

**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA KOPERASI SERBA USAHA DALEM
KAHYANGAN DUKUH DESA ADAT KEROBOKAN
DI KUTA UTARA, BADUNG**

I Made Adi Suwandana

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Ngurah Rai Denpasar

e-mail : adisuwandana101008@gmail.com

Abstrak

Meningkatnya jumlah nasabah disertai kondisi persaingan yang ketat, maka hal utama yang harus diprioritaskan koperasi sebagai sokoguru perekonomian adalah kepuasan nasabah agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar. Manajemen harus mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh nasabah sehingga pimpinan dituntut untuk selalu menghasilkan kinerja (performance) khususnya kualitas pelayanan sehingga dapat memuaskan nasabah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun simultan faktor-faktor kualitas pelayanan (tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy) terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Serba Usaha Dalem Kahyangan Dukuh Desa Adat Kerobokan di Kuta Utara, Badung. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dan kualitatif dan menurut sumbernya menggunakan data primer dan sekunder. Jumlah sampel penelitian ditentukan dengan menggunakan metode purposive sampling sebanyak 97 orang nasabah. Data dikumpulkan dengan metode wawancara, observasi, dokumentasi dan kuesioner, selanjutnya analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, F-test dan t-test. Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh hasil penelitian bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan antara faktor-faktor kualitas pelayanan (tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy) terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Serba Usaha Dalem Kahyangan Dukuh. Artinya, meningkatnya kepuasan nasabah dipengaruhi secara simultan oleh meningkatnya tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy.

Kata kunci: *kualitas pelayanan, kepuasan nasabah.*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum Koperasi, dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial, dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip Koperasi (UU RI No.17 Tahun 2012). Dasar kegiatan koperasi adalah kerjasama sebagai suatu cara memecahkan

berbagai persoalan ekonomi yang dihadapi masing-masing anggotanya. Oleh karena itu pembangunan koperasi perlu dilanjutkan dan makin diarahkan untuk mewujudkan koperasi sebagai badan usaha sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang sehat, tangguh, kuat dan mandiri.

Koperasi sebagai organisasi ekonomi yang berwatak sosial, memang tidak mudah menjalankan peranannya. Masalahnya bukan sekedar teknis ekonomis, tetapi juga bersifat sosial-psikologis dan budaya yang menyatukan kepentingan bersama dari anggota-anggotanya kedalam satu lembaga. Jika dilihat dari kepentingan anggotanya, maka tujuan koperasi adalah memberikan jasa/pelayanan yang bermanfaat bagi anggotanya baik dalam memenuhi kebutuhan barang-barang konsumsi dengan harga dan kualitasnya terjamin serta memberikan pelayanan kredit dan tabungan (Hadhikusuma, 2005:30). Secara umum, dilihat dari loyalitas konsumen dan membentuk jenis usaha yang dilakukan, koperasi suatu rekomendasi dari mulut ke dibagi dengan beberapa tipe, yaitu mulut (word of mouth) yang Koperasi Simpan Pinjam (KSP), Koperasi Serba Usaha (KSU), Koperasi Konsumsi dan Koperasi Produksi. Koperasi Simpan Pinjam (KSP) adalah koperasi yang memiliki usaha tunggal yaitu menampung simpanan anggota dan melayani peminjaman. Anggota akan mendapat imbalan jasa ketika menabung dan bagi peminjam dikenakan jasa. Besarnya jasa ditentukan melalui rapat anggota. Koperasi Serba Usaha (KSU) adalah koperasi yang bidang usahanya bermacam-macam.

Misalnya unit usaha simpan pinjam, unit pertokoan untuk melayani kebutuhan sehari-hari anggota dan juga masyarakatnya, unit produksi dan unit wartel. Koperasi Konsumsi adalah koperasi yang bidang usahanya menyediakan kebutuhan sehari-hari anggota. Kebutuhan yang dimaksud misalnya kebutuhan bahan makanan, pakaian, perabot rumah tangga. Koperasi Produksi adalah koperasi yang bidang usahanya membuat barang (memproduksi) dan menjual secara bersama-sama. Anggota koperasi ini pada umumnya sudah memiliki usaha dan melalui koperasi para anggota mendapatkan bantuan modal dan pemasaran (Widyanti dan Sunindia, 2005:4).

Pada dasarnya tujuan suatu bisnis adalah untuk menciptakan konsumen dan menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen maka

dapat terjadi hubungan yang harmonis antara perusahaan dan konsumen, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. *Survey* kepuasan konsumen dilakukan melalui penelitian *survey* untuk memperoleh tanggapan-tanggapan dan umpan balik (*feed back*) secara langsung dari konsumen dan memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan telah menaruh perhatian kepada konsumen (Tjiptono, 2009:35).

Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Beberapa faktor yang menjadi penentu kualitas pelayanan adalah: bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) (Tjiptono, 2009:70). Manajemen harus mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh konsumen sehingga pimpinan dituntut untuk selalu menghasilkan kinerja (*performance*) sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan konsumen.

1.2 Koperasi Serba Usaha Dalem

Kahyangan Dukuh Desa Adat Kerobokan di Kuta Utara, Badung sebagai tempat penelitian. Dilihat dari namanya maka dapat dijelaskan anggota koperasi ini adalah merupakan *krama* atau warga masyarakat Desa Adat Kerobokan yang *menyungsung* Dalem Kahyangan Dukuh. Aktivitas usahanya adalah menerima simpanan dalam bentuk tabungan, deposito dan menyalurkan dana dalam bentuk pinjaman (kredit). Tabungan merupakan jasa penyimpanan dana dari pihak ketiga (nasabah) kepada koperasi dengan bunga tabungan sebesar 7%. Setoran awal minimum adalah Rp.10.000,- sedangkan untuk setoran selanjutnya minimal Rp.5.000,- Deposito merupakan jasa penyimpanan uang dari pihak ketiga kepada koperasi yang penarikannya dilakukan dengan syarat-syarat jangka waktu tertentu, yaitu sesuai dengan perjanjian pada saat membuka deposito dengan jangka waktu penempatan antara lain: jangka waktu 1 (satu) bulan dengan bunga 0,7% per bulan, jangka waktu 3 (tiga) bulan dengan bunga 0,8% per bulan, jangka waktu 6 (enam) bulan dengan bunga 0,9% per bulan dan jangka waktu 12 (dua belas) bulan dengan bunga 1% per bulan. Setoran minimal untuk deposito adalah sebesar Rp.5.000.000,- Jenis pinjaman atau kredit yang dikeluarkan oleh Simpan

Pinjam Sari Sedana Mandiri di Pecatu, Badung terdiri dari kredit komersil, kredit modal kerja, kredit usaha kecil dan kredit kendaraan bermotor. Kredit komersil adalah fasilitas pinjaman yang diberikan untuk segala kebutuhan/keperluan konsumtif. Kredit modal kerja dan kredit usaha kecil adalah fasilitas pinjaman untuk membantu pengembangan usaha kecil/mikro. Kredit kendaraan bermotor adalah fasilitas pinjaman untuk membeli kendaraan bermotor (mobil/motor) baik baru maupun bekas.

Perkembangan jumlah nasabah tabungan, deposito dan kredit pada Koperasi Serba Usaha Dalem Kahyangan Dukuh Desa Adat Kerobokan di Kuta Utara, Badung dari tahun 2011 sampai tahun 2015 adalah selalu meningkat setiap tahun. Rata-rata jumlah nasabah tabungan mengalami peningkatan setiap tahun sebesar 11,00%, dimana peningkatan tertinggi terjadi pada tahun 2015 sebesar 16,44%. Rata-rata jumlah nasabah deposito mengalami peningkatan setiap tahun sebesar 39,59%, dimana peningkatan tertinggi terjadi pada tahun 2014 sebesar 60,00%. Rata-rata jumlah nasabah kredit mengalami peningkatan setiap tahun sebesar 11,47%, dimana peningkatan tertinggi terjadi pada tahun 2015 sebesar 14,55%. Bertambahnya jumlah nasabah maupun jumlah tabungan, deposito dan kredit yang disalurkan pada Koperasi Serba Usaha Dalem Kahyangan Dukuh Desa Adat Kerobokan di Kuta Utara, Badung tentunya akan menambah beban pelayanan dalam menyimpan atau mendepositokan modal, dan proses meminjam kredit oleh nasabah. Diperlukan perhatian kepada nasabah dalam hal pelayanan dan tindak lanjut terhadap keluhan-keluhan nasabah tersebut harus diutamakan untuk dapat memberikan kepuasan kepada nasabah.

Keluhan nasabah berkaitan dengan faktor daya tanggap (*responsiveness*) adalah karyawan tidak dapat memenuhi pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, dan *teller* sering lambat dalam melayani dan menyelesaikan transaksi dengan nasabah. Keluhan nasabah berkaitan dengan faktor jaminan (*assurance*) adalah karyawan kurang memiliki pengetahuan yang baik untuk menjawab pertanyaan nasabah, kurangnya tanggung jawab karyawan terhadap proses transaksi yang mengalami *error*, dan karyawan kurang mendengar keluhan nasabah sehingga tidak menyampaikan ke manajemen. Keluhan nasabah berkaitan dengan faktor empati (*emphaty*) adalah karyawan belum dapat memahami kebutuhan nasabah, karyawan kurang dapat memberikan perhatian pribadi

kepada nasabah pada saat diperlukan karena banyaknya kesibukan dan banyaknya nasabah yang dilayani, disamping masih memandang status nasabah. Selain itu, nasabah sering kesulitan jika melakukan pelaporan pengaduan berkaitan dengan proses maupun transaksi kredit.

Ketidakpuasan dengan pelayanan yang selama ini diberikan, maka perlu bagi Koperasi Serba Usaha Dalem Kahyangan Dukuh Desa Adat Kerobokan di Kuta Utara, Badung meningkatkan kepuasan nasabah. Banyaknya keluhan-keluhan yang terjadi harus segera diantisipasi oleh pihak manajemen dengan memperbaiki kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan para nasabah sehingga kelangsungan usaha Koperasi Serba Usaha Dalem Kahyangan Dukuh Desa Adat Kerobokan di Kuta Utara, Badung terus dapat dipertahankan. Berdasarkan hal ini, maka perlu diadakan penelitian mengenai pengaruh faktor-faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Serba Usaha Dalem Kahyangan Dukuh Desa Adat Kerobokan di Kuta Utara, Badung. Tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial faktor-faktor kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*) terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Serba Usaha Dalem Kahyangan Dukuh Desa Adat Kerobokan di Kuta Utara, Badung.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan faktor-faktor kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*) terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Serba Usaha Dalem Kahyangan Dukuh Desa Adat Kerobokan di Kuta Utara, Badung.

2.1 Kajian Pustaka dan Hipotesis

2.1.1 Kualitas Pelayanan

Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, jasa yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh.

Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan (Supranto, 2011:228). Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan (Tjiptono, dkk, 2010:67).

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati pelayanan, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas pelayanan (Tjiptono, 2009:59).

Konsep kualitas pelayanan merupakan fokus penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi fisik dari kinerja pelayanan. Menurut Tjiptono, dkk (2010:68) dimensi kualitas pelayanan jasa yang paling sering dijadikan acuan adalah:

1. Keandalan/reliabilitas (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. Responsivitas/daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
3. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
4. Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
5. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi.

2.1.2 Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan pelanggan, mereka tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang (Kotler dan Keller, 2009:177).

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya atau kinerja pelayanan yang dirasakan berdasarkan derajat kepentingannya. Harapan (*expectations*) merupakan standar ideal dari konsumen mengenai kualitas pelayanan. Kinerja (*performance*) merupakan perasaan konsumen terhadap kenyataan kinerja karyawan dalam memberikan pelayanan. Derajat kepentingan (*importance*) adalah perasaan konsumen terhadap derajat kepentingan setiap karakteristik kualitas pelayanan yang diberikan (Tjiptono, 2009:100).

Konsumen akan membandingkan antara kenyataan jasa yang diterima dengan harapan yang dikehendaki atau kualitas pelayanan jasa yang diinginkan. Dengan demikian, pihak perusahaan harus dapat mengidentifikasi tentang kualitas pelayanan jasa yang dikehendaki oleh konsumen. Semakin tinggi kesenjangan antara kenyataan yang diterima dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen, maka berarti ketidakpuasan terhadap kualitas pelayanan jasa tersebut akan semakin besar pula. Sebaliknya, jika kesenjangan antara harapan dengan kenyataan kualitas pelayanan jasa yang diterima semakin sempit, maka tingkat kepuasan konsumen akan semakin baik (Nirwana, 2009:36).

2.2 Hipotesis

Sesuai dengan kajian pustaka dan hasil penelitian sebelumnya maka dapat dinyatakan hipotesis sebagai jawaban sementara dari hasil penelitian yang harus dibuktikan, sebagai berikut :

1. Diduga ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara faktor-faktor kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*) terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Serba Usaha Dalem Kahyangan Dukuh Desa Adat Kerobokan di Kuta Utara, Badung.
2. Diduga ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara faktor-faktor kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*) terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Serba Usaha Dalem Kahyangan Dukuh Desa Adat Kerobokan di Kuta Utara, Badung.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Desain Penelitian

Desain Penelitian ini menggunakan pendekatan *quantitative research* (penelitian kuantitatif) dengan penekanan pada pengujian teori melalui variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Umar, 2009:68). Penelitian ini dikategorikan sebagai *explanatory research*, di mana menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis.

2.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah nasabah pada Koperasi Serba Usaha Dalem Kahyangan Dukuh Desa Adat Kerobokan di Kuta Utara, Badung tahun 2015 sebanyak yaitu 1.355 orang, terdiri dari 935 orang nasabah tabungan, 93 orang nasabah deposito dan 307 orang nasabah kredit.

Menurut Roscoe (1982), bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi berganda), maka jumlah anggota sampel minimal 5 (lima) kali dari jumlah variabel yang diteliti (Sugiyono, 2012:130). Penelitian ini menggunakan 6 (enam) variabel, sehingga jumlah sampel minimal yang digunakan adalah: $6 \times 5 = 30$ orang nasabah. Mendapatkan hasil yang akurat, maka kuesioner disebarkan kepada 100 orang nasabah yang dijadikan sebagai sampel penelitian, namun dalam realisasinya hanya 97 lembar kuesioner yang dikembalikan sehingga jumlah sampel yang digunakan sebanyak 97 orang nasabah terdiri dari 61 orang nasabah tabungan, 6 orang nasabah deposito dan 30 orang nasabah kredit. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan metode *purposive sampling* yaitu metode penentuan

sampel non-probabilitas dengan beberapa kriteria pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012:122).

2.3 Teknik Analisis Data

Sumber data dari penelitian ini adalah penarikan data primer yang menggunakan kuesioner, maka data adalah bersifat kualitatif. Data tersebut dikuantitatifkan dengan cara memberikan skor pada masing-masing jawaban responden. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert 1-5. Data-data yang diperoleh dari hasil penelitian setelah dilakukan tabulasi data dan telah diuji instrumennya, maka selanjutnya dianalisis secara statistik dengan menggunakan menggunakan analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, F-test dan t-test.

3. HASIL PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Tabel 3.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Model | Unstandardized Coeficients | | t | Sig. |
|----------------------------------|----------------------------|------------|-------|-------|
| | B | Std. Error | | |
| Konstanta | 1,586 | 1,609 | 0,986 | 0,327 |
| Tangibles (X ₁) | 0,266 | 0,071 | 3,749 | 0,000 |
| Reliability (X ₂) | 0,168 | 0,078 | 2,152 | 0,034 |
| Responsiveness (X ₃) | 0,214 | 0,085 | 2,506 | 0,014 |
| Assurance (X ₄) | 0,235 | 0,105 | 2,225 | 0,029 |
| Empathy (X ₅) | 0,177 | 0,084 | 2,119 | 0,037 |
| R | = 0,767 | | | |
| R square (R ²) | = 0,588 | | | |
| F | = 25,975 | | | |
| Sig. F | = 0,000 | | | |

Dependent variable: kepuasan nasabah.

3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda $Y = 1,586 + 0,266 X_1 + 0,168 X_2 + 0,214 X_3 + 0,235 X_4 + 0,177 X_5$ menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif secara simultan antara faktor-faktor kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan

emphaty) terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Serba Usaha Dalem Kahyangan Dukuh Desa Adat Kerobokan di Kuta Utara, Badung, atau dengan kata lain meningkatnya kepuasan nasabah dipengaruhi secara serempak oleh meningkatnya *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*.

Nilai koefisien determinasi dengan $R^2 = 0,588$ berarti variasi pengaruh secara simultan variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* mampu menjelaskan perubahan kepuasan nasabah sebesar 58,80 persen, sedangkan sisanya sebesar 41,20 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian.

3.2 Uji Asumsi Klasik

Hasil uji asumsi klasik menunjukkan pada persamaan regresi tidak terjadi multikolinearitas, tidak terjadi heteroskedastisitas dan distribusi data adalah normal sehingga model regresi linier berganda bisa digunakan karena mendapatkan hasil prediksi yang baik. Pengujian regresi secara parsial dan simultan dalam penelitian ini dapat dilakukan karena model regresi linier berganda sudah memenuhi syarat uji asumsi klasik.

3.3 Uji Statistik t (t-test)

1. t_1 -hitung adalah 3,749 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,662 dengan sig. $0,000 < 0,05$ berada pada daerah penolakan H_0 maka H_0 ditolak atau H_1 diterima, berarti *tangibles* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Serba Usaha Dalem Kahyangan Dukuh Desa Adat Kerobokan di Kuta Utara, Badung. Hasil penelitian ini mempertegas hasil penelitian sebelumnya yaitu Yudhy (2012) dalam penelitiannya menemukan bahwa variabel *tangible* secara individual berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian Dibyantoro (2012) menemukan bahwa dimensi *tangible* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Aryani (2010) menunjukkan bahwa variabel *reliability* sebagai salah satu dimensi pembentuk kualitas layanan terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas layanan.
2. t_2 -hitung adalah 2,152 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,662 dengan sig. $0,034 < 0,05$ berada pada daerah penolakan H_0 maka H_0 ditolak atau H_1 diterima, berarti

reliability secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Serba Usaha Dalem Kahyangan Dukuh Desa Adat Kerobokan di Kuta Utara, Badung. Hasil penelitian sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yaitu Lovenia (2012) dalam penelitiannya menemukan bahwa keandalan (*reliability*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian oleh Rooroh (2013) menunjukkan bahwa variabel *reliability* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Aryani (2010) menunjukkan bahwa variabel *reliability* sebagai salah satu dimensi pembentuk kualitas layanan terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas layanan.

3. t_3 -hitung adalah 2,506 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,662 dengan sig. 0,014 < 0,05 berada pada daerah penolakan H_0 maka H_0 ditolak atau H_1 diterima, berarti *responsiveness* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Serba Usaha Dalem Kahyangan Dukuh Desa Adat Kerobokan di Kuta Utara, Badung. Penelitian sekarang sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya. Lovenia (2012) dalam penelitiannya menemukan bahwa keandalan (*responsiveness*) sebagai salah satu dimensi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian oleh Sutrayoga (2012) menemukan bahwa variabel keandalan secara parsial mempengaruhi secara positif dan signifikan kepuasan konsumen. Penelitian oleh Rooroh (2013) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel *responsiveness*.
4. t_4 -hitung adalah 2,225 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,662 dengan sig. 0,029 < 0,05 berada pada daerah penolakan H_0 maka H_0 ditolak atau H_1 diterima, berarti *assurance* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Serba Usaha Dalem Kahyangan Dukuh Desa Adat Kerobokan di Kuta Utara, Badung. Hasil penelitian ini mempertegas hasil penelitian sebelumnya. Penelitian Hartanto (2010) menemukan bahwa variabel jaminan (*assurance*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Penelitian Yudhy (2012) menemukan bahwa variabel bebas *assurance* secara individual

berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sudirman (2011) dalam penelitiannya menemukan bahwa *tangibles* secara individual terbukti mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah produk tabungan Britama.

5. t_5 -hitung adalah 2,119 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,662 dengan sig. 0,037 < 0,05 berada pada daerah penolakan H_0 maka H_0 ditolak atau H_1 diterima, berarti *emphaty* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Serba Usaha Dalem Kahyangan Dukuh Desa Adat Kerobokan di Kuta Utara, Badung. Hasil penelitian sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yaitu Sutrayoga (2012) dalam penelitiannya menemukan bahwa secara parsial variabel empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian oleh Hartanto (2010) menunjukkan bahwa variabel empati memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dikarenakan adanya perhatian yang penuh serta adanya pemahaman secara personal dan tidak memandang status sosial dari pihak bank terhadap nasabahnya. Hasil penelitian Dibyantoro (2012) menemukan bahwa dimensi *empathy* berpengaruh secara empati berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian Sudirman (2011) menemukan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri atas *reability, assurance, tangibles, empathy, responsiveness* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

4. SIMPULAN

Simpulan hasil penelitian adalah sebagai berikut : Signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 4.1 Uji Statistik F (F-test)

Hasil F-test diperoleh F-hitung adalah 25,975 lebih besar dari F tabel sebesar 2,31 dengan sig. 0,000 < 0,05 berada pada daerah penolakan H_0 maka H_0 ditolak atau H_1 diterima, berarti faktor-faktor kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Serba Usaha Dalem ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara faktor-faktor kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*) terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi

Serba Usaha Dalem Kahyangan Dukuh Desa Adat Kerobokan di Kuta Utara, Badung. Artinya, apabila secara parsial *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* meningkat maka akan diikuti oleh meningkatnya kepuasan nasabah. Ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara faktor-faktor kualitas pelayanan (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*) terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Serba Usaha Dalem Kahyangan Dukuh Desa Adat Kerobokan di Kuta Utara, Badung. Artinya, meningkatnya kepuasan nasabah dipengaruhi secara simultan oleh meningkatnya *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*.

5. SARAN

Berdasarkan simpulan, maka saran yang dapat diajukan bagi manajemen Koperasi Serba Usaha Dalem Kahyangan Dukuh Desa Adat Kerobokan di Kuta Utara, Badung dalam usaha lebih meningkatkan keandalan, daya tanggap, jaminan dan kepuasan nasabah adalah:

- 1) Bukti fisik (*tangibles*) ditingkatkan dengan secara rutin dan berkala melakukan pengecekan atau perbaikan komputerisasi pada sistem pelayanan untuk mencegah terjadinya masalah koneksi yang terputus saat karyawan menggunakan komputer.
- 2) Keandalan (*reliability*) ditingkatkan dengan cara mempercepat proses pelayanan khususnya berkaitan dengan proses realisasi dan administrasi kredit.
- 3) Daya tanggap (*responsiveness*) ditingkatkan dengan cara memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan sehingga memenuhi harapan nasabah.
- 4) Jaminan (*assurance*) ditingkatkan dengan lebih sering mendengar keluhan nasabah berkaitan dengan kekurangan pelayanan yang diberikan dan dengan segera menyampaikan ke manajemen.
- 5) Empati (*emphaty*) ditingkatkan dengan memberikan perhatian pribadi kepada nasabah pada saat diperlukan walaupun karyawan banyak kesibukan kerja pada saat banyak nasabah yang dilayani.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanullah, Alifian. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karanganom). *Skripsi* Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Dibyantoro. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Haspari Palembang. *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (Jenius)*, Vol.2, No.2, hal: 112-131.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardhikusuma. 2005. *Hukum Koperasi Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hardiyoko. 2009. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Bank Mandiri Cabang Yogyakarta Terhadap Kepuasan Nasabah. *Skripsi* Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Hartanto, Juzan Tri. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Pasca Sarjana Manajemen Perbankan Universitas Gunadarma Jakarta*, hal: 1-29.
- Jogiyanto. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lovenia, Christiana Okky Augusta. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang). *Skripsi* Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Mulyono, Sri. 2010. *Statistika Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Nirwana. 2009. *Service Marketing Strategy*. Malang: Dioma.
- Riduwan dan Sunarto. 2012. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Rooroh, Ingrid Martha Estefien. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Area Pelayanan Banyuwangi. *Jurnal Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.

Umar, Husein. 2011. *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar. 2009. *Pengantar Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara.

Widyanti, Nanik dan Y.W. Sunindia. 2005. *Koperasi dan Perekonomian Indonesia*. Jakarta: PT Rineka Cipta dan PT. Bina Adiaksara.

Ilmiah Progressif, Vol.10, No.30, Yudhy, Ferry. 2012. *Analisis hal: 74-91*.

Sudirman, Dewi Yanti. 2011. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Britama pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang A. Yani Makassar. Skripsi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Hasanuddin Makassar*.

Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Sutrayoga, Ambika Shastri H. P. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bengkel Mobil Paramitha Auto Graha (PAG) Denpasar*.

Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Udayana Denpasar, hal: 440-455. Tjiptono, Fandy. 2009. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra dan Dadi Adriana. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit (Studi Kasus BPR Arthaguna Sejahtera)*.

Jurnal Pasca Sarjana Manajemen Perbankan Universitas Gunadarma Jakarta, hal: 1-14.

_____. *Undang-Undang Republik Indonesia No. 17 Tahun 2012 Tentang Perkoperasian*.