

# ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT KEPUASAN ANGGOTA KOPDIT CU. LANTANG TIPO DI TP. JERUJU PONTIANAK KALIMANTAN BARAT

Hugeng Tayan Putra  
Akademi Keuangan dan Perbankan  
Artha Ghra Pontianak

## ABSTRACT

*Credit union Lantang Tipo is one of the cooperatives that are in the city of Pontianak. Although Lantang Tipo is a company engaged in the field of credit unions but the level of competition between credit unions and other banks are very tight, it can be seen from the large number of members of cooperatives CU. Lantang Tipo in the city of Pontianak. In efforts to maintain members, companies should be aware of the quality of service that will determine the members / customers as a service user. The purpose of this study was to determine the satisfaction level of member / customer Credit Union Lantang Tipo in Jeruju Pontianak Services. In this study, samples taken are as many as 100 people who have become members of the Credit Union Lantang Tipo in Jeruju Pontianak services. This analysis uses 5 dimensions of service quality. Methods of data analysis using Importance Performance Analysis and multiple linear regression analysis. The results showed that customer satisfaction is the main priority on clarity of information, serious attention to members who got in trouble and the attention of the individual employee. While the most dominant factor lies in the dimensions of service that is equal to 0,53. Suggestions for credit cooperatives Lantang Tipo in jeruju Pontianak can be improve and enhance the performance of service, so that members can better satisfaction again in the future.*

**Keyword :Service Quality, Member Satisfaction, Importance Performance Analysis, Multiple Regression Linier**

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Koperasi merupakan lembaga yang menjalankan suatu kegiatan usaha dan pelayanan yang sangat membantu dan diperlukan oleh anggota koperasi dan masyarakat. Tujuan utama kegiatan koperasi adalah meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, karena koperasi dipandang sebagai soko guru ekonomi Indonesia. *Credit Union* adalah model koperasi yang tumbuh dan berkembang atas prakarsa masyarakat (bottom up) dengan tujuan utamanya adalah memberdayakan rakyat, baik secara ekonomi, sosial maupun budaya.

Dalam penelitian ini penulis memilih Kopdit CU. Lantang Tipo TP Jeruju Pontianak, resmi berdiri pada tanggal 18 februari 2008 dan merupakan TP yang ke 29, yang berkantor Pusat di Bodok Kec. Pusat Damai, Kab. Sanggau. Dengan terus bertambahnya Koperasi-Koperasi kredit baru tentunya meningkatkan persaingan sehingga Lantang Tipo terus berbenah guna meningkatkan pelayanan prima kepada para anggotanya. Kepercayaan dan loyalitas, kata-kata ini sangat berarti untuk dewasa ini. banyak Koperasi Kredit yang berupaya meraihnya dan mempertahankannya

dengan berbagai macam cara : memberikan penghargaan bagi anggota yang berprestasi dan memberikan bingkisan pada saat hari raya keagamaan pada anggota.

Kepuasan anggota koperasi merupakan orientasi pemasaran yang sangat penting untuk dilaksanakan. Jika anggota koperasi merasa puas terhadap CU tersebut, maka anggota akan menjadi loyal/setia pada CU tersebut dan akan menyampaikan tentang kepuasan terhadap CU tersebut pada orang lain, sehingga orang lain tertarik atau akan ikut menjadi anggota koperasi pada CU yang sama. Hal ini tentunya sangat menguntungkan bag CU tersebut, karena dapat memelihara anggota yang ada sekaligus dapat menarik anggota yang baru. Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen terdapat 5 (lima) faktor utama yang harus diperhatikan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya ( Kotler,1997:158 )

Penelitian yang dilakukan oleh Mital., (1998) mengemukakan bahwa kinerja yang negatif pada produk atribut mempunyai efek negatif pada kepuasan keseluruhan dan kerja yang positif mempunyai pengaruh positif pada atribut yang sama dan kepuasan keseluruhan menunjukkan pengurangan sensitivitas pada tingkat kinerja atribut.

Penelitian yang dilakukan oleh Tax, Brown & Chandrashekar (1998) dengan judul *Customer Evaluations of Service Complaint Experiences: Implications for Relationship Marketing*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kepercayaan dan nilai pelanggan terhadap kopdit yang tinggi akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1994) mengenai kualitas jasa dan faktor-faktor yang menentukan kualitas jasa pada Bank, *Credit Card Co., Repair and Maintenance Co., L.D. Telephone Co.* Penelitian tersebut menggunakan lima dimensi kualitas meliputi: *reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan *tangibles*. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa dimensi *reliability* yang paling penting dalam menentukan kepuasan nasabah. Kemudian diikuti dimensi *responsiveness, assurance, empathy,* dan *tangibles*. Hasil tersebut menunjukkan tingkat kepentingan masing-masing atribut atas kualitas layanan suatu kopdit, dan dapat digunakan untuk membandingkan nilai kualitas layanan kopdit dengan kopdit pesaing.

