asumsi heterokedastisitas, dan uji asumsi normalitas. Hasil dari uji validitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Bukti Fisik (X1)	X1.1	0,634	0,514	Valid
	X1.2	0,238	0,514	Tidak Valid
	X1.3	0,385	0,514	Tidak Valid
	X1.4	0,562	0,514	Valid
	X2.1	0,736	0,514	Valid
Kehandalan (X2)	X2.2	0,752	0,514	Valid
	X2.3	0,699	0,514	Valid
	X2.4	0,782	0,514	Valid
	X2.5	0,673	0,514	Valid
	X3.1	0,841	0,514	Valid
Daya Tanggap (X3)	X3.2	0,841	0,514	Valid
	X3.3	0,909	0,514	Valid
	X3.4	0,842	0,514	Valid
Jaminan (X4)	X4.1	0,549	0,514	Valid
	X4.2	0,586	0,514	Valid
	X4.3	0,909	0,514	Valid
	X4.4	0,845	0,514	Valid
	X4.5	0,559	0,514	Valid
Empati (X5)	X5.1	0,748	0,514	Valid

	X5.2	0,791	0,514	Valid
	X5.3	0,792	0,514	Valid
	X5.4	0,721	0,514	Valid
	X5.5	0,628	0,514	Valid
	X5.6	0,689	0,514	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0,735	0,514	Valid
	Y2	0,690	0,514	Valid
	Y3	0,813	0,514	Valid
	Y4	0,813	0,514	Valid
	Y5	0,621	0,514	Valid
	Y6	0,821	0,514	Valid
	Y7	0,688	0,514	Valid
	Y8	0,756	0,514	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2015

Berdasarkan hasil pengujian terhadap instrumen yang digunakan dalam penelitian ini, seperti yang dikemukakan instrumen yang valid memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel. Maka dari hasilnya terdapat 2 butir pertanyaan yang dihilangkan dan sisanya digunakan dalam penelitian ini.

Pengujian instrumen yang kedua menggunakan uji reliabilitas, hasil dari uji reliabilitas dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,956	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,881	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2015

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas yang tercantum pada tabel diatas diketahui bahwa semua variabel menghasilkan nilai *Alpha* yang lebih besar dari 0,6 sehingga dapat diartikan bahwa

semua item pada masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Pengujian instrumen selanjutnya dilakukan dengan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi. Tabel dari hasil uji asumsi klasik dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Uji Normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan rumus Kolmogorov-Smirnov.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		92
	Mean	0E-7
Normal Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	33.83722785
	Absolute	.116
Most Extreme Differences	Positive	.065
	Negative	-.116
Kolmogorov-Smirnov Z		1.114
Asymp. Sig. (2-tailed)		.167

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data primer diolah, 2015

Berdasarkan hasil pengujian normalitas seperti yang tercantum pada tabel di atas menunjukkan hasil signifikan (Sig) sebesar 0,167 (lebih besar dari $\alpha = 0,05$) maka data tersebut sudah berdistribusi normal.

Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi

korelasi di antara variabel independen (bebas).

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF	Keterangan
Bukti Fisik (X1)	1.298	Non Multikolinieritas
Kehandalan (X2)	3.627	Non Multikolinieritas
Daya Tanggap (X3)	3.313	Non Multikolinieritas
Jaminan (X4)	2.247	Non Multikolinieritas
Empati (X5)	2.790	Non Multikolinieritas

Sumber : Data primer diolah, 2015

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas seperti yang tercantum pada Tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing peubah bebas mempunyai nilai VIF kurang dari 10. Sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi yang digunakan adalah bebas multikolinieritas.

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Bukti Fisik (X1)	0.256	Heterokedastisitas
Kehandalan (X2)	0.644	Heterokedastisitas
Daya Tanggap (X3)	0.771	Heterokedastisitas
Jaminan (X4)	0.841	Heterokedastisitas
Empati (X5)	0.671	Heterokedastisitas

Sumber: Data primer diolah, 2015

Berdasarkan tabel diatas hasil pengujian heterokedastisitas menggunakan metode glejser menunjukkan nilai asymp sig masing-masing variabel lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel dalam penelitian tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi ada korelasi antar anggota sampel.

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	7.09127
Cases < Test Value	46
Cases >= Test Value	46
Total Cases	92
Number of Runs	40
Z	-1.468
Asymp. Sig. (2-tailed)	.142

a. Median

Sumber : Data primer diolah, 2015

Berdasarkan tabel diatas hasil pengujian autokorelasi menggunakan *run test* menunjukkan nilai *asymp sig* sebesar **0,142** lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel dalam penelitian tidak mengalami autokorelasi

Analisis data merupakan bagian yang sangat penting dalam suatu penelitian. Hal ini disebabkan karena dalam suatu analisis data dapat memberikan makna yang berguna dalam menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Berikut ini disajikan ringkasan hasil pengolahan data, hasil pengujian hipotesis serta interpretasi hasil pengujian. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan SPSS 20.

Tabel 7. Hasil Rekapitulasi Data

Variabel	B	Beta
	Unstandardized	Standardized
Constant	36.182	0.149
Bukti Fisik (X1)	0.515	0.431
Kehandalan (X2)	.0624	-0.108
Daya Tanggap (X3)	-0.192	0.228
Jaminan (X4)	0.374	0.286
Empati (X5)	0.358	0.149

Sumber : Data primer diolah, 2015

Tabel 8. Hasil Rekapitulasi Data

Variabel	T hitung	Signifikan hitung	Keterangan
Bukti Fisik (X1)	2,091	0,039	Signifikan
Kehandalan (X2)	3,627	0,000	Signifikan
Daya Tanggap (X3)	-0,954	0,343	Signifikan
Jaminan (X4)	2,443	0,017	Signifikan
Empati (X5)	2,745	0,007	Signifikan

Sumber : Data primer diolah, 2015

Multiple Correlation (R) = 0.816

R Square (R²) = 0.665

Adjusted R Square = 0.646

Fhitung = 34.162

Sig F = 0.000

Ftabel = 2.32

tTabel = 1.988

α = 5%

Dari hasil perhitungan analisis regresi berganda yang telah dilakukan menunjukkan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent adalah besar, hal tersebut dapat dilihat pada nilai koefisien determinasi (R²) yaitu sebesar 0,665. Dengan demikian berarti pengaruh kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan Koperasi Karyawan PALYJA dapat dijelaskan sebesar 64,6% oleh variabel bukti langsung (X1), variabel keandalan (X2), variabel daya tanggap (X3), variabel jaminan (X4), dan variabel Empati (X5), sedangkan sisanya sebesar 35,4% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 36,182 + 0,515 X1 + 0,624 X2 - 0,192 X3 + 0,374 X4 + 0,358 X5$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa koefisien dari

persamaan regresi adalah positif. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel bukti fisik (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,515 (bertanda positif) terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai thitung sebesar 2,091 dengan tingkat signifikansi 0,039 (< 0.05). Hal ini berarti bahwa bukti fisik (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa bukti fisik (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dapat diterima.
- b. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel kehandalan (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,624 (bertanda positif) terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai thitung sebesar 3,627 dengan tingkat signifikansi 0,000 (< 0.05). Hal ini berarti bahwa kehandalan (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa kehandalan (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dapat diterima.
- c. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel daya tanggap (X3) memiliki koefisien regresi sebesar -0,192 (bertanda negatif) terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai thitung sebesar -0,954 dengan tingkat signifikansi 0,343 (> 0.05). Hal ini berarti bahwa daya tanggap (X3) berpengaruh negative terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa daya tanggap (X3) berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen (Y) tidak dapat diterima.
- d. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel jaminan (X4) memiliki koefisien regresi sebesar 0,374 (bertanda positif) terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai thitung sebesar 2,443 dengan tingkat signifikansi 0,017 (< 0.05). Hal ini berarti bahwa jaminan (X4) berpengaruh positif terhadap

kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa jaminan (X4) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dapat diterima.

- e. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel empati (X5) memiliki koefisien regresi sebesar 0,358 (bertanda positif) terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai thitung sebesar 2,745 dengan tingkat signifikansi 0,007 (< 0.05). Hal ini berarti bahwa empati (X5) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian Hipotesis 5 yang menyatakan bahwa empati (X5) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dapat diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Kotler, Philip dan Susanto A. B. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Riduwan. 2007. *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Bandung : CV Alfabeta
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Tjiptono, Fandy & Candra, Gregorius. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

