

PENGARUH KUALITAS LAYANAN PEMBERIAN KREDIT TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA KOPERASI KARYA ABADI SIMPAN PINJAM SEKAYU

Dadang Syaputra

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Rahmadiyah
Email: syaputradadang36@gmail.com

Abstract

This study aims to determine how big the influence of price, product quality, and location of the buying decision on the food stalls located in the vicinity of Simpang Lima, Semarang. And this research also aims to analyze the most dominant factors that influence on buying decisions of food stalls located in the vicinity of Simpang Lima, Semarang. The population used in this study is consumers who ever or frequently eat on the food stalls located in the vicinity of Simpang Lima, Semarang. The sample in this study are 80 respondents and the techniques used are non-probability sampling technique with the approach of accidental sampling (sampling based on chance). From the analysis result, the indicators in this study are valid and valid variables. And the most dominant factor that influence on purchase decisions are price variables, then the location variable, and the last is the quality of produk variable. The dependent variables in this study are good enough in explaining the independent variable (purchase decisions). Writer's advice is for food stalls located in the vicinity of Simpang Lima, Semarang need to preserve the good things that have been assessed by consumers and repair the things that not good enough in consumer's sight.

Key words: Price, quality of product, location, buying decision

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Setiap koperasi harus mampu memberikan kepuasan kepada para nasabahnya dengan cara menyediakan produk yang mutunya lebih baik, harganya yang cukup terjangkau, memberikan pelayanan yang lebih baik. Kualitas pelayanan yang baik mampu memberikan kepuasan kepada nasabah, disamping akan mampu mempertahankan nasabah yang ada maupun yang lama untuk terus menggunakan jasa yang ditawarkan, serta akan mampu pula untuk menarik calon nasabah baru.

Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap nasabah agar nasabah merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan nasabah akan terwujud. Kualitas pelayanan ini memberikan pengaruh besar terhadap kepuasan nasabah, tanpa adanya kualitas pelayanan yang baik pada suatu koperasi, maka nasabah tidak akan merasa puas sehingga dampak negatif akan muncul terhadap Koperasi KSP Karya Abadi Sekayu. Kualitas pelayanan ini memiliki banyak dimensi, diantaranya adalah bukti fisik, kehandalan pelayanan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian.

Keputusan nasabah merupakan faktor yang menentukan dalam pemasaran, sebaliknya kekecewaan nasabah dalam memberikan pelayanan bisa menjadi kehancuran

suatu koperasi dimasa mendatang. Agar nasabah dapat bertahan maka harus dilakukan tingkat pelayanan yang optimal bagi nasabah.

Dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah nomor 9 tahun 1995 tentang pelaksanaan kegiatan Usaha Simpan Pinjam oleh koperasi maka semakin jelas bahwa untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan koperasi, kegiatan usaha simpan pinjam perlu ditumbuhkembangkan agar koperasi simpan pinjam dan unit simpan pinjam pada koperasi dapat melaksanakan fungsinya untuk menghimpun simpanan koperasi dan simpanan berjangka koperasi, serta memberikan pinjaman kepada anggota, calon anggotanya serta koperasi lain dan atau anggotanya.

Koperasi Simpan Pinjam Karya Abadi yang bernaung pada instansi Dinas Koperasi, UMKM dan Pengelolaan Pasar Kabupaten Musi Banyuasin anggotanya terdiri dari pegawai dinas koperasi, UMKM dan Pengelolaan Pasar dan pegawai dinas lain yang berada diluar dinas koperasi, UMKM dan pengelolaan pasar. Menurut Supranto (2010: 228), kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan suatu yang harus dikerjakan dengan baik, dengan harapan pelanggan akan mendapatkan kepuasan atas produk maupun pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Menurut Kotler dan Keller (2009: 7), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil/prestasi produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Pada saat koperasi mengetahui apa yang menjadi kebutuhan pelanggan kemudian mencoba untuk mengukur tingkat kepuasannya, maka akan memudahkan bagi koperasi untuk mengimplementasikan strateginya. Demi memenuhi harapan nasabah dan pengguna jasa koperasi, koperasi harus memberikan pelayanan yang berorientasikan kualitas yaitu selalu memperhatikan kepuasan nasabah.