Berdasarkan uraian pendahuluan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat kualitas pelayanan Koperasi Kredit CU Lantang Tipo TP Jeruju Pontianak Kalimantan Barat. dan apakah faktor kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan anggota Koperasi Kredit CU. Lantang Tipo di tempat pelayanan Jeruju Pontianak Kalimantan Barat.

## 1.2. Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

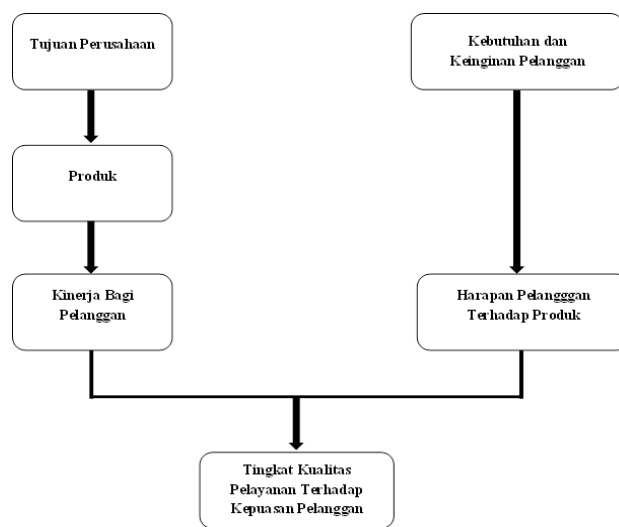
Dalam persaingan yang semakin tajam diantara kopdit dewasa ini maka kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama dimana harapan pelanggan serta pelaksanaan atau kinerja yang dilakukan kopdit haruslah sesuai dengan yang diinginkannya. Kopdit harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh pelanggan, agar mereka puas. Untuk itulah kopdit perlu menilai faktor-faktor apa saja yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggannya dan apakah telah dipenuhinya.

Kepuasan konsumen pada dasarnya berhubungan dengan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dengan harapannya. Dengan demikian, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dia rasakan dengan harapan. Pelanggan

(konsumen) dapat memahami salah satu tingkat kepuasan umum, yaitu jika kinerja di bawah harapan, maka konsumen akan kecewa, kinerja sesuai harapan, maka konsumen akan puas, kalau kinerja melebihi harapan, maka konsumen akan sangat puas (Kotler, 1997:36).

Menurut Day (dalam Tjiptono, 2002: 146) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Wilkie (dalam Tjiptono, 2002:89) mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Dari definisi tersebut dapat ditarik simpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dengan kinerja atau hasil yang dirasakan.

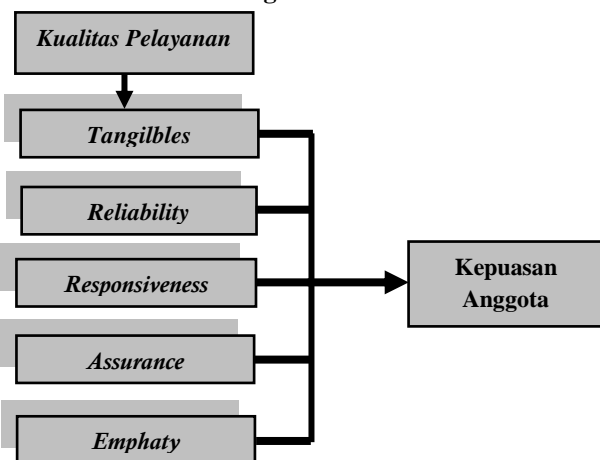
**Gambar 1.1.**  
**Konsep Kepuasan Pelanggan**



(Sumber : Tjiptono, 2002:147)

Dalam penelitian ini, kerangka penelitian tesis ini dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 1.2**  
**Kerangka Pemikiran**



Sumber data : Irawan, Handi D, 2002

### 1.3. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara tentang sesuatu kejadian yang perlu dibuktikan kebenarannya. Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

Ho = Diduga secara simultan dan Parsialkinerja dan harapan yang meliputi *tangibles*, *realibility*, *responsiveness*, *asssurance* dan *emphaty* tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Kopdit CU. Lantang Tipo TP. Jeruju Pontianak

Ha = Diduga secara simultan dan Parsialkinerja dan harapan yang meliputi *tangibles*, *realibility*, *responsiveness*, *asssurance* dan *emphaty* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Kopdit CU. Lantang Tipo TP. Jeruju Pontianak

### 1.4. Metodologi Penelitian dan Teknik Analisis Data

Didalam penulisan ini, menurut Kountur (2005:98), metode deskriptif analisis yaitu melukiskan keadaan yang sebenarnya guna memperoleh fakta yang diolah menjadi data, untuk kemudian diolah lebih lanjut agar diperoleh suatu kesimpulan dengan obyek penelitian pada Kopdit CU. Lantang Tipo TP. Jeruju Pontianak. Metode deskriptif adalah suatu metode yang bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu (Traver dalam Umar, 2008:22).

Penelitian ini sebagian besar menggunakan data primer yang diperoleh di lapangan. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang dipersiapkan. Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini berisi dua bagian utama. Bagian yang pertama tentang profil sosial responden, berisi data responden yang berhubungan dengan identitas responden dan keadaan sosial seperti : umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir dan lama keanggotaan koperasi. Sedangkan bagian kedua menyangkut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota koperasi.

Menurut Masngudi (1998:52), populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga. Populasi dalam penelitian ini adalah Anggota koperasi kredit CU. Lantang Tipo yang berjumlah 100 orang.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan definisi sampel adalah suatu himpunan bagian dari unit populasi. Roscoe seperti dikutip dalam sekarang (1992) yang mengatakan besarnya sampel yang lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 pada kebanyakan penelitian sudah dianggap mewakili. Sedangkan menurut Sudharmanto (2005:86), berkaitan dengan besarnya ukuran atau besarnya sampel yang harus digunakan untuk penelitian menjadi permasalahan bagi peneliti. Banyak para pemakai regresi yang masih risau dengan persoalan sampel besar dan sampel kecil (sampel yang besarnya 30 atau lebih merupakan sampel besar dan kurang dari 30 merupakan sampel kecil). Ada pendapat yang menyatakan bahwa dalam sampel kecil tidak dapat digunakan statistik parametric sebagai alat analisisnya, termasuk didalamnya regresi linear ganda. Satu hal yang perlu dipahami, bahwa ukuran atau besarnya sampel hanyalah merupakan salah satu aspek yang digunakan untuk menilai keabsahan suatu sampel. Seberapa besar jumlah sampel yang seharusnya diambil adalah fungsi dari variasi pada parameter populasi yang tercakup dalam penelitian.

Penentuan besarnya sampel menurut Slovin (dalam Umar,2000:146) dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N^2}{1+N_e}$$

Dimana :

n = Ukuran Sampel  
N = Ukuran Populasi

$e$  = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir / diinginkan, dalam hal ini ukuran sampel menggunakan batas kesalahan = 10%. Dalam penelitian ini sampel yang diambil berjumlah 100 responden.

#### 1.4.1. Importance Performance Analysis

Analisis ini menghendaki konsumen untuk meranking berbagai elemen dari penawaran. Ranking tersebut berdasarkan derajat pentingnya dari setiap elemen dan seberapa baik kinerja kopdit pada masing-masing level atau disebut juga Importance-Performance rating. (Martilla dan James dalam Tjiptono, 2002:36) kualitas Pelayanan diperingkatkan menurut kepentingan masalah (Customer importance) dan kinerja kopdit (Company Performance) dalam tingkat kepentingan nasabah dengan menggunakan skala likert. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi, seseorang atau kelompok orang atas suatu fenomena tertentu. Masing-masing diberikan skor sebagai berikut :

1. Harapan/kepentingan yang ditunjukkan oleh perilaku konsumen dengan kategori : (1) Sangat Tidak

Sedangkan untuk mengetahui kemampuan variable bebas menerangkan variable terikat, hal tersebut dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ). Jadi  $R^2$  digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan secara bersama-sama dari variable bebas yang diteliti terhadap variable terikat  $R^2$  semakin besar (mendekati 1), maka sumbangan variable bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat semakin besar.

#### 1.4.3. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar daripada nilai F menurut tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

#### 1.4.4. Uji t

Digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan maka

Penting (2) Tidak Penting (3) Cukup Penting (4) Penting (5) Sangat Penting.

2. Kualitas pelayanan yang dirasakan dengan kategori (1) Sangat Tidak Baik (2) Tidak Baik (3) Cukup Baik (4) Baik (5) Sangat Baik.

#### 1.4.2. Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Koperasi CU. Lantang Tipo TP. Jeruju Pontianak digunakan analisis Regresi Linier Berganda. Analisis regresi berganda dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Dimana :

$X_1$ : Dimensi Tampilan Fisik (*Tangible*)

$X_2$ : Dimensi Keandalan (*Reliability*)

$X_3$ : Dimensi Kecepat-tanggapan (*Responsiveness*)

$X_4$ : Dimensi Jaminan (*Assurance*)

$X_5$ : Dimensi Emphaty (*Tenggang Rasa*)

$Y$ : Kepuasan Anggota

$a$ : Konstanta

$b_1$ - $b_5$ : Koefisien regresi

$e$ : Error

kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Jika  $p < \alpha$  (0,05), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, Artinya : Ada pengaruh positif dan signifikan dari faktor Dimensi Tampilan (*Tangible*), faktor Keandalan (*Reliability*), faktor Dimensi Kecepat-tanggapan (*Responsiveness*), dan faktor Dimensi Jaminan (*Assurance*) serta faktor Dimensi Emphaty (*Tenggang Rasa*) terhadap kualitas pelayanan anggota Koperasi Kredit CU Lantang Tipo Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak. Jika  $p > \alpha$  (0,05), maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, Artinya : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan dari faktor Dimensi Tampilan (*Tangible*) faktor Keandalan (*Reliability*), faktor Dimensi Kecepat-tanggapan (*Responsiveness*), dan faktor Dimensi Jaminan (*Assurance*) serta faktor Dimensi Emphaty (*Tenggang Rasa*) terhadap kualitas pelayanan anggota Koperasi Kredit CU Lantang Tipo Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak.

### 1.5. Hasil Analisis dan Pembahasan

#### 1.5.1. Importance-Performance Analysis

Analisis *Importance-Performance* ini dimaksudkan untuk menentukan titik-titik koordinat

dari atribut kinerja (*performance*) dan kepentingan (*importance*) pada masing-masing kuadran. Penempatan dan penentuan dari tiap atribut dari dimensi kualitas pelayanan dapat dilihat pada Diagram Kartesius. Dimana nilai dari tiap-tiap atribut merupakan nilai rata-rata dari pernyataan responden. Berikut disajikan *Importance-Performance Analysis* seperti terlihat pada Tabel 1.5.1 dan Gambar Diagram Kartesius.

**Tabel 1.1**  
**Analisis Berdasarkan *Importance-Performance***

No	Dimensi Kualitas Pelayanan	Nilai Rata-rata			
		Performance	Importance		
1	<b>a. Tangible</b>	1	Kondisi kemutakhiran peralatan di dalam memberikan pelayanan kepada anggota	2.86	3.85
		2	Kondisi bangunan gedung (kebersihan dan kenyamanan) kantor koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak.	3.54	3.49
		3	Petugas/karyawan perusahaan selalu siap berada ditempat kerja pada waktunya	3.29	4.05
		4	Koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak memiliki standar prosedur operasional	3.48	4.17
2	<b>b. Reliability</b>	1	Perhatian serius terhadap anggota koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak yang mendapat masalah	2.93	3.73
		2	Keandalan dalam menyampaikan dari awal sampai akhir kepada anggota koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak	3.08	4.17
		3	Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan kepada anggota koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak	2.77	3.98
		4	Keakuratan pengadministrasian dokumen anggota koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak	3.48	4.17
3	<b>c. Responsiveness</b>	1	Kejelasan informasi yang disampaikan oleh petugas/karyawan kepada anggota koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak	3.36	4.17
		2	Kesediaan petugas/karyawan memberikan pelayanan yang cepat kepada anggota koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak	3.09	4.17
		3	Kesediaan petugas/karyawan membantu kesulitan anggota koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak	2.68	4.17
		4	Keluangan waktu yang disediakan oleh karyawan/petugas dalam menanggapi permintaan anggota koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak dengan cepat	2.68	4.17
4	<b>d. Assurance</b>	1	Jaminan bahwa persyaratan yang diminta sesuai yang diwajibkan kepada anggota koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak	3.21	4.17
		2	Jaminan hasil proses order sesuai dengan waktu yang dijanjikan cepat/tidak terlalu lama kepada anggota koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak	3.55	3.41
		3	Jaminan biaya yang ditetapkan dan yang dibayar pelanggan sesuai dengan ketentuan Perusahaan	3.63	4.17
		4	Jaminan bahwa karyawan yang ditunjuk dalam mengelola perusahaan adalah karyawan yang tepat dan handal	2.88	4.01
5	<b>e. Emphaty</b>	1	Pemahaman karyawan/petugas terhadap anggota koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak	3.68	4.17
		2	Perhatian secara individu karyawan/petugas kepada anggota koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak	3.07	3.68
		3	Keluwesam jam pelayanan perusahaan dengan kesibukan pelanggan	2.63	3.49
		4	Pemahaman karyawan/petugas perusahaan akan kebutuhan pelanggan	3.39	3.23
		<b>Jumlah</b>		<b>63.27</b>	<b>78.57</b>
		<b>Rata-Rata</b>		<b>3.16</b>	<b>3.93</b>

