

# **Pengaruh Variabel-variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Unit Pertokoan Koperasi Pegawai Republik Indonesia Universitas Jember**

*(The Effect of Service Quality Variables on Satisfaction of Members of Shopping Unit at Koperasi Pegawai Republik Indonesia (Republic of Indonesia Employee Cooperative) Universitas Jember*

**Siswi Tri Handayani, Edy Wahyudi, Poerwanto**  
**Program Studi Administrasi Bisnis, FISIP Universitas Jember**  
**Jln.Kalimantan 37, Jember 68121**  
**E-mail: [shiwycuilik@gmail.com](mailto:shiwycuilik@gmail.com)**

## ***Abstract***

*This research is intended to identify the effects of the variables of service quality on customer satisfaction quality of shopping unit at Koperasi Pegawai Republik Indonesia (Republic of Indonesia Employee Cooperative) of Jember University. Service quality is the main approach to providing satisfaction to the consumers. In line with this, companies need to understand how consumers perceive the quality and the level of quality they expect. Companies should necessarily work maximally to fulfill the customers' quality expectation. This research was to identify service quality to customer satisfaction. Samples of the research were 97 respondents who were the cooperative members of shopping at shopping unit while the research was being conducted. Variables of the research were tangibility, reliability, responsiveness, assurance and empathy. The research results showed that the independent variables consisting of responsiveness, reliability, assurance, empathy and tangibility affected the dependent variable namely customer satisfaction. The results of the research indicated that the most highly influential variable of the service quality to member satisfaction was responsiveness and the least influential one was assurance.*

**Keywords:** retail businesses, customer satisfaction, cooperative, service quality

## **Pendahuluan**

Kualitas pelayanan merupakan pendekatan utama untuk memberikan kepuasan kepada konsumen dan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan penjualan. Perusahaan harus memahami bagaimana konsumen memandang mutu dan tingkat mutu yang mereka harapkan. Mempelajari perilaku pembeli merupakan upaya untuk memahami dan meramalkan tindakan-tindakan manusia dalam peran pembelinya. Dengan demikian setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarnya, karena kelangsungan hidup perusahaan sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada

perilaku konsumennya. Kemampuan perusahaan dalam menganalisa sikap dan perilaku konsumen merupakan suatu keberhasilan dalam menyelami jiwa para pembeli untuk memenuhi kebutuhan mereka dan dapat membantu perusahaan untuk dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan mereka agar dapat memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya.

Kepuasan konsumen adalah suatu hasil yang disarankan pada pembeli yang merasakan kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Konsumen akan merasa puas kalau harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat gembira kalau harapan mereka terpenuhi (Kotler,1995:188). Salah satu sektor usaha yang semakin

berkembang di Indonesia adalah usaha ritel. Kebanyakan bisnis ritel pada awalnya dijalankan oleh para pedagang eceran sebagai perpanjangan tangan produsen. Pedagang eceran hanya berperan sebagai penyambung rantai distribusi dari produsen dan agen distributor kepada konsumen akhir (Utami,2006:4). Sehingga tidak perlu strategi khusus untuk melakukan aktivitas ini, yang terpenting adalah pelaku usaha ritel mempunyai wilayah distribusi yang jelas. Namun seiring dengan perkembangan industri, teknologi dan pengetahuan konsumen, bisnis ritel kini berkembang menjadi salah satu sektor usaha yang menjanjikan. Bisnis ini dimasuki oleh perusahaan besar yang mampu merubah pola pikir usaha ritel dari yang hanya perpanjangan tangan produsen ke konsumen hingga menjadi perusahaan yang mampu menyediakan pelayanan khusus akan pemenuhan kebutuhan konsumen. Pada perkembangannya bisnis ritel modern tidak hanya didominasi oleh pelaku usaha yang berskala besar, namun juga perkembangan pelaku usaha ritel yang berskala lebih kecil dengan lingkup wilayah yang lebih kecil pula atau bersifat lokal. Pasar ritel di Indonesia merupakan pangsa pasar besar. Bisnis ritel di Indonesia telah berkembang dari gerai tradisional menjadi gerai modern berupa *supermarket* maupun *minimarket*. Perbedaan antara gerai tradisional dengan modern adalah pada sistem pengelolaannya. Perbedaan antara gerai tradisional pengelolaannya masih secara sederhana, sistem organisasi tidak terencana secara jelas dan strategi pemasarannya pun hanya dilakukan pada waktu tertentu saja. Sedangkan pada gerai modern, sistem pengelolaan sudah terencana dengan baik, struktur organisasi sudah dibentuk secara jelas dan strategi pemasarannya dilakukan secara terus-menerus.

Kehadiran usaha ritel semakin dibutuhkan oleh masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya yang semakin meningkat, seiring dengan perubahan pola dan gaya hidup dalam berbelanja yang juga menuntut kenyamanan, bersih, cepat, mudah dan menyenangkan. Melihat fenomena tersebut, pengelola bisnis ritel tentunya tidak hanya sekedar membuka toko dan mempersiapkan barang-barang yang lengkap, tetapi

lebih dari itu. Pengelola bisnis ritel harus melihat dan mengikuti perkembangan teknologi pasar agar dapat berhasil dan punya nilai saing.

Setiap kegiatan usaha ekonomi yang dilakukan memiliki misi untuk melayani masyarakat (konsumen) dan berupaya mencapai kemakmuran. Usaha koperasi senantiasa bertolak pada mulanya untuk memenuhi kebutuhan ekonomi yaitu efisiensi usaha terhadap pelayanan kepada anggota koperasi secara baik dan memuaskan. Jadi setiap usaha yang dijalankan oleh koperasi lebih mengutamakan kepada mutu pelayanan daripada motif yang lainnya dalam upaya mensejahterakan para anggota dan memuaskan konsumennya. Tujuan akhir dari bisnis apapun jenisnya adalah menghasilkan laba melalui peningkatan penjualan dan efisiensi usaha.

Koperasi ialah organisasi bisnis yang dimiliki dan dioperasikan oleh orang-orang demi kepentingan bersama. Koperasi melandaskan kegiatan berdasarkan prinsip gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan. (<http://id.wikipedia.org/wiki/Koperasi>). Definisi koperasi menurut UU No.25/1992.

Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi, dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas azas kekeluargaan.

(<http://yuyunchelsea.wordpress.com/2011/10/02/bab-2-pengertian-tujuan-dan-prinsip-prinsip-koperasi/>)

Umumnya koperasi dikendalikan secara bersama oleh seluruh anggotanya, di mana setiap anggota memiliki hak suara yang sama dalam setiap keputusan yang diambil koperasi. KPRI Universitas Jember sebagaimana bentuk koperasi lainnya yang memiliki tujuan utama mensejahterakan anggotanya dan memuaskan anggotanya

(<http://iwanketch.wordpress.com/2008/04/20/pengertian-tentang-koperasi/>).

Di mana unit pertokoan menjadi salah satu usaha yang dijalankan oleh KPRI Universitas Jember. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik pada anggota yang sedang berbelanja pada unit pertokoan

KPRI Universitas Jember maka menjadi tujuan utama dalam sebuah koperasi. Dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada anggota, sistem pengelolaan manajemen pada KPRI Universitas Jember harus tepat dan sesuai, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan dapat menarik konsumen khususnya anggota koperasi sendiri. Agar para konsumen merasa puas dalam berbelanja pada unit usaha pertokoan KPRI Universitas Jember. Oleh karena itu memahami kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen umum dan anggota koperasi sendiri menjadi penting. Melihat kondisi tersebut merupakan peluang yang sangat bagus bagi para pelaku usaha, terutama pelaku usaha ritel sejenis. Banyaknya instansi pemerintah maupun swasta turut mendukung peluang berdirinya usaha ritel. Semakin maraknya usaha ritel ini membuat para pengusaha ikut mengambil peluang untuk ikut dalam melakukan usaha bisnis ritel tersebut. Kapitalisasi bisnis ritel di Indonesia hingga triwulan I/2013 sudah mencapai Rp5.000 triliun. Angka tersebut bertumbuh hingga 400% dibandingkan kapitalisasi lima tahun lalu pada 2008 yang hanya sekitar Rp 1.000 triliun <http://www.bisnis.com/bisnis-ritel-kapitalisasi-capai-rp5000-triliun>.

Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) menilai masuknya berbagai peritel asing ke Indonesia harus dilihat sebagai potensi untuk mengembangkan merek Indonesia hingga ke mancanegara. Kondisi tersebut menurutnya harus dijadikan moment bagi pemerintah Indonesia untuk menawarkan brand nasional ke negara tersebut. Namun hal itu juga harus diimbangi dengan penguatan brand lokal dengan kualitas pelayanan dan menonjolkan ciri khas tersendiri sehingga dapat bersaing dengan lainnya. (<http://suarapengusaha.com/2013/06/24/peritel-asing-masuk-merek-lokal-berpeluang-ekspansi/#sthash.ypJEfS63.dpuf>)

KPRI Universitas Jember merupakan salah satu usaha ritel yang terletak di area kampus Universitas Jember yang merupakan salah satu usaha yang menggunakan konsep swalayan. Kelebihan

menggunakan konsep swalayan adalah barang tertata rapi dan mudah dicari, sehingga konsumen dapat memilih dan mengambil barang yang diinginkan secara langsung tanpa mengantri untuk dilayani. Kualitas pelayanan pada dasarnya bersifat relatif tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri spesifik, dalam penelitian ini kualitas pelayanan yang digunakan ialah, berwujud, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati (Rambat Lupioadi 2006:182).

Berdasarkan observasi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti, maka KPRI Universitas Jember dapat digolongkan dalam pelaku usaha ritel yang telah mengelola usahanya secara modern. Sehingga kualitas pelayanan dalam melayani dan memuaskan pelanggannya merupakan tujuan utama bagi KPRI Universitas Jember sendiri. Melihat semakin banyaknya usaha ritel di Kota Jember ini, untuk itu peneliti tertarik untuk melihat lebih dalam mengenai kualitas yang diberikan KPRI Universitas Jember untuk dapat memberi kepuasan pada pelanggan umum maupun anggota koperasi sendiri.

## **Tinjauan Pustaka**

Perusahaan harus bekerja lebih baik untuk memenuhi harapan mutu dari konsumen ketimbang pesaing. Dalam hal ini pemasaran memainkan peran amat penting dalam menggerakkan perusahaan kearah mutu yang lebih tinggi. Pelayanan merupakan salah satu hal yang patut diperhatikan. Pelayanan adalah tempat berkumpulnya uang dan pekerjaan. Tanpa pelanggan, perusahaan tidak punya apa-apa. Perusahaanlah yang bergantung pada pelanggan dan untuk pelangganlah perusahaan bekerja, karena pelanggan sumber uang dan pekerjaan. Pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah merupakan tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa pelanggan, perusahaan tidak akan ada. Kepuasan konsumen adalah suatu hasil yang disarankan pada pembeli yang merasakan kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Konsumen akan merasa puas kalau harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat gembira kalau harapan mereka terpenuhi.

Salah satu sektor usaha yang semakin berkembang di Indonesia adalah usaha ritel. Usaha ritel atau eceran (*retailing*) dipahami sebagai semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan untuk menggunakan bisnis. Pasar ritel di Indonesia merupakan pangsa pasar besar. Bisnis ritel di Indonesia telah berkembang dari gerai tradisional menjadi gerai modern berupa *supermarket* maupun *minimarket*. Perbedaan antara gerai tradisional dengan modern adalah pada sistem pengelolaannya. Perbedaan antara gerai tradisional pengelolaannya masih secara sederhana, sistem organisasi tidak terencana secara jelas dan strategi pemasarannya pun hanya dilakukan pada waktu tertentu saja. Sedangkan pada gerai modern, sistem pengelolaan sudah terencana dengan baik, struktur organisasi sudah dibentuk secara jelas dan strategi pemasaran pun dilakukan secara terus-menerus.

### Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian *explanatory* (jelas) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan anggota. Penelitian ini menggunakan metode survei yang dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala yang ada dan mencari keterangan secara faktual. Dalam survei, informasi dikumpulkan dari jawaban-jawaban responden yang dijadikan objek penelitian dengan memberikan kuesioner.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif (Sugiyono 2009:13). Model analisis dalam penelitian ini bertujuan menggambarkan pengaruh antara variabel yang terdapat dalam penelitian sehingga dapat mempermudah peneliti dalam menjawab permasalahan yang ada. Berdasarkan tujuan penelitian untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan anggota KPRI Universitas Jember, maka dalam penelitian ini variabel kualitas pelayanan diklasifikasikan kedalam beberapa indikator dan item. Variabel kualitas pelayanan (daya tanggap, keandalan, jaminan, empati, bukti fisik) disebut

dengan variabel X dan kepuasan anggota disebut dengan Y. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai praduga yang perlu diuji untuk mengetahui kebenarannya. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara simultan dan secara parsial. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota koperasi yang sedang berbelanja di unit pertokoan KPRI Universitas Jember (Sugiyono 2002:72). Metode pengambilan sampel tersebut menggunakan metode *purposive sampling* atau teknik penilaian (*judgment*). Sedangkan pengambilan sampel dengan teknik *Accidental Sampling* (Sugiyono 2002:73). Ukuran pelanggan yang tidak tetap setiap harinya, sehingga perhitungan yang dilakukan hanya didasarkan atas banyaknya waktu yang digunakan selama melakukan proses pengambilan sampel dilapangan yaitu selama 5 hari 2 jam 40 menit.

Rumusan yang digunakan untuk pengambilan sampel ialah *Sample Linier Time Function* (Taufik 2013:26). Sampel yang harus diambil berdasarkan perhitungan di atas adalah sebanyak 97 responden. Ditiap harinya jumlah waktu yang dipersiapkan untuk peneliti diambil pada jam 08.30-13.30 di mana pada jam tersebut merupakan waktu yang sering didatangi oleh para anggota koperasi untuk berbelanja di unit pertokoan KPRI Universitas Jember. Tipe pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini dengan skala Likert. Uji kuesioner yang digunakan ialah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dengan analisis regresi linier berganda, dengan uji F, uji t dan koefisien determinasi.

### Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil statistik demografi responden dapat dinyatakan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah anggota KPRI Universitas Jember dengan jenis kelamin laki-laki, berusia diatas 36 tahun, berpendidikan SMU, dan telah menjadi anggota koperasi diatas 7 tahun. Nilai signifikansi yang digunakan 0,05 jadi jika nilai signifikasinya lebih besar dari 0,05 maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid. Sebaliknya,

jika nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05 maka instrumen tersebut dapat dikatakan valid. Semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel, karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,50. Sesuai yang disyaratkan oleh Ghazali (2005:102) bahwa suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,50. Uji asumsi klasik menyatakan bahwa tidak ada multikolinieritas karena  $VIF < 10$ . Tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji Durbin-Watson (d) yang dilakukan didapatkan nilai sebesar 1,840. Berdasarkan uji autokorelasi yang telah dilakukan diketahui bahwa model empiris yang dibangun telah memenuhi asumsi berdasarkan kriteria, yaitu  $H_0$  akan diterima jika  $du < d < 4 - du$  atau  $1,780 < 1,787 < 2,220$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi antar variabel independen, terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi layak dipakai karena telah memenuhi asumsi normalitas. Pengujian regresi linear berganda berguna untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel independen (daya tanggap, keandalan, jaminan, empati, dan bukti fisik) terhadap variabel dependen (kepuasan anggota) (Sugiyono 2000:211). Hasil uji regresi ini menyatakan bahwa variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen. mengetahui pengaruh variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan anggota secara bersama-sama. Secara bersama-sama variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik akan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan anggota. Secara bersama-sama variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik akan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan anggota. Uji F secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada tingkat signifikan 5%, hasil koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) sebesar 0,530, hal ini berarti 53,0% perubahan kepuasan anggota dipengaruhi oleh variabel daya tanggap,

keandalan, jaminan, empati, dan bukti fisik sedangkan sisanya sebesar 47,0% disebabkan oleh faktor lain. Dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) yang digunakan yaitu 5%. Masing-masing variabel bebas dikatakan mempunyai pengaruh yang signifikan (nyata) apabila probabilitas  $< 5\%$  ( $\alpha$ ).

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil uji F, diperoleh, sehingga dapat diketahui bahwa ada pengaruh variabel kualitas pelayanan KPRI Universitas Jember yang terdiri dari daya tanggap, keandalan, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan anggota.
2. Berdasarkan hasil uji regresi diketahui bahwa yang berpengaruh paling besar terhadap kepuasan anggota ialah daya tanggap (*responsiveness*) dan yang berpengaruh paling kecil terhadap kepuasan pelanggan ialah jaminan (*assurance*).
3. Berdasarkan hasil uji t, diperoleh hasil yang dapat diketahui bahwa daya tanggap, keandalan, jaminan, empati, dan bukti fisik secara parsial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan anggota pada KPRI Universitas Jember.

## Daftar Pustaka

- Utami, Christian. 2006. *Manajemen Ritel*. Jakarta. Salemba Empat
- Sugiyono. 2000a. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung; CV ALFABETA
- \_\_\_\_\_. 2002b. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung; CV ALFABETA
- \_\_\_\_\_. 2009c. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung; CV ALFABETA
- Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi ke 3. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip. 1995. *Dasar-dasar Pemasaran Principles of Marketing 7e*. Jakarta; Prenhallindo
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Strateg Jasa*. Jakarta. Salemba Empat

---

Amrullah, Taufik. 2013. *Analisis Faktor Akademi dan Gaya Hidup pada Pemilik Handphone Blackberry (Study pada Pelaku Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember)* Jember. Fisip Universitas Jember

(<http://iwanketch.wordpress.com/2008/04/20/pengertian-tentang-koperasi/>)

(<http://yuyunchelsea.wordpress.com/2011/10/02/bab-2-pengertian-tujuan-dan-prinsip-prinsip-koperasi/>)

(<http://id.wikipedia.org/wiki/Koperasi>)

(<http://www.bisnis.com/bisnis-ritel-kapitalisasi-capai-rp-5000-triliun>)

(<http://suarapengusaha.com/2013/06/24/peritel-asing-masuk-merek-lokal-berpeluang-ekspansi/#sthash.ypJEfS63.dpuf>).