Dalam perkembangannya ada berbagai permasalahan ketidakpuasan nasabah di Koperasi Karya Abadi Simpan Pinjam Sekayu, seperti masih tingginya bunga pinjaman kredit, masih besarnya potongan administrasi, dan kurangnya transparansi (kejelasan) informasi dari para karyawan mengenai pemberian kredit yang ditawarkan kepada nasabah. Selain itu, karyawan koperasi kurang ramah dan sering tidak memperhatikan nasabah pada saat melayani.

Melihat fenomena tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Layanan Pemberian Kredit Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Koperasi Karya Abadi Simpan Pinjam Sekayu”**

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan Pemberian Kredit Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Koperasi Karya Abadi Simpan Pinjam Sekayu.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan Pemberian Kredit Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Koperasi Karya Abadi Simpan Pinjam Sekayu.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Koperasi Simpan Pinjam

Berdasarkan Peraturan Menteri. KUKM/No.14/Per/M.KUKM/XII/2009, dijelaskan bahwa Koperasi Simpan Pinjam merupakan lembaga koperasi yang melakukan

kegiatan usaha penghimpunan dan penyaluran dana dari dan untuk anggota, calon anggota, koperasi lain, dan atau anggotanya, yang perlu dikelola secara profesional sesuai dengan prinsip kehati-hatian dan kesehatan Koperasi Simpan Pinjam, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan memberikan manfaat yang sebesar-besarnya kepada anggota dan masyarakat di sekitarnya.

Pengertian Kredit

Menurut Hasibuan (2008: 87), kredit adalah semua jenis pinjaman yang harus dibayar kembali bersama bunganya oleh peminjam sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kredit adalah suatu usaha pemberian prestasi baik berupa barang, jasa, atau uang dari suatu pihak (pemberi kredit) kepada pihak lain (penerima kredit) atas dasar kepercayaan dimana penerima kredit harus mengembalikan kredit yang diberikan pada waktu tertentu yang akan datang disertai dengan suatu kontraprestasi (balas jasa) berupa bunga sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

Prinsip-prinsip Pemberian Kredit

Menurut Kasmir (2014: 94), ada beberapa prinsip-prinsip penilaian kredit yang sering dilakukan yaitu dengan analisis 5C, yang terdiri atas:

1. *Character* (watak)
Suatu keyakinan bahwa, sifat atau watak dari orang-orang yang akan diberikan kredit benar-benar dapat dipercaya, hal ini tercermin dari latar belakang si nasabah baik yang bersifat latar belakang pekerjaan maupun yang bersifat pribadi.
2. *Capacity* (kemampuan)
Untuk melihat kemampuan nasabahnya dalam bidang bisnis yang dihubungkan dengan pendidikannya, kemampuan bisnis juga diukur dengan kemampuannya dalam memahami tentang ketentuan-ketentuan pemerintah.
3. *Capital* (modal)
Untuk melihat penggunaan modal apakah efektif, dilihat laporan keuangan (neraca dan laporan rugi laba) dengan melakukan pengukuran seperti dari segi *likuiditas*, *solvabilitas*, *rentabilitas* dan ukuran lainnya.
4. *Collateral* (jaminan)
Merupakan jaminan yang diberikan calon nasabah baik yang bersifat fisik maupun non fisik.
Merupakan jaminan yang diberikan calon nasabah baik yang bersifat fisik maupun non fisik.
5. *Condition of economy* (kondisi perekonomian)
Dalam menilai kredit hendaknya juga dinilai kondisi ekonomi dan politik sekarang dan dimasa yang akan datang sesuai sektor masing-masing, serta prospek usaha dari sektor yang dijalankan.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima atau dinikmatinya dengan layanan yang baik atau memuaskan. Dengan kata lain, para pelanggan menginginkan mutu layanan yang diberikan adalah baik dan memuaskan. Perusahaan harus memperhatikan mutu dari jasa dan layanan yang diberikan oleh perusahaannya. Dalam hal ini, perusahaan tentunya berupaya untuk

memberikan jasa atau layanan yang baik kepada pelanggannya. Hal ini merupakan upaya perusahaan untuk dapat tampil bedanya perusahaan tersebut dengan para pesaingnya.

Menurut Supranto (2010: 228), kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan suatu yang harus dikerjakan dengan baik, dengan harapan pelanggan akan mendapatkan kepuasan atas produk maupun pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

Berdasarkan definisi para ahli, maka penulis menyimpulkan pendapatnya bahwa kualitas pelayanan adalah suatu pekerjaan yang harus dikerjakan dengan sebaik mungkin untuk memenuhi setiap kebutuhan pelanggan atau konsumen sehingga menciptakan rasa puas bagi pelanggan atau konsumen itu sendiri.

Lupiyoadi (2009: 182), menyatakan terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut:

1. Berwujud (*Tangible*)

Kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa ada kesalahan, sikap simpatik dan dengan akurasi yang tinggi

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Suatu kemauan untuk membantukan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas.

4. Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan sopan santun dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

5. Empati (*Emphaty*)

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Pengertian Kepuasan Konsumen

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari.

Menurut Kotler dan Keller (2008: 177), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Artinya tingkat kepuasan merupakan perbandingan antara kinerja yang diharapkan dengan fakta yang ada.

Menurut Umar (2009: 238), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya, seseorang konsumen yang merasa puas terhadap nilai yang diberikan oleh produk atau jasa kemungkinan besar akan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen

Kotler dan Keller (2008: 38), menerangkan bahwa yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dengan metode:

1. Sistem keluhan dan saran
Adalah usaha perusahaan memberikan kesempatan kepada para pelanggan untuk menyampaikan saran, keluhan dan pendapat lewat media yang disediakan, informasi ini digunakan oleh perusahaan untuk berealisasi lebih cepat dalam menyelesaikan masalah, tetapi ini lebih bersifat positif.
2. Survey kepuasan
Adalah upaya yang dilakukan perusahaan untuk memperoleh tanggapan secara langsung dari pelanggan lewat kegiatan penelitian survey.
3. Belanja simultan
Adalah usaha perusahaan membayar orang-orang yang bertindak sebagai pembeli untuk melaporkan teman-teman mereka tentang kekuatan dan kelemahan yang mereka alami dalam membeli produk perusahaan dan produk bersaing.
4. Analisa kehilangan
Adalah untuk menghubungi pelanggan yang berarti membeli guna mempelajari sebabnya.

Dari keempat metode dalam mengukur kepuasan pelanggan, metode yang digunakan adalah survey kepuasan pelanggan, karena melalui metode ini perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggan.

Faktor Utama dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen

Menurut Juwandi (2008: 37), faktor-faktor yang mendorong kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk, pelanggan akan puas jika setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
2. *Service quality*, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi.
3. Harga, merupakan hal yang paling sensitif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain.
4. *Emotional factor*, pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya *emosional value* yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.
5. Biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau layanan dari perusahaan.

Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

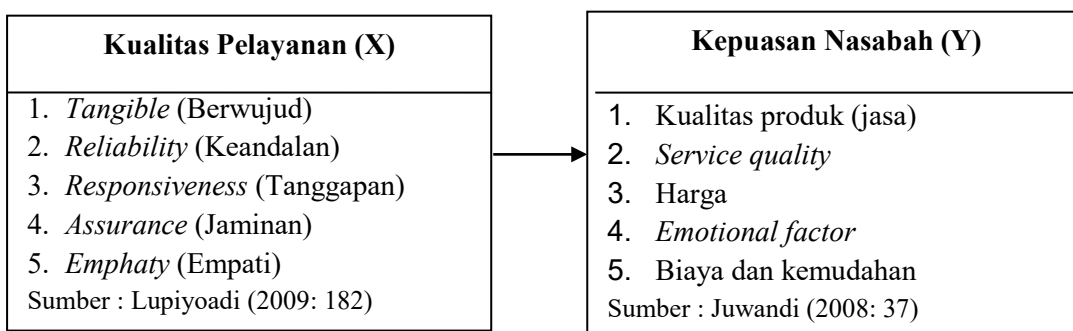
Menurut Supranto (2010: 228), kualitas pelayanan adalah sebuah kata bagi penyedia jasa merupakan suatu yang harus dikerjakan dengan baik. Kotler dan Keller (2009: 7), mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa

seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil/prestasi produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan, artinya pelanggan puas.

Berdasarkan definisi menurut beberapa para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa secara umum pengertian kepuasan atau ketidakpuasan dilihat dari kesesuaian antara harapan pelanggan dengan persepsi, pelayanan yang diterima (kenyataan yang dialami).

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian tersebut, penulis membuat kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Menurut Martono (2010: 57), hipotesis penelitian adalah jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji, atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka. hipotesis penelitian sebagai berikut : Kualitas layanan pemberian kredit berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Karya Abadi Simpan Pinjam Sekayu.

Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

- Kualitas pelayanan (X) adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan suatu yang harus dikerjakan dengan baik dengan harapan pelanggan akan mendapatkan kepuasan atas produk maupun pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. (Supranto (2010: 228)
- Kepuasan konsumen (Y) adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya, seseorang konsumen yang merasa puas terhadap nilai yang diberikan oleh produk atau jasa kemungkinan besar akan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. (Umar (2009: 238).

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Menurut Sanusi (2011: 87), populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah UKM pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Abadi Sekayu.

Sampel adalah sebagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi yang mewakili populasi penelitian. Maholtra (2009: 364), berpendapat untuk menentukan sampel dari

populasi, ditetapkan sesuai dengan jumlah butir pertanyaan yang digunakan dalam penelitian. Menurutnya jumlah sampel (responden) paling sedikit 4 atau 5 kali jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian. Dengan demikian, jumlah butir pertanyaan dikalikan dengan 4 atau 5.

Dalam penelitian ini diketahui jumlah butir pertanyaan sebanyak 16 pertanyaan, maka besar sampelnya sebanyak $16 \times 5 = 80$ sampel. Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 responden.

Metode Pengumpulan Data

Sugiyono (2009: 135), untuk mendapatkan data dan informasi yang dapat mendukung tercapainya tujuan penulis, maka dalam penulisan ini digunakan tiga tahap kegiatan yang dilakukan. Adapun tahap-tahap penelitian ini adalah:

1. Kuesioner (Angket).

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

2. Wawancara (*interview*)

Teknik wawancara ini dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab dengan pihak terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis pada Koperasi Karya Abadi Sekayu.

3. Dokumentasi atau data kepustakaan

yaitu dengan mengumpulkan data yang ada kaitannya dengan penulisan ini dengan cara membaca buku, literatur, tulisan dan lain sebagainya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Pada tahun 1979 didirikan sebuah koperasi dengan nama Koperasi Simpan Pinjam Bina Karya Abadi atau biasa disebut Koperasi Simpan Pinjam Karya Abadi. Pada tanggal 1 September 1994 Koperasi Simpan Pinjam Karya Abadi memperoleh izin Nasional dengan badan hukum dengan nomor: 003404 / BH / XX / 1994. Sejak saat itu hingga kini Koperasi Simpan Pinjam Karya Abadi telah melayani nasabah / calon nasabah di wilayah Sumatera Selatan. Kemudian berkembang lebih baik dan memperluas usahanya dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Kantor pusat Koperasi Karya Abadi berada di Palembang dan telah berkembang menjadi 15 cabang yang tersebar di wilayah Sumatera Selatan. Salah satu cabang koperasi tersebut terletak di Jalan Letnan H. Nur Nomor 107 Rt. 03 Rw. 01 Lk. VI Kecamatan Sekayu Kabupaten Musi Banyuasin. Lokasi ini didukung keadaan geografis yang dikelilingi rumah penduduk. Keadaan tersebut merupakan keadaan yang strategis untuk mengembangkan keberlangsungan usaha pengkreditan ini kepada nasabah.

Gambaran Umum Responden

Tabel 1.
Karakteristik Responden

	Keterangan	Jumlah Responden	Persentase
Usia	21-29 tahun	40	50,0%

	30-39 tahun	32	40,0%
	40-49 tahun	6	7,5%
	50-60 tahun	2	2,5%
Jenis kelamin	Pria	27	33,8%
	Wanita	53	66,2%
Pekerjaan	Pegawai/Karyawan Pegawai	17	21,2%
	Swasta	13	16,2%
	Mahasiswa/Pelajar	14	17,5%
	Lain-lain	36	45,0%
Tingkat pendidikan	SD	4	5,0%
	SMP	15	18,8%
	SMA	37	46,2%
	S1	24	30,0%

Uji Instrumen Data

Uji Validitas

Suatu instrumen pengumpulan data dikatakan valid bila mampu mengungkap data atau informasi dari suatu variabel yang diteliti secara tepat dan mampu mengukur apa yang diinginkan atas penelitian tersebut. Tinggi rendahnya koefisien validitas menggambarkan kemampuan mengungkap data atau informasi dari variabel tersebut. Teknik pengujiannya menggunakan teknik korelasi *product moment* dan *pearson* dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%. Caranya dengan mengkorelasikan antara skor *items* pertanyaan dengan skor total dengan menggunakan bantuan melalui program SPSS versi 15.0. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika nilai r hitung $\geq r$ tabel dan bernilai positif maka pertanyaan (indikator) tersebut dikatakan valid.

Tabel 2.
Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X)

No. Butir	Pearson Correlation	Sig. (2 Tailed)	r-tabel	Keterangan
X1	0,613	0,000	0,217	Valid
X2	0,656	0,000	0,217	Valid
X3	0,609	0,000	0,217	Valid
X4	0,518	0,000	0,217	Valid
X5	0,399	0,000	0,217	Valid
X6	0,364	0,000	0,217	Valid
X7	0,530	0,000	0,217	Valid
X8	0,476	0,000	0,217	Valid
X9	0,496	0,000	0,217	Valid
X10	0,638	0,000	0,217	Valid
X11	0,626	0,000	0,217	Valid

Sumber : Data (diolah) SPSS

Berdasarkan hasil uji validitas untuk 11 pertanyaan yang berhubungan dengan kualitas layanan (X), semua pertanyaan valid karena memiliki nilai (2-tailed) lebih kecil dari nilai r tabel (0,217). Jadi, kesebelas pertanyaan dinyatakan valid dan signifikan untuk penelitian selanjutnya.

Tabel 3.
Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

No. Butir	Pearson Correlation	Sig.(2 Tailed)	r-tabel	Keterangan
Y1	0,687	0,000	0,217	Valid
Y2	0,707	0,000	0,217	Valid
Y3	0,577	0,000	0,217	Valid
Y4	0,690	0,000	0,217	Valid
Y5	0,648	0,000	0,217	Valid

Sumber : Data (Diolah) SPSS

Berdasarkan hasil uji validitas untuk 5 pertanyaan yang berhubungan dengan Kepuasan Nasabah (Y), semua pertanyaan valid karena memiliki nilai (2-tailed) lebih kecil dari nilai r tabel (0,217). Jadi kelima pertanyaan dinyatakan valid dan signifikan untuk penelitian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui reliabilitas data yang diperoleh, dilihat dari nilai *Cronbach Alpha* setiap variabel yang dibandingkan dengan nilai koefisien yang telah ditetapkan. Dari hasil pengolahan data primer dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 15.0.

Tabel 4.
Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Layanan (X)	0,749	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,676	Reliabel

Sumber : Data (Diolah) SPSS

Dari hasil pengolahan data, didapat *Cronbach's Alpha* masing-masing 0,749 untuk variabel kualitas layanan (X), 0,676 untuk variabel kepuasan nasabah (Y). Hal tersebut menandakan bahwa semua variabel utama pada kuesioner adalah reliabel atau dapat diandalkan karena memiliki nilai koefisien reliabilitas sebesar 0.60 atau lebih sehingga instrumen penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 5.
Koefisien Regresi Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,745	1,574		3,014	,003
Kualitas Layanan	,357	,037	,742	9,776	,000

a. Dependent Variable : Kepuasan Nasabah

Sumber : Data (diolah) SPSS

Analisis regresi linier sederhana digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh variabel kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier sederhana yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer *SPSS For Windows Release 15,0*. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini:

Berdasarkan tabel 5. diatas maka didapat persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = 4,745 + 0,357X$$

Interpretasi dari persamaan regresi sederhana mengenai pengaruh variabel independen yaitu kualitas layanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 4,745 menunjukkan bahwa jika kualitas layanan dianggap tidak ada (nol) maka kepuasan nasabah sebesar 4,745.
2. Nilai koefisien variabel kualitas layanan (X) sebesar 0,357 berarti bahwa jika variabel kualitas layanan meningkat sebesar satuan skor maka variabel kepuasan nasabah (Y) juga meningkat sebesar 0,357 satuan skor, dengan asumsi variabel kualitas layanan konstan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh terhadap kualitas layanan. Hal ini dapat dilihat dari persamaan hasil regresi sebagai berikut : $Y = 4,745 + 0,357X$. Artinya, kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan nasabah. Dapat dikatakan bahwa semakin tinggi pengaruh kepuasan nasabah, maka semakin tinggi pula kualitas layanan. Sebaliknya semakin rendah kualitas layanan, maka semakin rendah pula kepuasan nasabah.

Uji Hipotesis (Uji t)

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} adalah 9,776 sedangkan t_{tabel} 1.990 dengan tingkat signifikansi 0,000, oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $9,776 > 1,990$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Karya Abadi Simpan Pinjam Sekayu.

Implementasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkanlah hasil bahwa koefisien regresi kualitas layanan sebesar 0,357, dapat dilihat dari persamaan hasil regresi sebagai berikut : $Y = 4,745 + 0,357X$. Artinya, kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan nasabah. Dapat dikatakan bahwa semakin tinggi pengaruh kepuasan nasabah, maka semakin tinggi pula kualitas layanan. Sebaliknya semakin rendah kualitas layanan, maka semakin rendah pula kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah terhadap suatu jasa ditentukan oleh tingkat harapan nasabah sebelum menggunakan jasa, dibandingkan dengan hasil persepsi nasabah terhadap jasa tersebut setelah merasakan pelayanan tersebut.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji validitas dapat disimpulkan bahwa ada 16 pertanyaan yang lulus uji validitas yang terdiri dari 11 pertanyaan berhubungan dengan kualitas layanan dan 5 pertanyaan yang berhubungan dengan kepuasan nasabah.
2. Dari hasil uji reabilitas untuk instrumen kualitas layanan dan kepuasan nasabah dapat disimpulkan bahwa kedua instrumen tersebut reliabel dengan nilai *Cronbach's Alpha* yaitu 0,749 untuk kualitas layanan dan 0,676 untuk kepuasan nasabah.
3. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa jika kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dilihat dari persamaan hasil regresi sebagai berikut: $Y = 4,745 + 0,357X$. Artinya, kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan nasabah. Dapat dikatakan bahwa semakin tinggi pengaruh kualitas layanan, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Sebaliknya, semakin rendah kualitas layanan, maka semakin rendah pula kepuasan nasabah.
4. Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa nilai t_{hitung} adalah 9,776 sedangkan t_{tabel} 1,990, karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $9,776 > 1,990$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Karya Abadi Simpan Pinjam Sekayu.

Saran

Berdasarkan simpulan diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut kepada Koperasi Karya Abadi Simpan Pinjam Sekayu agar nasabah bisa merasa puas dengan setiap kebijakan layanan yang diberikan:

Koperasi Karya Abadi Simpan Pinjam Sekayu perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan dalam memberikan kredit kepada nasabah agar nasabah dapat merasakan kenyamanan dan kepuasan dalam mengambil kredit pada Koperasi Karya Abadi Simpan Pinjam Sekayu.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasibuan, SP. Malayu. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Juwandi, Hendy Irawan. 2008. *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Jakarta: Erlangga.
- Kasmir. 2014. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Revisi: Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- , 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maholtra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran (Jilid 2)*. Jakarta: Indeks.
- Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 09 Tahun 1995 tentang Pelaksanaan Usaha Simpan Pinjam oleh Koperasi.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Koperasi.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2009 tentang Koperasi.

- Ratmino. 2011. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiarto. 2010. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto. J. 2010. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Umar, Husein. 2009. *Motodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran*. Jakarta: Gramedia
- Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Koperasi.
- Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2012 tentang Koperasi.