

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH KOPERASI SIMPAN PINJAM KARTINI KALIURANG

Anis Desinta Ayuningtyas

Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta

anisdesintaayuningtyas@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah KSP Kartini Kaliurang secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data kuisioner, sampel yang digunakan sebanyak 100 nasabah KSP Kartini dengan teknik *random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini adalah 1) terdapat pengaruh bukti fisik terhadap loyalitas nasabah dengan signifikansi 0,027, tidak terdapat pengaruh kehandalan terhadap loyalitas nasabah dengan signifikansi 0,975, tidak terdapat pengaruh daya tanggap terhadap loyalitas nasabah dengan signifikansi 0,084, terdapat pengaruh jaminan terhadap loyalitas nasabah dengan signifikansi 0,036, tidak terdapat pengaruh empati terhadap loyalitas nasabah dengan signifikansi 0,604, 2) terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dengan signifikansi 0,001, 3) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara bersama terhadap loyalitas nasabah dengan nilai Sig F=0,000.

Kata kunci: kepuasan, kualitas pelayanan, loyalitas, nasabah

THE INFLUENCE OF CUSTOMER SERVICE QUALITY AND SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY OF KARTINI KALIURANG SAVINGS AND LOANS COOPERATIVE

Abstract: The aim of this research is to determine the influences of service quality (tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy) and customer satisfaction on customer loyalty of KSP Kartini Kaliurang partially or simultaneously. Questionnaire is used to collect data in this research, the samples used are 100 costumers of KSP Kartini by using random sampling techniques. Data analysis technique used is multiple regression analysis. The results of this research are 1) there is the influence of tangible on customer loyalty with significance of 0.027, there is no influence of reliability on customer loyalty with significance of 0.975, there is no influence of responsiveness on customer loyalty with significance of 0.084, there is the influence of assurance on customer loyalty with significance of 0.036, there is no influence of empathy on customer loyalty with significance of 0.604, 2) there is a positive and significant influence of customer satisfaction on customer loyalty with significance of 0.001, 3) there is a positive and significant influence of service quality and customer satisfaction jointly on customer loyalty with Sig F = 0,000.

Keywords: satisfaction, service quality, loyalty, customers

PENDAHULUAN

Koperasi merupakan wadah bagi orang-perseorangan yang bertujuan untuk kepentingan bersama. Pada perkoperasian didasarkan pada asas kekeluargaan, serta dengan keanggotaan secara sukarela. Pertumbuhan koperasi di Indonesia yang pertama menekankan pada kegiatan

simpan pinjam, seiring dengan berjalanya waktu muncul koperasi yang bergerak di bidang konsumsi, dan penyediaan barang-barang produksi. Koperasi dewasa ini mengalami perkembangan. Hal ini terlihat jelas pada koperasi-koperasi yang tumbuh di era modern sekarang, di tiap instansi negeri maupun swasta perkoperasian mampu memberikan fasilitas simpan pinjam maupun konsumsi.

Menurut data Badan Pusat Statistik (2016) pada tahun 2013-2016 koperasi mengalami perkembangan yang fluktuatif. Peningkatan pada jumlah koperasi, keanggotaan serta pertumbuhan volume mengalami kenaikan dari tahun 2013 hingga 2016, hal ini memberikan identifikasi bahwa koperasi dapat bersaing dengan lembaga lain. Data Bappenas tahun 2017, mengemukakan bahwa pertumbuhan pada jumlah koperasi yang aktif di Indonesia dalam periode 2012 hingga 2016 rata-rata sebesar 2,5 persen. Hingga pada 5 Juli 2017, Indonesia mempunyai anggota koperasi sejumlah 26,8 juta dengan unit koperasi sebesar 152.282 unit. 152.282 sektor atau unit koperasi yang berada di Indonesia terdiri dari koperasi konsumen berjumlah 97.931 unit (64,31 persen), koperasi produsen berjumlah 27.871 (18,30 persen), koperasi simpan pinjam berjumlah 19.509 unit (12,81 persen), koperasi jasa berjumlah 3.661 unit (2,40 persen), serta koperasi pemasaran berjumlah 3.310 (2,17 persen). Dari data yang diperoleh, koperasi simpan pinjam di Indonesia pada tahun 2017 hanya sebanyak 12,81 persen dari keseluruhan koperasi yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah koperasi simpan pinjam harus dapat bersaing dengan unit koperasi lainnya.