Sumber : Data Olahan, 2012

**Gambar 1.3**  
**Posisi Masing-Masing Atribut Kepuasan Anggota**

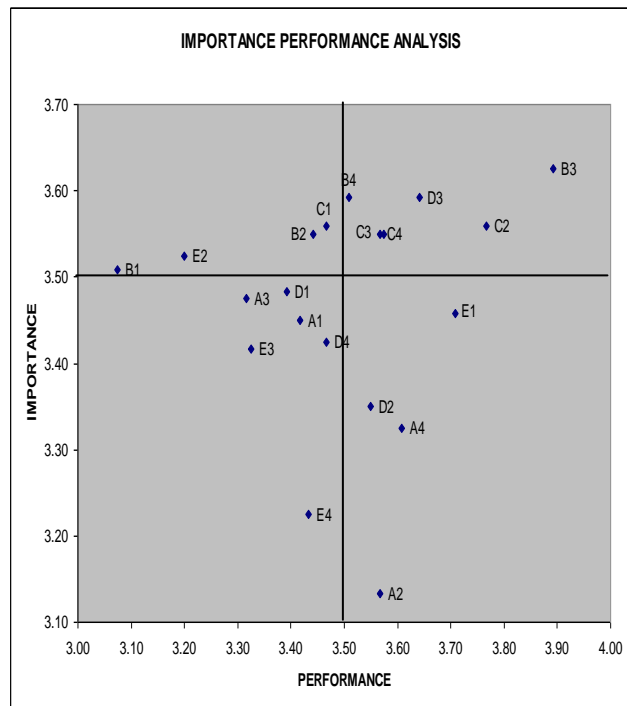


Diagram Kartesius tersebut bahwa koordinat dari titik-titik 1 – 22 adalah mewakili masing-masing atribut dari dimensi *kualitas* pelayanan yang memberikan interpretasi yang berbeda-beda. Adapun kesimpulan yang dapat diberikan dari titik-titik koordinat dari tiap atribut pada masing-masing kuadran yakni sebagai berikut :

### 1. Kuadran A

Kuadran A menunjukkan faktor atau dimensi yang dianggap mempengaruhi kepuasan anggota/pelanggan koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting. Namun koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan anggota/pelanggan, sehingga mengecewakan atau membuat anggota/pelanggan tidak puas. Oleh karena itu perlu penanganan yang diprioritaskan untuk mengatasi kurang-puasan anggota/pelanggan. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini antara lain : a) Atribut C1, yaitu kejelasan informasi yang disampaikan oleh petugas/karyawan kopdit kepada anggota/ pelanggan, b) Atribut B1, yaitu perhatian serius terhadap pelanggan yang mendapat masalah, c) Atribut E2, yaitu perhatian secara individu karyawan/petugas kopdit kepada anggota/pelanggan.

## 2. Kuadran B

Kuadran B menunjukkan faktor yang telah berhasil dilaksanakan koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak, untuk itu harus dipertahankan karena dianggap sangat penting dan sangat memuaskan. Oleh karena itu prestasi yang telah dicapai tersebut sepatutnya dipertahankan, karena atribut-atribut tersebut dianggap penting oleh pelanggan. Atribut yang berada pada Kuadran B antara lain adalah : a) Atribut B3, yakni ketepatan waktu pelayanan jasa distribusi sesuai dengan janji yang diberikan kepada anggota, b) Atribut B4, yakni keakuratan pengadministrasian dokumen anggota, c) Atribut C2, yakni kesediaan petugas/karyawan kopdit memberikan pelayanan yang cepat kepada anggota, d) Atribut C4, yakni keluangan waktu yang disediakan oleh karyawan/petugas kopdit dalam menanggapi permintaan anggota dengan cepat, e) Atribut D3, yakni jaminan biaya yang ditetapkan dan yang dibayar anggota sesuai dengan ketetapan koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak.

## 3. Kuadran C

Kuadran C menunjukkan bahwa atribut yang bersangkutan dianggap kurang penting pengaruhnya oleh anggota koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak dan pelaksanaannya oleh koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak kurang memuaskan anggota. Atribut-atribut yang termasuk dalam Kuadran C ini adalah : a) Atribut A1, yakni kondisi kemutakhiran peralatan distribusi di dalam memberikan pelayanan kepada anggota, b) Atribut A3, yakni petugas/karyawan kopdit selalu siap berada ditempat kerja pada waktunya, c) Atribut D1, yakni jaminan bahwa persyaratan yang diminta sesuai yang diwajibkan kepada anggota, d) Atribut D4, yakni jaminan bahwa karyawan/petugas kopdit yang ditunjuk dalam mengelola kopdit adalah karyawan/petugas yang tepat dan handal, e) Atribut E3, yakni keluwesan jam pelayanan kopdit kelancaran pelayanan anggota, f) Atribut E4, yakni pemahaman karyawan/petugas kopdit akan kebutuhan anggota kopdit

## 4. Kuadran D

Pada Kuadran D menunjukkan bahwa atribut yang bersangkutan dianggap anggota koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak kurang penting, namun diselenggarakan oleh koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak secara berlebihan sehingga melebihi yang diharapkan oleh anggota. Atribut-atribut yang

termasuk dalam Kuadran C ini adalah : a) Atribut A2, yakni kondisi bangunan gedung (kebersihan dan kenyamanan) kantor koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak, b) Atribut A4, yakni petugas/karyawan kopdit menguasai prosedur jasa distribusi, c) Atribut D2, yakni jaminan hasil proses order sesuai dengan waktu yang dijanjikan cepat/tidak terlalu lama kepada anggota, d) Atribut E1, yakni pemahaman karyawan/petugas kopdit terhadap anggota

### 1.5.2. Regresi Linier Berganda dan R<sup>2</sup>

Hasil analisis perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS versi 18 di peroleh perhitungan sebagai berikut :

**Tabel 1.2**  
**Hasil Regresi Linier Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>													
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics				
		B	Std. Error	Beta				Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF			
1	(Constant)	,339	,285		1,189	,237									
	Tangible	,193	,118	,190	1,633	,106	,710	,166	,100	,278	3,599				
	Reliability	,324	,120	,410	2,706	,008	,473	,269	,166	,164	6,107				
	Responsive	-,297	,124	-,402	-2,391	,019	,421	-,239	-,147	,133	7,538				
	Assurance	,162	,125	,150	1,290	,200	,575	,132	,079	,277	3,604				
	Empathy	,549	,101	,530	5,452	,000	,758	,490	,334	,398	2,513				

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : olahan data 2012

$$Y = 0,339 + 0,193 X_1 + 0,324 X_2 - 0,297 X_3 + 0,162 X_4 + 0,549 X_5 + e$$

Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) merupakan suatu besaran yang menunjukkan pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variasi atau naik turunnya nilai dari variabel terikat (Y) dalam satuan persentase. Hasil analisis data menunjukkan bahwa besarnya pengaruh dari dimensi kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap naik turunnya atau variasi kepuasan Anggota adalah sebesar 64,7% sedangkan sebesar 35,3% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel dalam penelitian ini. Kesimpulan ini diperoleh dari nilai Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) yaitu sebesar 0,647, lihat pada Tabel 1.5.3.

**Tabel 1.3.**  
**Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>									
Model						Change Statistics			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F
1	,804 <sup>a</sup>	,647	,628	,30381	,647	34,481	5	94	

a. Predictors: (Constant), Emphaty, Reability, Assurance, Tangible, Responsive

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Data Olahan, 2012

### 1.5.3. Uji F (Simultan)

Pada Uji Simultan ini adalah untuk mengetahui secara menyeluruh atau bersamaan pengaruh dari dimensi kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan pelanggan. Uji ini sering pula disebut dengan istilah Uji F (Uji Fisher). Berikut ini ditampilkan hasil Uji Simultan pada *Analysis Of Variance* (ANOVA) Tabel 1.4.

**Tabel 1.4**

### Uji Simultan Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15,913	5	3,183	34,481	,000 <sup>a</sup>
	Residual	8,677	94	,092		
	Total	24,590	99			

a. Predictors: (Constant), Emphaty, Reability, Assurance, Tangible, Responsive

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Data Olahan, 2012

Dari hasil analisis pada Tabel 4.52 maka dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* merupakan faktor yang berpengaruh sangat signifikan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepada koperasi kredit CU. Lantang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak. Hal ini dapat dilihat bahwa nilai  $F_{hitung}$  yaitu sebesar 34,481 dimana lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  pada tingkat signifikan 0,05. Nilai  $F_{tabel}$  0,05 diperoleh dengan memperhatikan besarnya nilai *degree of freedom* (*df*) atau  $(k - 1)$  dan  $(n - k)$ , dimana  $k$  adalah jumlah variabel dan  $n$  adalah jumlah sampel, sehingga  $df = (5)(94)$ . Nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,29 sedangkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 34,481, jadi nilai  $F_{hitung} >$  dari nilai  $F_{tabel}$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa secara simultan bahwa

dimensi kinerja pelayanan yang berupa *tangible* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ), dan *empathy* ( $X_5$ ) berpengaruh nyata terhadap kepuasan anggota koperasi kredit CU. Lantang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak.

### 1.5.4. Uji t (Parsial)

Uji Parsial disebut pula sebagai Uji t, pada uji ini fungsinya adalah untuk mengetahui apakah dimensi kualitas pelayanan yang yaitu *tangible* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ), dan *empathy* ( $X_5$ ) berpengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan koperasi kredit CU. Lantang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak. Uji parsial dilakukan dengan Uji t *one tailed test*. Hasil analisis Uji Parsial dapat dilihat pada Tabel 1.5.5

**Tabel 1.5.5**

### Uji Parsial, Faktor Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota

Coefficients <sup>a</sup>											
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Correlations			Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part.	Tolerance	WIF
1	(Constant)	,339	,285		1,189	,237					
	Tangible	,193	,118	,190	1,633	,106	,710	,166	,100	,278	3,599
	Reability	,324	,120	,410	2,706	,008	,473	,269	,166	,164	6,107
	Responsive	-,297	,124	-,402	-2,391	,019	,421	-,239	-,147	,133	7,538
	Assurance	,162	,125	,150	1,290	,200	,575	,132	,079	,277	3,604
	Emphaty	,549	,101	,530	5,452	,000	,758	,490	,334	,398	2,513

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Data Olahan, 2012

Untuk mengetahui pengaruh secara parsial dilakukan dengan uji t satu arah (*one tailed test*) dimana nilai  $t_{hitung}$  harus dibandingkan dengan  $t_{tabel}$ . Nilai  $t_{tabel}$  dapat dicari dengan menentukan *degree of freedom* yaitu  $(n - k)$  pada  $\alpha$  0,05, yaitu  $(100 - 6) \alpha$  0,05 = 1,661. Sedangkan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dari faktor-faktor dimensi kualitas pelayanan yang berupa *tangible* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ), dan *empathy* ( $X_5$ ) maka nilai  $t_{hitung}$  dibandingkan besarnya nilai signifikansinya, sebagai berikut :

- Dimensi *Tangible* ( $X_1$ ), Nilai  $t_{hitung}$  untuk dimensi *tangible* adalah sebesar 1,633 dengan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,661. Jadi nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa dimensi *tangible* ( $X_1$ ) merupakan faktor yang tidak berpengaruh nyata (positif) terhadap kepuasan

anggota koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak.

- b. Dimensi *Reliability* ( $X_2$ ), Nilai  $t_{hitung}$  untuk dimensi *Reliability* adalah sebesar 5,489 dengan  $t$  tabel sebesar 1,661. Jadi nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t$ -tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa dimensi *reliability* ( $X_2$ ) merupakan faktor yang berpengaruh nyata terhadap (positif) kepuasan anggota koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak
- c. Dimensi *Responsiveness* ( $X_3$ ), Nilai  $t_{hitung}$  untuk dimensi *responsiveness* adalah sebesar -2,391 dengan nilai tingkat signifikan ( $t_{tabel}$ ) sebesar 1,661. Jadi nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai signifikan ( $t_{tabel}$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa dimensi *responsiveness* ( $X_3$ ) merupakan faktor yang terhadap kepuasan anggota koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak.
- d. Dimensi *Assurance* ( $X_4$ ), Nilai  $t_{hitung}$  untuk dimensi *assurance* adalah sebesar 1,290 dengan nilai tingkat signifikan ( $t_{tabel}$ ) sebesar 1,661. Jadi nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari nilai signifikan ( $t_{tabel}$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa dimensi *assurance* ( $X_4$ ) merupakan faktor yang tidak berpengaruh nyata terhadap kepuasan anggota koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak.
- e. Dimensi *Empathy* ( $X_5$ ), Nilai  $t_{hitung}$  untuk dimensi *emphaty* adalah sebesar 5,452 dengan nilai tingkat signifikan ( $t_{tabel}$ ) sebesar 1,661. Jadi nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai signifikan ( $t_{tabel}$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa dimensi *emphaty* *assurance* merupakan faktor yang berpengaruh nyata terhadap kepuasan anggota koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak.

Dari hasil uji parsial diatas maka dapat disimpulkan bahwa dimensi kinerja pelayanan yang berupa *reliability* ( $X_2$ ), dan *emphaty* ( $X_5$ ) berpengaruh nyata terhadap kualitas pelayanan koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak. Sedangkan dimensi kualitas pelayanan yang berupa *tangible* ( $X_1$ ), *responsiveness* ( $X_3$ ), dan *assurance* ( $X_4$ ) secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota Koperasi Kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak. Untuk dapat mengetahui faktor dominan kualitas pelayanan, maka berdasarkan tabel 4.53 dengan menggunakan perbandingan variabel  $X_2$  sebesar 0,410 dan  $X_5$  sebesar 0,530 yang terdapat di Standardized Coefficients Beta dengan ini dapat di

simpulkan juga bahwa faktor yang sangat mempengaruhi paling dominan terhadap kepuasan anggota Koperasi Kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak adalah variabel  $X_5$  sebesar 0,530.

## 1.6. Kesimpulan, Keterbatasan Penelitian dan Saran

Berdasarkan analisis importance performance ada beberapa kesimpulan yang dapat diberikan dari titik-titik koordinat dari tiap atribut pada masing-masing kuadran yakni : pada kuadran A menunjukkan faktor atau dimensi yang dianggap mempengaruhi kepuasan anggota/pelanggan koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting. Oleh karena itu perlu penanganan yang diprioritaskan untuk mengatasi kekurangan-puasan anggota koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak, kuadran B menunjukkan faktor yang telah berhasil dilaksanakan koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak, untuk itu harus dipertahankan karena dianggap sangat penting dan sangat memuaskan. Oleh karena itu prestasi yang telah dicapai tersebut sepatutnya dipertahankan, karena atribut-atribut tersebut dianggap penting oleh anggota/pelanggan koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak, dan kuadran C menunjukkan bahwa atribut yang bersangkutan dianggap kurang penting pengaruhnya oleh anggota/pelanggan koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak dan pelaksanaannya oleh koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak kurang memuaskan anggota/pelanggan, Serta pada Kuadran D menunjukkan bahwa atribut yang bersangkutan dianggap pelanggan koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak kurang penting, namun diselenggarakan oleh koperasi kredit CU. Lintang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak secara berlebihan sehingga melebihi yang diharapkan oleh anggota/pelanggan.

Hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan hasil Koefisien Determinasi menunjukkan pengaruh dimensi kinerja pelayanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap naik turunnya atau variasi kepuasan anggota adalah sebesar 64,7% sedangkan sebesar 35,3% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel dalam penelitian ini.



Hasil analisis uji F (simultan) maka dapat disimpulkan bahwa dimensi kinerja pelayanan yang terdiri dari tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy merupakan faktor yang berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan yang diberikan kepada anggota koperasi kredit CU. Lantang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak.

Sedangkan dari hasil uji t (parsial) diatas maka dapat disimpulkan bahwa dimensi kinerja pelayanan yang berupa berupa reliability (X2), dan Emphaty (X5) berpengaruh nyata terhadap kualitas pelayanan koperasi kredit CU. Lantang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak. Sedangkan dimensi kinerja pelayanan yang berupa tangible (x1) responsiveness (X3), dan assurance (X4) secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota koperasi kredit CU. Lantang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak. Sedangkan faktor paling dominan antara X2 dan X5 terhadap kualitas pelayanan di Koperasi kredit CU. Lantang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak terletak pada dimensi kinerja pelayanan X5 yaitu sebesar 0,530.

#### **1.6.1 Keterbatasan Penelitian**

Tidak dilakukannya analisis lebih mendalam tentang kinerja pelayanan dan kepuasan anggota CU Lantang Tipo secara menyeluruh atau konsolidasi. Sampel data yang digunakan hanya diambil dari 1 tempat pelayanan saja, sedangkan CU Lantang Tipo sekarang Sudah memiliki 45 kantor tempat pelayanan yang tersebar hampir semua kabupaten di provinsi Kalimantan Barat. Dalam penelitan ini juga tidak dilakukannya pengujian terhadap model-model penelitian manakah yang paling tepat yang akan digunakan. Masih banyak variable-variabel lainnya

yang mempengaruhi kepuasan anggota koperasi kredit CU Lantang Tipo yang belum dimasukkan kedalam model studi ini.

#### **1.6.2. Saran**

Dari hasil analisis importance performance maka pihak koperasi kredit CU. Lantang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak hendaknya dapat memperbaiki dan meningkatkan kinerja pelayanan pada dimensi yang berada pada Kuadran A, sehingga kepuasan anggota koperasi kredit CU. Lantang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak dapat lebih baik lagi.

Koperasi kredit CU. Lantang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak hendaknya dapat mengurangi kinerja pelayanan pada dimensi yang berada pada Kuadran C dan Kuadran D karena oleh anggota/pelanggan koperasi kredit CU. Lantang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak dianggap pelaksanaannya berlebihan dan bukan merupakan faktor yang penting dalam kepuasan anggota.

Dimasa mendatang dapat dilakukan penelitian lebih lanjut berkenaan dengan pengaruh kinerja pelayanan terhadap kepuasan anggota/pelanggan pada koperasi kredit CU. Lantang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak, karena dari hasil analisis Koefisien Determinasi pengaruh dari dimensi kepuasan anggota.

Koperasi kredit CU. Lantang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak hendaknya dapat meningkatkan faktor dimensi kinerja pelayanan yang berupa tangible(X1), Responsive(X3) dan assurance(X4), karena secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota/pelanggan koperasi kredit CU. Lantang Tipo di Tempat Pelayanan Jeruju Pontianak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arasli, Huseyin; Salime Mehtap-Smadi; Salih Turan Katircioglu. *Customer Service Quality in the Greek Cypriot Banking Industry*, Managing Service Quality; 2005; 15, 1; ABI/INFORM Global, pg. 41
- Bisnis Indonesia, 2006, 23 Juni, *Distributor farmasi asing agresif akuisisi PBF lokal*.
- Chase, R. B., Jacobs, F.R. , Aquilano, N.J., 2004, *Operations Management for Competitive Advantage, Tenth Edition*, Mc Graw-Hill.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Tony Sitinjak. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Irawan, Handi D, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2002
- Kotler, P., Keller, K.L. , 2006. *Marketing Management, Twelfth edition*, Pearson International Edition.
- Kountur, Ronny, 2005, *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, Penerbit PPM, Jakarta.
- Lindl, D. A., Marchal, W. G. dan Wathen, S. A., 2005, *Statistical Techniques in Business* Pustaka Utama.
- &Economics, International Edition*, McGraw-Hill.
- Parasuraman A., Zeithaml, Valarie A. dan Berry, L. L., 1985, **A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research**, *Journal of Marketing*, Vol. 49, Fall.
- Parasuraman A., Zeithaml, Valarie A. dan Berry, L. L., 1991, **Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale**, *Journal of Retailing*, Vol. 67, Number 4, Winter.
- Rangkuti, Freddy. 2003. *Riset Pemasaran*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survey*. Cetakan Ke-Empat, Jakarta: LP3ES.
- Slack, Nigel, 1994, **The Importance-Performance Matrix as a Determinant of Important Priority**, *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 14, Number 5
- Supranto, J.2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy, 2005, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Edisi 5, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Umar, 2003, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia