

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA PRIMER KOPERASI KEPOLISIAN POSO

Sudarto Usuli¹

¹Program Studi Manajemen, Universitas Sintang Maroso

Email : sudarto@unsimar.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel keandalan, koresponsifan, keyakinan, empati, dan berwujud, terhadap kepuasan anggota Primer Koperasi Kepolisian Poso. Penelitian ini dilaksanakan di Primer Koperasi Kepolisian Poso. Sampel Penelitian yaitu 30 orang pelanggan. Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data dikumpulkan melalui, wawancara, dokumen, dan kuisioner dengan menggunakan daftar pertanyaan, data tersebut dianalisis dengan menggunakan Regresi Linear Berganda.

Hasil penelitian Dari ke lima variabel penelitian (Kualitas Pelayanan) Variabel Kualitas Pelayanan dari kelima variabel penelitian. Hasil Uji t (Parsial) tidak berpengaruh signifikan dua variabel (ketanggapan dan kehandalan) sedangkan yang berpengaruh signifikan tiga variabel (empati, jaminan dan bukti fisik) terhadap Kepuasan Anggota pada Primer Koperasi Kepolisian Poso. Kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dilakukan dengan menggunakan besaran angka *R square*. Hasil *R square* diperoleh sebesar 0,536. Angka ini menunjukkan bahwa kontribusi semua variabel bebas yaitu sebesar 53,6 % dan 46,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Hasil analisis regresi berganda diperoleh nilai R sebesar 0,732. Kualitas pelayanan mempunyai korelasi Kuat karena berada diantara (0,60 – 0,799).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Anggota Primer dan Koperasi

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kepuasan anggota koperasi senantiasa menjadi fokus dari setiap kegiatan usaha koperasi primer Polres Poso. Kepuasan anggota merupakan evaluasi setelah pembelian di manaapa yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melebihi harapan anggota. Persaingan yang semakin ketat menyebabkan setiap perusahaan saling bersaing dalam memberikan kepuasan kepada anggota koperasi. Tujuan utama koperasi adalah untuk memuaskan anggotanya. Sehingga keberhasilan koperasi ditentukan oleh kepuasan yang diberikan kepada anggotanya

Koperasi sebagai unit usaha sudah selayaknya memperhatikan pada anggotanya. 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.

Koperasi Primer Kepoliasian Poso beralamatkan di Jalan Pulau.Sumatra No.24 Kecamatan Poso Kota, Kabupaten Poso.Koperasi Primer POLRES Poso merupakan suatu usaha bisnis yang berbentuk Koperasi yang berada dibawah naungan Polres Poso.Koperasi ini sebagai usaha bersama dalam membantu sesama bagi anggota yaitu anggota POLRES Poso. Selanjutnya bahwa struktur organisasi koperasi primer ini terdiri dari: Rapat Anggota, Badan Pengawas, Pembina Teknis, Pembina Fungsi, Pengurus, Tata Usaha, Unit Simpan Pinjam, Unit Waserda, Unit Foto Copy dan Unit Perlengkapan.

Dalam persaingan mendapatkan konsumen, perusahaan-perusahaan secara berangsur-angsur manitikberatkan pada kualitas layanan yang diberikan dan tingkat kepuasan konsumen. Strategi tersebut sangat menguntungkan perusahaan dan konsumen. Peningkatan kualitas layanan yang disediakan dapat menarik para konsumen lebih banyak. Sehingga dari hal tersebut, dibutuhkan peningkatan dari teknik untuk analisis tingkat kepuasan konsumen. Teknik-teknik tersebut membuat aspek-aspek penting dari layanan yang disediakan dapat diidentifikasi dan kepuasan konsumen dapat ditingkatkan (Cuomo, 2000 dalam Eboli dan Mazzula, 2007:2) Upaya peningkatan kualitas pelayanan pada umumnya difokuskan dalam pengukuran *reliability*, *responsitiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* (Andreani, 2007:59).

Dari latar belakang dan uraian di atas, maka dalam penelitian ini mengambil judul **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA PRIMER KOPERASI KEPOLISIAN POSO"**.

B. Rumusan Masalah

Masalah pokok dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:
Bagaimana pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Primer Koperasi Kepoliasian Poso.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Manajemen

Istilah Manajemen dalam bahasa latin "*Managiare*" yaitu "*Manus*" berarti tangan dan agree yang berarti melaksanakan. Sedangkan dalam bahasa inggris "*to manage*" yang berarti mengurus/membimbing/mengawasi. Pengertian manajemen, sampai saat ini belum ada kesepakatan yang universal dari para ahli. Definisi umum dari manajemen adalah merupakan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengawasan dan evaluasi terhadap sumber daya yang dimiliki oleh organisasi. Menurut Hasibuan, (2008:9) menyatakan bahwa : "Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu.

Manajemen ini terdiri men, money, method, materials, machis, dan market" Menurut Samsudin, (2006) menyatakan bahwa : "Manajemen didefinisikan sebagai bekerja dengan orang-orang untuk mencapai tujuan organisasi dengan pelaksanaan fungsi-fungsi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penyusunan personalia atau kepegawaian (*staffing*), pengarahan dan kepemimpinan (*leading*), dan pengawasan (*controlling*)". Menurut P. Siagian, (2001) menyatakan bahwa : "Manajemen adalah kemampuan atau keterampilan untuk memperoleh suatu hasil

dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain” Menurut G.R. Terry dalam Samsuddin(2006;17) menyatakan bahwa :Manajemen adalah suatu proses yang khas, yang terdiri dari tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumberdaya manusia dan sumber-sumberdaya lainnya.

Dari beberapa pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah kemampuan atau keterampilan untuk memperoleh suatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan organisasi yang telah ditentukan sebelumnya dengan menggunakan orang lain. Selanjutnya bahwa manajemen adalah suatu proses kegiatan untuk menggerakkan dan mengendalikan suatu usaha kerjasama dengan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

B. Konsep Manajemen Pemasaran

Pemasaran pada dasarnya merupakan kegiatan usaha yang diperlukan untuk mengakibatkan terjadinya pemindahan pemilikan barang atau jasa dan untuk menyelenggarakan distribusi fisiknya sejak dari produsen awal sampai konsumen akhir (Sigit, 2002). Konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen atau berorientasi pada konsumen (*consumer oriented*). Hal ini berbeda dengan pandangan yang terdahulu bahwa pemasaran berorientasi kepada produk, penjualan, dan keuangan perusahaan (Swasta dan Handoko, 2000). Seseorang dalam kehidupannya akan dipacu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya berdasarkan skala prioritas dan kebutuhan tersebut berupa barang primer maupun barang sekunder.

C. Konsep Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Istilah pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani. Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia, Sinambela (2010:3). Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung, Moenir (2006:16-17). Membicarakan pelayanan berarti membicarakan suatu proses kegiatan yang konotasinya lebih kepada hal yang abstrak (*Intangible*). Pelayanan adalah merupakan suatu proses, proses tersebut menghasilkan suatu produk yang berupa pelayanan, yang kemudian diberikan kepada pelanggan. Beberapa pakar yang memberikan pengertian mengenai pelayanan diantaranya adalah Harbani Pasolong, (2007:128). Harbani Pasolong (2007:4), pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktivitas seseorang, sekelompok dan/atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan

Menurut Kotler dalam Sampara Lukman (2000:8) mengemukakan, pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik. Selanjutnya Sampara Lukman (2000:5) pelayanan merupakan suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Sedangkan definisi yang lebih rinci diberikan oleh Gronroos dalam Ratminto (2005:2) yaitu pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hak lain yang disediakan

oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

b. Pengertian Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas pelayanan terpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Wyckof yang di kutip Arif (2007:118).” Menyatakan bahwa kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang di harapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.”

Arif (2007:118) mengatakan ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa/pelayanan yaitu *expected service* dan *perceived service* apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang di harapkan maka kualitas jasa dipersepsikan baik atau memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas dipersepsikan ideal. Menurut Rangkuti (2006:79) definisikualitas pelayanan adalah penyampaian jasa yang akan melebihi tingkat kepentingan pelanggan. Menurut Tjiptono (2007:47), kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Irawan (2005 : 58) mengemukakan bahwa ada 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu: *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy*. Kelima dimensi kualitas pelayanan dapat diuraikan satu persatu sebagai berikut:

1. Bukti Fisik (*Tangible*)

Bukti fisik adalah merupakan suatu *service* yang bisa dilihat, bisa dicium dan bisa dirabah, maka aspek *tangible* menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indra penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan.

Tangible yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat yang bersamaan aspek *tangible* ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan. Karena *tangible* yang baik, maka harapan responden menjadi lebih tinggi.

2. Keandalan (*Reliability*)

Reliability yaitu dimensi yang mengukur keandalan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya. Dibandingkan dengan 4 dimensi kualitas pelayanan lainnya, yaitu *responsiveness, assurance, empathy* dan *tangible*, dimensi ini sering dipersepsikan paling penting bagi pelanggan dari berbagai industri jasa. Ada dua aspek dari dimensi ini. Pertama adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan. Kedua adalah seberapa jauh suatu perusahaan mampu memberikan pelayanan yang akurat atau tidak ada *error*.

3. Tanggapan (*Responsiveness*)

Responsiveness adalah dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis. Harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan hampir dapat dipastikan akan berubah dengan kecenderungan naik dari waktu ke waktu.

4. Jaminan (*Assurance*)

Assurance yaitu dimensi kualitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku *front-line* staf dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggannya. Berdasarkan banyak riset yang dilakukan, ada 4 aspek dari dimensi ini, yaitu keramahan, kompetensi, kredibilitas dan keamanan.

5. Empati (*Empathy*)

Empati adalah dimensi kelima dari kualitas pelayanan. Secara umum, dimensi ini memegang dipersepsi kurang penting dibandingkan dimensi *reliability* dan *responsiveness* di mata kebanyakan pelanggan.

3. Pengertian Kepuasan Konsumen

Pentingnya kepuasan konsumen berkaitan dengan persaingan yang makin ketat, serta tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan. Khusus alasan yang terakhir, keuntungan, memang tidak selalu ditentukan oleh faktor kepuasan konsumen, tetapi juga oleh kepercayaan dan kesetiaan konsumen terhadap suatu produk dan perusahaan. Beberapa faktor itu jelas saling mempengaruhi karena di tengah ketatnya persaingan, kesetiaan konsumen menjadi hal yang sangat sulit dipertahankan. Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian Rangkuti (2002:30). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Tjiptono (2005 : 349) mengemukakan bahwa : "Kepuasan konsumen adalah tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa."

Sumarwan (2003 : 322) mengemukakan bahwa : "Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha, hal ini dikarenakan dengan memuaskan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan pendapatan (profit) dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Kotler (2005: 23), menyatakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara yang diharapkan pelanggan (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam usaha memenuhi harapan pelanggan.

METODE PENJUALAN

A. Sifat Penelitian

Berdasarkan sifat masalahnya maka penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yaitu melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota koperasi menggunakan daftar pertanyaan, dengan harapan melalui pertanyaan peneliti mendapatkan data yang dibutuhkan untuk dianalisis.

B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah Seluruh anggota koperasi primer kepolisian poso. Dan sampel adalah sebagian dari jumlah anggota koperasi yang diambil secara acak untuk menjadi responden dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode proporsional *Stratified Random sampling* (sampel acak berstrata proporsional). Sebanyak 30 orang anggota koperasi.

C. Teknik Analisis Data

Dari hasil penelitian yang dikumpulkan, maka selanjutnya akan di analisis dengan menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggotaprimmer Koperasi Kepolisian Poso dengan Analisis regresi linier berganda menggunakan rumus persamaan seperti yang dikutip dalam Sugiyono (2007), yakni:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana:

- Y = Kepuasan anggota
- a = Konstanta
- b_1, b_2 = Koefisien regresi
- X_1 = *Tangible*
- X_2 = *Responsive*
- X_3 = *Reliability*
- X_4 = *Assurance*
- X_5 = *Emphaty*
- e = error

PEMBAHASAN

Untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan yang di berikan oleh Primer Koperasi Kepolisian Poso terhadap kepuasan anggota, maka perlu dilaksanakan analisis dari data yang telah dikumpulkan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda

a. Hasil Uji Regresi Berganda

Analisis regresi dilakukan untuk mengetahui tingkat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan anggota pada Primer Koperasi Poso secara simultan maupun parsial, Hasil pengujian disajikan dalam rekapitulasi hasil analisis Regresi Berganda berikut ini :

Tabel Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi berganda

Variabel	Koefisien Regresi (B)	T	Sig
Bukti fisik (X_1)	.070	0.070	0, .024
Ketanggapan (X_2)	.592	0,165	0, .274
Kehandalan (X_3)	,010	0,007	0, .965
Jaminan (X_4)	.716	0,735	0, .001
Empati (X_5)	,422	0.307	0, .042
Konstanta = 16,788			
R = 0,732			
R square = 0,536			
Adjusted R Square = 0,439			
F hitung = 5, 545			
Signifikansi F = 0, .002			

Sumber : Output Analisis Regresi Berganda

Dari hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 16,788 + 0,070X_1 + 0,592X_2 + 0,010X_3 + 0,716X_4 + 0,422X_5$$

Konstanta sebesar 16,788 menyatakan bahwa jika tidak ada faktor Bukti fisik (X_1) Ketanggapan (X_2), Kehandalan (X_3), Jaminan (X_4) dan Empati (X_5) maka kepuasan pelanggan adalah sebesar 16,788. Koefisien Bukti fisik (X_1) sebesar 0,070 menyatakan bahwa apabila faktor bukti fisik ditingkatkan dengan asumsi variabel lain di luar bukti fisik tetap, maka variabel dependen (Y) yang diukur mengalami peningkatan sebesar 7%. Koefisien Ketanggapan (X_2) sebesar 0,592 menyatakan bahwa apabila faktor ketanggapan ditingkatkan dengan asumsi variabel lain diluar ketanggapan tetap, maka variabel Dependen (Y) yang diukur mengalami peningkatan sebesar 59,2%. Koefisien Kehandalan (X_3) sebesar 0,010 menyatakan bahwa apabila faktor kehandalan ditingkatkan dengan asumsi variabel lain diluar variabel kehandalan tetap, maka variabel dependen (Y) yang diukur mengalami peningkatan sebesar 1%. Koefisien Jaminan (X_4) sebesar 0,716 menyatakan bahwa apabila faktor Jaminan ditingkatkan dengan asumsi variabel lain diluar variabel kehandalan tetap, maka variabel dependen (Y) yang diukur mengalami peningkatan sebesar 71,6%. Koefisien Empati (X_5) sebesar 0,422 menyatakan bahwa apabila faktor Empati ditingkatkan dengan asumsi variabel lain diluar variabel kehandalan tetap, maka variabel dependen (Y) yang diukur mengalami peningkatan sebesar 42,2%.

Dari persamaan regresi diatas dapat disimpulkan bahwa dari kelima variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5) yang dianalisis, semua variabel memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan anggota Primer Koperasi Kepolisian Poso.

a. Pengaruh Secara Simultan (Uji F)

Hasil analisis regresi berganda : variabel Bukti fisik (X_1) Ketanggapan (X_2), Kehandalan (X_3), Jaminan (X_4) dan Empati (X_5) terhadap Kepuasan anggota (Y) Menunjukkan hasil nilai F_{hitung} adalah sebesar 5.545 dengan Signifikansi F sebesar 0.002 atau lebih kecil dari α 0,05 ($0,002 < \alpha$ 0,05), Hasil ini menyatakan bahwa secara simultan semua Variabel Bebas yaitu variabel Bukti fisik (X_1) Ketanggapan (X_2) Kehandalan (X_3) Jaminan (X_4) dan Empati (X_5) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Anggota (Y).

b. Pengaruh Secara Parsial (Uji t)

Berdasarkan uji t (parsial) melalui analisis regresi linier berganda, diperoleh hasil Variabel Bebas yaitu Bukti fisik (X_1) Ketanggapan (X_2) Kehandalan (X_3) Jaminan (X_4) dan Empati (X_5) terhadap variabel Kepuasan anggota (Y) secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Bukti fisik (X_1)

Analisis Regresi menunjukkan koefisien Regresi (B) sebesar 0,188 setiap penambahan atau pengurangan satu satuan bukti fisik (X_1), maka akan menambah atau mengurangi Kepuasan Anggota. Hasil uji t menunjukkan nilai probabilitas ($\text{sig } t$) = 0,024 lebih kecil dari α 0,05 ($\text{sig } t > \alpha$) artinya variabel bukti fisik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota (Y).

2) Ketanggapan (X_2)

Analisis Regresi menunjukkan koefisien Regresi (B) sebesar 0,165 % setiap penambahan atau pengurangan satu satuan Ketanggapan (X_2), maka akan menambah atau mengurangi Kepuasan anggota. Hasil uji t menunjukkan nilai probabilitas ($\text{sig } t$) = 0,274 lebih kecil dari α 0,05 ($\text{sig } t > \alpha$) artinya variabel ketanggapan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota (Y).

3) Kehandalan (X_3)

Analisis Regresi menunjukkan koefisien Regresi (B) sebesar 0,007 setiap penambahan atau pengurangan satu satuan Kehandalan (X_3), maka akan menambah atau mengurangi Kepuasan Anggota. Hasil uji t menunjukkan nilai probabilitas ($\text{sig } t$) = 0,965 lebih besar dari 0,05 ($\text{sig } t > \alpha$) artinya variabel kehandalan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota (Y).

4) Jaminan (X_4)

Analisis Regresi menunjukkan koefisien Regresi (B) sebesar, 0,075% setiap penambahan atau pengurangan satu satuan Jaminan (X_4), maka akan menambah atau mengurangi Kepuasan anggota. Hasil uji t menunjukkan nilai probabilitas ($\text{sig } t$) = 0,001 lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig } t < \alpha$) artinya variabel Jaminan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota (Y).

5) Empati (X_5)

Analisis Regresi menunjukkan koefisien Regresi (B) sebesar 0,303% setiap penambahan atau pengurangan satu satuan Empati (X_5), maka akan menambah atau mengurangi Kepuasan anggota. Hasil uji t menunjukkan nilai probabilitas ($\text{sig } t$) = 0,042 lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig } t < \alpha$) artinya variabel Empati secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota (Y).

Kesimpulan dari ke lima variabel penelitian (Kualitas Pelayanan) menunjukkan bahwa hasil Uji t (Parsial) tidak berpengaruh signifikan dua variabel (jaminan dan kehandalan) sedangkan yang berpengaruh signifikan tiga variabel (empati, ketanggapan dan bukti fisik) terhadap Kepuasan Anggota pada Primer Koperasi Kepolisian Poso.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dilakukan dengan menggunakan besaran angka R square. Hasil R square diperoleh sebesar 0,536. Angka ini menunjukkan bahwa kontribusi semua variabel bebas yaitu variabel Bukti fisik (X_1) Ketanggapan (X_2) Kehandalan (X_3) Jaminan (X_4) dan Empati (X_5) terhadap variabel Kepuasan Anggota (Y) sebesar 53,6 % dan sisanya 46,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

c. Koefisien Korelasi (R)

Hasil analisis regresi berganda diperoleh nilai R sebesar 0,732. Hasil ini menunjukkan bahwa semua variabel bebas yaitu variabel Bukti fisik (X_1) Ketanggapan (X_2) Kehandalan (X_3) Jaminan (X_4) dan Empati (X_5) mempunyai keeratan hubungan dengan variabel Kepuasan anggota (Y) sebesar 36,0. Untuk koefisien korelasi (multiple r) sebesar 0,360 diartikan bahwa hubungan (korelasi) variabel independen Kualitas pelayanan (X) terhadap variabel dependen Kepuasan Anggota (Y) adalah sebesar 73,2% . hal tersebut menunjukkan bahwa korelasi variabel independen terhadap variabel dependen mempunyai korelasi Kuat karena berada diantara (0,60 – 0,799).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

- a. Variabel Kualitas Pelayanan dari ke lima variabel penelitian (Kualitas Pelayanan) menunjukkan bahwa hasil Uji t (Parsial) tidak berpengaruh signifikan dua variabel (jaminan dan kehandalan) sedangkan yang berpengaruh signifikan tiga

- variabel (empati, ketanggapan dan bukti fisik) terhadap Kepuasan Anggota pada Primer Koperasi Kepolisian Poso.
- b. Kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dilakukan dengan menggunakan besaran angka *R square*. Hasil *R square* diperoleh sebesar 0,536. Angka ini menunjukkan bahwa kontribusi semua variabel bebas yaitu variabel Bukti fisik (X_1) Ketanggapan (X_2) Keandalan (X_3) Jaminan (X_4) dan Empati (X_5) terhadap variabel Kepuasan Anggota (Y) sebesar 53,6 % dan sisanya 46,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.
 - c. Hasil analisis regresi berganda diperoleh nilai R sebesar 0,732. Kualitas pelayanan mempunyai keeratan hubungan dengan variabel Kepuasan anggota (Y) sebesar 73,2% . hal tersebut menunjukkan bahwa korelasi variabel independen terhadap variabel dependen mempunyai korelasi Kuat karena berada diantara (0,60 – 0,799).

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofyan. 2002. *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Angel, dkk, 2001, *Strategi Pemasaran*, Penerbit Liberty, Jakarta.
- Kotler Philip, 2001. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Dua Belas. PT. Indeks. Jakarta.
- _____. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Dua Belas. PT. Indeks. Jakarta
- _____. 2005. *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ke empat) Jilid I, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- _____. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Dua Belas. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler dan Armstrong, 2002. *Konsep Kepuasan*. Edisi Dua Belas. PT. Indeks. Jakarta.
- Love lock, 2005, *Service Marketing, Technology, People, Strategy*, Edisi Kedua, USA, and Prentice Hall International.
- Nasution, Nur M, 2004, *Manajemen Transportasi*. Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta
- Salim, Abbas, 2003. *Manajemen Transportasi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Swastha Basu dan Irawan 2001, *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan Jaka Wasana, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- _____. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- _____. 2005. *Manajemen pemasaran*. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian* (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D). Bandung: Alfabeta.
- _____. 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. CV. Alfabeta: Bandung
- Tjiptono. 2006. *Konsep Pelayanan*, (Edisi Ke empat) Jilid I, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- _____. 2000. *Konsep Jasa*, Edisi Kedua. Andi Offset. Yogyakarta
- Miro. 2002. *Pengertian Transportasi*. Indologistics. Jakarta