

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA PADA KOPERASI KREDIT USAHA SEJAHTERA

Maria Hari Tri Oktavia Sari

Yugi Setyarko, S.E., M.M

Email : mariaharitrioktaviasari@yahoo.com ; yugisetyarko@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the Service Quality, Trust and Promotion on member satisfaction at Koperasi Kredit Usaha Sejahtera Cengkareng, Jakarta Barat. The population in this study are consumers of the Koperasi Kredit Usaha Sejahtera. The sample in this study are 100 respondents using probability sampling techniques. The research instrument used as a measuring instrument in this study was in the form of a questionnaire and converted using the Likert scale. The study was used to analyze the results of respondent answers to the questionnaire given, then the data was processed using SPSS 20 data processing. The result of multiple regression analysis The most influential independent variables on the dependent variable are Service Quality , followed by Trust variables, and Promotion variables. The results of the t test prove that the three independent variables (Service Quality, Trust, and Promotion) have a positive and significant influence on the dependent variable, specifically for the member satisfaction.

Keywords : Service Quality, Trust, Promotion, Member Satisfaction

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang perorangan atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasar atas asas kekeluargaan (UU No. 25, 1992). Koperasi juga merupakan fungsi demokrasi dan sosial, karena para anggota selalu melakukan kerjasama, kegotongroyongan, berdasarkan persamaan hak, kewajiban dan derajat. Koperasi adalah milik anggota karena itu diatur serta diurus sesuai dengan keinginan dan kepentingan para anggotanya. Landasan koperasi Indonesia adalah Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Sebagai organisasi yang berwatak sosial, dasar pendirian koperasi berbeda dengan dasar pendirian perusahaan lain seperti Firma dan Perseroan. Pendirian koperasi dilatar belakangi oleh keinginan masyarakat golongan ekonomi lemah untuk memperbaiki ekonomi mereka di Indonesia dikenal dua macam bentuk koperasi, yaitu Koperasi Primer dan Koperasi Sekunder.

1.2 Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi oleh ruang lingkup pembahasan, agar lebih terfokus dan terarah, berikut adalah hal-hal yang dibahas:

1. Variabel Dependent Kepuasan Anggota, Variabel Independen Kualitas Pelayanan, Variabel Independen Kepercayaan, Variabel Independen Promosi.
2. Penelitian ini dilakukan di Koperasi Kredit Usaha Sejahtera.
3. Penelitian dilakukan selama periode September - November 2018.

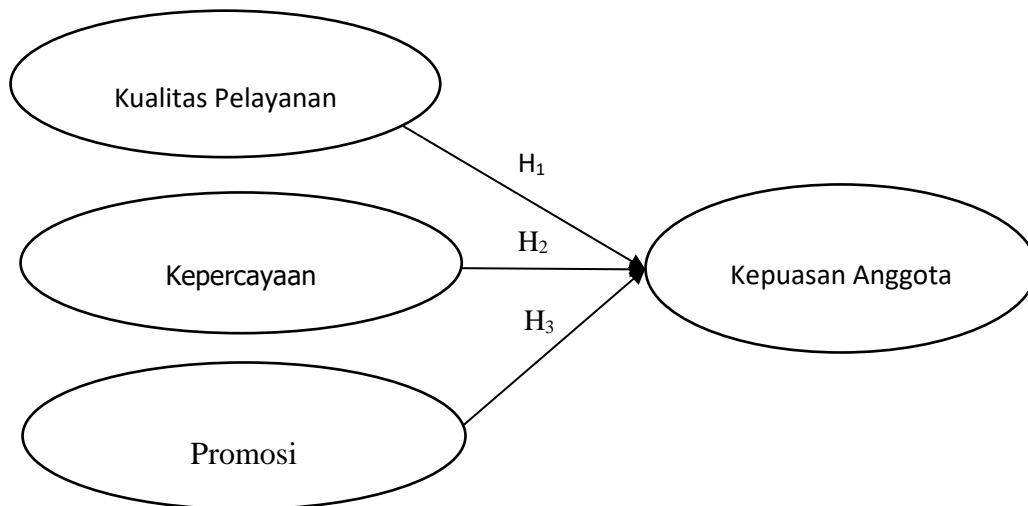
1.3 Perumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota Koperasi Kredit Usaha Sejahtera?.
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan anggota Koperasi Kredit Usaha Sejahtera?.
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan anggota Koperasi Kredit Usaha Sejahtera?.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota Koperasi Kredit Usaha Sejahtera.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan anggota Koperasi Kredit Usaha Sejahtera.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan anggota Koperasi Kredit Usaha Sejahtera.

1.5 Kerangka Pemikiran



Gambar 1
Model Penelitian

1.6 Hipotesis Penelitian

- H₁ : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota.
- H₂ : Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota.
- H₃ : Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota.

2. KAJIAN TEORI

2.1 Kualitas Pelayanan

Layanan menjadi sangat penting karena layanan dapat menjadi strategi jitu dalam menarik konsumen, karena dengan didukung layanan yang berkualitas akan menimbulkan rasa kepuasan pada konsumen, sehingga konsumen akan terus melakukan penggunaan jasa. Layanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2008).

2.2 Kepercayaan

Kepercayaan salah satu unsur kunci dalam persaingan dalam dunia usaha. Membangun kepercayaan dalam hubungan jangka panjang dengan konsumen adalah suatu faktor yang penting untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya (Tjiptono, 2014).

2.3 Promosi

promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan produk/jasanya kepada masyarakat dan memberikan informasi mengenai produk/jasanya sehingga dapat mempengaruhi dan membujuk konsumen untuk membeli produk atau jasa tersebut. Promosi adalah Komunikasi dari para pemasar yang menginformasikan, membujuk dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon (Lamb, Hair, McDaniel, 2008).

2.4 Kepuasan Anggota

Pengertian kepuasan konsumen “Konsumen berasal dari bahasa asing (Belanda/Inggris) *consumenten* dan *consumer* yang arti harfiahnya adalah pembeli. Kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui dengan membeli atau menggunakan produk tersebut, karena konsumen yang puas akan melaksanakan bisnis lebih banyak dan lebih sering. Selain itu kepuasan konsumen merupakan emosi yang dihasilkan dari penilaian atas rangkaian pengalaman dalam pembelian dan pemakaian produksi” (Wijayanti, MM, 2014).

3. METODELOGI PENELITIAN

Dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Anggota (Y). Variabel Independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X₁), Kepercayaan (X₂), Promosi (X₃). Populasi dalam penelitian ini adalah anggota Koperasi Kredit Usaha Sejahtera, Cengkareng, Jakarta Barat. Penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dan teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah *Purposive Sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu, pemilihan sampel dilakukan dengan memilih orang yang benar-benar mengetahui atau memiliki kompetensi dengan topik penelitian. Pengumpulan pendapat respon melalui wawancara dan dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Selama proses penyebaran kuesioner diperoleh 100 responden. Data yang berhasil terkumpul kemudian di uji menggunakan program SPSS 20. Sedangkan alat analisis data yang digunakan adalah analisis koefisien korelasi, uji analisis regresi linear berganda, uji t dan uji f.

4. PEMBAHASAN

4.1 Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,427	2,276		2,546	,000		
1 KUALITAS PELAYANAN	,476	,177	,450	2,686	,003	,132	7,600
KEPERCAYAA N	,372	,139	,359	2,673	,001	,205	4,877
PROMOSI	,128	,204	,027	2,139	,000	,101	9,950

a. Dependent Variable: KEPUASAN ANGGOTA

Persamaan regresi dalam penelitian

$$Y = 2,427 + 0,476X_1 + 0,372 X_2 + 0,128 X_3 + e$$

Hasil persamaan regresi tersebut :

- Nilai konstanta sebesar 2,427 artinya jika variabel kualitas layanan (X₁), kepercayaan (X₂) dan promosi (X₃) nilainya adalah 0, maka kepuasan anggota (Y) nilainya adalah 2,427
- koefisien regresi (β) X₁ mempunyai nilai sebesar 0,476 memberikan arti bahwa peningkatan Kualitas Layanan (X₁) sebesar 1 satuan maka akan mengakibatkan peningkatan kepuasan anggota (Y) sebesar 0,476.
- koefisien regresi (β) X₂ mempunyai nilai sebesar 0,372 memberikan arti bahwa peningkatan kepercayaan (X₂) sebesar 1 satuan maka akan mengakibatkan peningkatan kepuasan anggota (Y) sebesar 0,372.
- koefisien regresi (β) X₃ mempunyai nilai sebesar 0,128 memberikan arti bahwa peningkatan promosi (X₃) sebesar 1 satuan maka akan mengakibatkan peningkatan kepuasan anggota (Y) sebesar 0,128.

4.2 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,804 ^a	,646	,635	,27420

a. *Predictors: (Constant), PROMOSI, KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN*

b. *Dependent Variable: KEPUASAN ANGGOTA*

Koefisien Determinasi/KD/*Adjusted R Square* menunjukkan 0,635 artinya sebesar 63,5% dari nilai Kepuasan Anggota dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Promosi. Sedangkan sisanya 36.5% (100% - 63,5%) dipengaruhi oleh faktor variabel lain di luar penelitian ini.

4.3 Uji t

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
(Constant)	2,427	2,276		2,546	,000		
1 KUALITAS PELAYANAN	,476	,177	,450	2,686	,003	,132	7,600
KEPERCAYAAN	,372	,139	,359	2,673	,001	,205	4,877
PROMOSI	,128	,204	,027	2,139	,000	,101	9,950

a. *Dependent Variable: KEPUASAN ANGGOTA*

Aturan dalam Uji t sebagai berikut :

- Jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel} \rightarrow H_0$ ditolak sehingga H_a diterima (Signifikan)
- Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel} \rightarrow H_0$ diterima sehingga H_a ditolak (Tidak Signifikan)
- Jika $Sig. < 0.05$ H_1 diterima
- Jika $Sig. > 0.05$ H_1 ditolak

Kualitas Pelayanan (X_1)

- $t_{hitung} (2.686) > t_{tabel} (1,985) \rightarrow H_0$ ditolak sehingga H_a diterima (Signifikan).
- Nilai $Sig. (0,003) < 0,05 \rightarrow H_0$ ditolak sehingga H_a diterima (Signifikan).
Artinya, variabel Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Anggota (Y).

Kepercayaan (X_2)

- $t_{hitung} (2.673) > t_{tabel} (1,985) \rightarrow H_0$ ditolak sehingga H_a diterima (Signifikan).
- Nilai $Sig. (0,001) < 0,05 \rightarrow H_0$ ditolak sehingga H_a diterima (Signifikan).
Artinya, variabel Kepercayaan (X_2) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Anggota (Y).

Promosi (X_3)

- $t_{hitung} (2.139) < t_{tabel} (1,985) \rightarrow H_0$ ditolak sehingga H_a diterima (Signifikan).
- Nilai $Sig. (0,000) > 0,05 \rightarrow H_0$ ditolak sehingga H_a diterima (Signifikan).
Artinya, variabel Promosi (X_3) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Anggota (Y).

5. SIMPULAN

Penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Kepuasan Anggota pada Koperasi Kredit Usaha Sejahtera, maka berikut ini dapat ditarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah ditemukan pada bab sebelumnya, sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Anggota Pada Koperasi Kredit Usaha Sejahtera.
2. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Kredit Usaha Sejahtera.
3. Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Kredit Usaha Sejahtera.

5.1 Implikasi Manajerial

Dalam penelitian ini disarankan kepada Koperasi Kredit Usaha Sejahtera untuk lebih dapat memperhatikan faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan anggota Koperasi Kredit Usaha Sejahtera diluar dari variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan promosi dalam penelitian yang sudah saya teliti ini, seperti kualitas pemasaran, kepuasan pelanggan dan lain-lain. Sedangkan dari hasil penelitian terlihat bahwa kualitas layanan, kepercayaan dan promosi sangat berpengaruh terhadap kepuasan anggota Koperasi Kredit Usaha Sejahtera. Kiranya dapat mempertahankan dan lebih meningkatkan kualitas layanan, kepercayaan dan promosi, sehingga anggota Koperasi Kredit Usaha Sejahtera dapat merasakan kepuasan dengan semua yang telah diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2012. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi ke tiga belas*. Bandung : Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2013. *Edisi Revisi Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Anoraga, Pandji dan [Ninik Widiyanti](#). 1993. *Dinamika Koperasi*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Buchory, Herry Achmad dan Dajslim Saladin. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Linda Karya.
- Darmawan dan Ferrina Dewi. 2009. *Pemasaran*. Buku II. Jakarta: Salemba Empat.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- Daryanto dan I. Setyabudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta : Gava Media.
- Dharmmesta, Basu Swastha, Handoko, T. Hani. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen Edisi Pertama*. Yogyakarta : BPFE.
- Dhamesta, Indahwati. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Ghozali, I. 2005. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, Imam 2011. *Analisis Aplikasi Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, Imam 2012. *Analisis Aplikasi Multivariate dengan proses SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.21
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Husein Umar. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA.
- Kotler, Philip and Keller. 2006. *Marketing management (12th ed.)*. New Jersey : Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi tiga belas Jilid 3*. Jakarta : Intermedia.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13, jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran Edisi tiga belas Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 2*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi Dua belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lamb, Hair, dan McDaniel. 2008. *Pemasaran Buku 1*. Penerjemah David Octarevia. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Morgan, R.M. and Hunt, S.D. 2014, "The Commitment – Trust Theory Of Relationship Marketing. *Journal Of Marketing*", Vol. 58, July, pp. 20-38.
- Mowen. J. C., dan Minor, M., 2012. *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Jakarta : PT Penerbit Erlangga.
- Priyatno, Duwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS*. Jakarta: Mediakom.
- Priyatno, Duwi. 2012. *SPSS 20 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Priyatno, Duwi. 2014. *SPSS 20 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

- Rambat, Lupiyoadi, dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta; Salemba Empat.
- Riduwan dan Kuncoro. 2011. *Cara menggunakan dan memakai path analysis (Analisis Jalur)*. Bandung : Alfabeta.
- Riduwan. 2013. *Metode dan Teknik Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi Program Magister Psikologi Universitas Kristen Maranatha.
- Simamora, A. 2009. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, Syofian. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Soentoro, A. I. 2015. *Cara mudah belajar metodologi penelitian dan aplikasi statistik*. Depok, Indonesia: Tramedia Bakti Persada.
- Sudaryono. 2014. *Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Dan Pengembangan (Research and Development/ R&D), Cetakan ke 1*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran. Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Bayu Media Malang. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. Ph.D. 2015, *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Wijayanti, M. M. 2014. *Pengaruh Pelayanan dan Kepercayaan Anggota Terhadap Kepuasan Anggota dan Loyalitas Anggota Koperasi Unit Desa (KUD) Mekar Ungaran (Doctoral dissertation, Universita Negeri Semarang)*.

JURNAL

- Freekey Steyfli Maramis, Jantje L Sepang, Agus Supandi Soegoto. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada PT. Air Manado) *Jurnal EMBA Vol. 6 No. 3 Juli 2018, Hal. 1658-1667*. ISSN 2303-1174
- Muhammad Aldaman, Luis Marnisah, Mohd. Kurniawan. 2017. Pengaruh Prestasi dan Promosi Jabatan Terhadap Kepuasan Karyawan (Studi kasus pada PT. Bank Mandiri TBK Kantor Cabang Bandar Lampung) *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini Volume. 8 No. 01 Desember 2017, Hal. 2089-6018*. ISSN 2502-2024
- Rendy Gulla, Sem George Oroh, Ferdy Roring. 2015. Analisis Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada Hotel Manado Grace Inn) *Jurnal EMBA Vol. 3 No. 1 Maret 2015, Hal. 1313-1322*. ISSN 2303-1174
- Thalia Claudia Mawey, Altje L. Tumbel, Imelda W.J. Ogi. 2018. Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi kasus pada PT. Bank Sulutgo) *Jurnal EMBA Vol. 6 No. 3 Juli 2018, Hal. 1198-1207*. ISSN 2303-1174
- Titien Alawiyah. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Menginap (Studi kasus pada Hotel Diamond Samarinda) *eJournal Administrasi Bisnis, 2018, 6 (2): 803-817*. ISSN 2355-5408