Koperasi menyadari bahwa salah satu kunci dalam memenangkan persaingan yaitu dengan menciptakan loyalitas pada diri nasabah yang semakin kritis dan sadar akan hak mereka. Dengan adanya nasabah yang loyal sangat dibutuhkan serta vital untuk meningkatkan pertumbuhan koperasi di Indonesia. Loyalitas merupakan sikap seseorang dalam mempertahankan rasa kesetiaan pada lembaga atau perusahaan dengan cara menggunakan produk atau jasa secara terus menerus, dan teratur (Lili Suryanti, 2015: 97). Dengan adanya pasar persaingan bebas, koperasi harus dapat bersaing dengan lembaga lain. Menurut Mardalis (2005: 114) ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pada konsumen, antara lain kualitas pelayanan, kepuasan, citra, dan rintangan berpindah. Tjiptono (2012: 59) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat mutu atau keunggulan yang dirasakan konsumen atas penggunaan barang atau jasa dari suatu perusahaan. Kualitas pelayanan dilihat sebagai salah satu faktor yang dapat meningkatkan kesediaan konsumen untuk menggunakan jasa atau produk kembali, serta mau merekomendasikan pengalaman penggunaan jasa kepada orang lain. Selanjutnya dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan akan berdampak positif pada loyalitas (Lyon dan Powers, 2004). Faktor lain yang berpengaruh terhadap loyalitas yaitu kepuasan nasabah. Kepuasan pengguna jasa merupakan salah satu kunci dalam mewujudkan loyalitas, terdapat beberapa manfaat yang dapat diterima oleh lembaga atau perusahaan dari terciptanya tingkat kepuasan, yaitu meningkatkan loyalitas pengguna jasa koperasi tetapi dapat juga meningkatkan reputasi dalam bisnis (Dwi Aryani dan Febrina Rosinta, 2010). Terdapat lima kelompok dimensi yang digunakan oleh konsumen dalam mengevaluasi atau menilai kualitas jasa pelayanan yang mereka terima atas pelayanan yang diberikan yaitu sebagai berikut: kehandalan (*reliability*) kehandalan

merupakan kemampuan dari perusahaan atau lembaga dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang ditawarkan, ketanggapan atau daya tanggap (*responsiveness*) yang merupakan sikap karyawan dalam kesiapan menangani berbagai persoalan pelanggan dan juga cepat lambatnya respon karyawan terhadap kesulitan yang dialami oleh pelanggan, jaminan (*assurance*) merupakan bagaimana perusahaan atau lembaga dalam memberikan rasa kepercayaan pada pelanggan dan empati yang merupakan bagaimana karyawan memahami keadaan tiap pelanggan secara pribadi (Tjiptono, 2011: 124).

Salah satu unit dari koperasi yang bergerak pada bidang simpan pinjam yang berada di Yogyakarta yaitu KSP Kartini Kaliurang, yang terletak di Jalan Kesehatan No. 108 Kaliurang Timur, Hargobinangun, Pakem, Sleman, Yogyakarta. Lokasi penempatan koperasi sangat strategis, dimana terletak ditengah-tengah nasabah yang sebagian besar bermata pencaharian sebagai pedagang dan wirausaha. Dalam mempertahankan nasabah terhadap koperasi, Koperasi Simpan Pinjam Kartini Kaliurang memberikan kemudahan pelayanan kepada nasabah dalam bentuk pendirian kantor kas yang mudah dijangkau oleh nasabah, pemberian pengawasan baik secara langsung dan tidak langsung yang bertujuan untuk memaksimalkan kinerja karyawan Koperasi Simpan Pinjam Kartini Kaliurang, membuka kesempatan pada nasabah untuk memberikan kritik serta saran terhadap kinerja KSP Kartini, serta strategi yang menarik dalam mempromosikan koperasi seperti pemberian cinderamata pada acara tertentu. Dibalik pelayanan KSP Kartini yang prima, nasabah belum sepenuhnya merasa loyal pada koperasi dimana nasabah mencari koperasi yang lebih baik lagi daripada KSP Kartini. Nasabah mencari koperasi yang lebih baik dari KSP Kartini Kaliurang dikarenakan dalam sisi pelayanan masih terdapat kekurangan, antara lain yaitu nasabah merasa dalam melakukan pendaftaran anggota baru pada koperasi masih dilakukan dalam media buku, sehingga memerlukan waktu yang dibutuhkan lama dalam pengisian atau pencatatan data nasabah. Kesalahan pencatatan transaksi oleh karyawan pada buku tabungan dan angsuran pembayaran pinjaman menjadikan nasabah merasa dirugikan. Dalam proses pengolahan informasi pendataan yang diberikan memerlukan waktu lama, sehingga mengakibatkan keterlambatan pengambilan keputusan dan pelayanan yang lama. Selain dari sisi kualitas, nasabah merasa belum puas terhadap koperasi. Ketidakpuasan nasabah dapat dilihat dilihat dari sistem informasi akuntansi pada koperasi masih menggunakan catatan buku sehingga pengolahan data mengalami kendala dalam hal efisiensi waktu, perhitungan serta keakuratan data. Penerapan bunga yang tinggi, membuat nasabah merasa tidak puas terhadap Koperasi Siman Pinjam Kartini Kaliurang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dilaksanakan di Koperasi Simpan Pinjam Kartini Kaliurang yang beralamatkan di Jalan Kesehatan No. 108, Hargobinangun, Pakem, Sleman, Yogyakarta. Sampel yang digunakan sebanyak 100 nasabah Koperasi Simpan Pinjam Kartini Kaliurang, ditentukan dengan teknik *random sampling* dengan semua nasabah mempunyai kesempatan sama menjadi responden. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuisioner atau angket. Instrumen yang digunakan yaitu berupa pernyataan-pernyataan

yang tertera dalam angket, dimana nasabah hanya menjawab pernyataan yang tertera dalam angket atau kuesioner. Sebelumnya pernyataan diuji validitas (ketepatan alat ukur) dan reliabilitas (keajegan alat ukur) terlebih dahulu sebelum diberikan pada nasabah. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Sebelum melakukan analisis regresi berganda dilakukan uji prasyarat terlebih dahulu yaitu uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas serta uji heteroskedastisitas. Uji normalitas berfungsi untuk mengetahui sebaran data bersifat normal atau tidak, pada uji normalitas sebaran data harus normal yang dapat diketahui dengan melihat *asympt.sig* lebih dari 0,05 pada uji *kolmogorof smirntov*. Dalam mengetahui hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat bersifat linier atau tidak menggunakan uji linieritas, data yang linier dapat dilihat dari angka signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dijelaskan variabel bebas dan terikat berhubungan linier. Uji multikolinieritas berfungsi dalam menentukan ada tidaknya hubungan yang kuat antar variabel bebas, data yang baik harus bebas dari multikolinieritas dapat dilihat dari angka VIF pada *coefficient* yang kurang dari 10. Selanjutnya yaitu uji heteroskedastisitas, digunakan untuk mengetahui kesamaan varians error antar variabel. Data yang baik yaitu yang bebas hetero, dapat dilihat dari angka *sig.t* pada uji Glejser lebih dari 0,05. Dari uji prasyarat yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa semua aspek telah memenuhi syarat yang kemudian dilakukan uji hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda. Berikut hasil rangkuman hasil analisis regresi linier berganda:

Tabel 1. Rangkuman Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (b)	t-hitung	Sig
Bukti Fisik	0,461	2,240	0,027
Kehandalan	-0,007	-0,031	0,975
Daya Tanggap	0,410	1,749	0,084
Jaminan	0,526	2,128	0,036
Empati	0,149	0,520	0,604
Kepuasan	0,355	3,575	0,001
Konstanta = 8,744			
R= 0,723, R ² = 0,522			
F= 16,939, Sig F= 0,000			
Dependent variabel : loyalitas nasabah (Y)			

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 1, maka dapat diketahui persamaan garis regresi sebagai berikut:

$$Y = 8,744 + 0,461X_1 - 0,007X_2 + 0,410X_3 + 0,526X_4 + 0,149X_5 + 0,355X_6$$

Berdasarkan persamaan garis regresi dari analisis regresi linier berganda, maka dapat dijelaskan sebagai berikut: bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah KSP Kartini Kaliurang. Ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,461 yang bernilai positif dan nilai signifikansi uji t sebesar $0,027 < 0,05$ yang memiliki arti signifikan. Semakin baik bukti fisik atau sarana dan prasarana yang diberikan oleh Koperasi Simpan Pinjam kepada nasabah

koperasi, seperti ketersediaan ruang tunggu yang bersih serta nyaman, ketersediaan pendingin ruangan (AC), kelengkapan peralatan komunikasi yang dimiliki oleh koperasi untuk mendukung pelayanan terhadap nasabah, dan kepemilikan alat pendeteksi keaslian uang maka semakin meningkat kesetiaan nasabah pada KSP. Nasabah merasa dalam pemenuhan kebutuhan fisik ketika berhubungan langsung dengan koperasi terpenuhi, sehingga nasabah merasakan diperhatikan dengan pemenuhan sarana dan prasarana.

Dimensi kehandalan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah KSP Kartini Kaliurang. Ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar $-0,007$ yang bernilai positif dan nilai signifikansi uji t sebesar $0,975 > 0,05$ yang memiliki arti tidak signifikan. Pelayanan yang berhubungan dengan kehandalan yang diberikan koperasi tidak memiliki pengaruh terhadap koperasi. Dimana nasabah mengabaikan fungsi kehandalan dari koperasi sehingga dimensi kehandalan cenderung mengutamakan pemberian pelayanan yang tepat serta cepat dan menghindari kesalahan pencatatan transaksi baik di buku tabungan maupun buku angsuran pinjaman nasabah. Dimensi daya tanggap tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah KSP Kartini Kaliurang. Ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar $0,410$ dan signifikansi uji t sebesar $0,084 > 0,05$ yang memiliki arti tidak signifikan. Hal ini mengidentifikasi bahwa KSP Kartini Kaliurang mengutamakan pada respon yang cepat terhadap permasalahan sehingga dimensi daya tanggap mengutamakan pada cepat lambatnya respon terhadap keluhan nasabah. Dimensi jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah KSP Kartini Kaliurang. Ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar $0,526$ yang bernilai positif dan nilai signifikansi uji t sebesar $0,036 < 0,05$ yang memiliki arti signifikan. Semakin meningkatnya jaminan yang berupa kepercayaan terhadap nasabah seperti kemampuan dalam menonjolkan sifat jujur karyawan terhadap nasabah dan jaminan yang berupa keamanan dalam transaksi maka nasabah akan merasa semakin loyal terhadap KSP Kartini Kaliurang. Dimensi empati tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah KSP Kartini Kaliurang. Ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar $0,146$ dan nilai signifikansi uji t sebesar $0,604 > 0,05$ yang memiliki arti tidak signifikan. Penelitian ini mengidentifikasi bahwa pihak koperasi dalam memberikan rasa empati harus memperhatikan pada personal nasabah.

Kepuasan nasabah memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah KSP Kartini Kaliurang. Ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar $0,355$ yang bersifat positif dan nilai signifikansi uji t sebesar $0,001 < 0,05$ yang memiliki arti signifikan. Hal ini berarti semakin tinggi kepuasan yang dirasakan nasabah maka akan meningkatkan loyalitas nasabah KSP Kartini Kaliurang. Nasabah yang merasa puas terhadap Koperasi Kartini Kaliurang akan menanamkan rasa setia pada penggunaan jasa-jasa dan produk yang ditawarkan oleh koperasi. Kualitas pelayanan (dimensi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah KSP Kartini Kaliurang. Ditunjukkan dengan nilai R sebesar $0,723$ yang bernilai positif dan nilai signifikansi uji f sebesar $0,000 < 0,05$ yang memiliki arti signifikan. Secara bersama-sama keenam variabel bebas berpengaruh terhadap loyalitas sebesar $52,2\%$, selebihnya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SIMPULAN

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah KSP Kartini Kaliurang, yang dijelaskan masing-masing:
 - a. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dimensi bukti fisik terhadap loyalitas nasabah Koperasi Simpan Pinjam Kartini Kaliurang.
 - b. Tidak terdapat pengaruh dimensi kehandalan terhadap loyalitas nasabah Koperasi Simpan Pinjam Kartini Kaliurang.
 - c. Tidak terdapat pengaruh dimensi daya tanggap terhadap loyalitas nasabah Koperasi Simpan Pinjam Kartini Kaliurang.
 - d. Terdapat pengaruh dimensi jaminan terhadap loyalitas nasabah Koperasi Simpan Pinjam Kartini Kaliurang.
 - e. Tidak terdapat pengaruh dimensi empati terhadap loyalitas nasabah Koperasi Simpan Pinjam Kartini Kaliurang.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Koperasi Simpan Pinjam Kartini Kaliurang.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan (dimensi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) dan kepuasan nasabah secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah Koperasi Simpan Pinjam Kartini Kaliurang.

SARAN

1. Kualitas pelayanan yang dilihat dari lima dimensi (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) terdapat 3 dimensi yang tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah yaitu kehandalan, daya tanggap dan empati. Karena tidak berpengaruh terhadap loyalitas, maka koperasi agar memperhatikan kualitas pelayanan yang baik, sehingga terciptanya nasabah yang setia pada koperasi.
2. Perlunya penelitian lebih lanjut terhadap variabel lain yang mempengaruhi loyalitas nasabah Koperasi Simpan Pinjam Kartini Kaliurang yang belum ditemukan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, Dwi. dan Rosinta, Febrina. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol. 17(2).
- Badan Pusat Statistik. (2016). *Perkembangan Koperasi pada Periode 2013 -2016*. Diakses pada 10 September 2018 dari <https://www.bps.go.id/statictable/2014/01/30/1321/tabel-perkembangan-koperasi-pada-periode-1967-2015.html>
- Kementrian PPN/Bappenas. (2017). *Anugerah Koperasi Penggerak Pembangunan Untuk Mendorong peran Koperasi dalam Pembangunan Indonesia*, Diakses pada 1 November 2018 dari https://www.bappenas.go.id/index.php/download_file/view/26377/8804/
- Lyon, Down Bendall., and Thomas L. Powers. (2004). *The Impact of Structural and Process Attributes on Satisfaction and Behaviour Intentions*. *Journal of Services Marketing*.

Mardalis, Ahmad. (2005). *Meraih Loyalitas Pelanggan*. Benefit, 9, 114-119

Suryanti, Lili. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Deepublish

Tjiptono Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.

..... (2012). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi