

**PENGARUH LIMA DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI SUSU WARGA MULYA
PURWOBINANGUN PAKEM SLEMAN**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan**



**Disusun Oleh
Donny Syahbana
10404244005**

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2016**

**PENGARUH LIMA DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI SUSU WARGA MULYA
PURWOBINANGUN PAKEM SLEMAN**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan**



**Disusun Oleh
Donny Syahbana
10404244005**

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2016**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH LIMA DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI SUSU WARGA MULYA PURWOBINANGUN PAKEM SLEMAN

Disusun oleh:

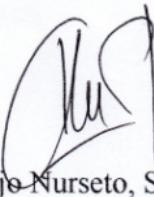
Donny Syahbana

10404244005

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diujikan dan dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

Yogyakarta, 24 Juni 2016

Dosen Pembimbing



Tejo Nurseto, S.Pd., M.Pd.
NIP. 197403242001121001

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH LIMA DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI SUSU WARGA MULYA PURWOBINANGUN PAKEM SLEMAN

Disusun oleh:

Donny Syahbana

10404244005

Telah dipertahankan didepan TIM Penguji pada Tanggal 1 Juli 2016 dan
dinyatakan LULUS

TIM PENGUJI

Nama

Dra. Barkah Lestari, M.Pd

Tejo Nurseto,S.Pd, M.Pd.

Mustofa, S.Pd, M.Sc.

Kedudukan

Ketua Penguji

Sekretaris

Penguji Utama

Tanda Tangan

Tanggal

21/7/2016

21/7/2016

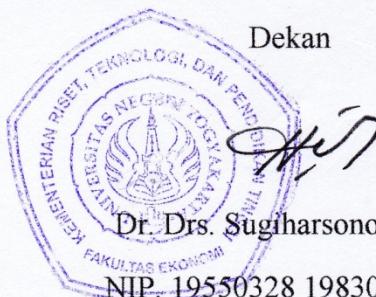
20/7/2016

Yogyakarta, 21 Juli 2016

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan



Dr. Drs. Sugiharsono, M.Si.

NIP. 19550328 198303 1 002

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

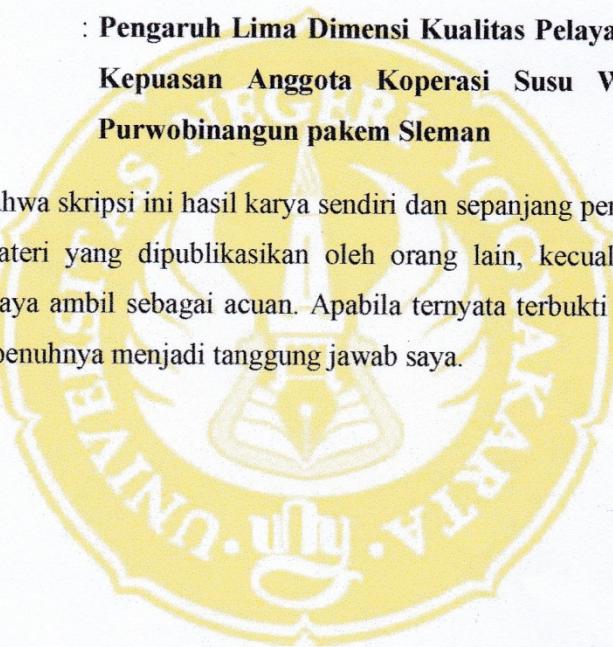
Nama : Donny Syahbana

NIM : 10404244005

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Judul Skripsi : **Pengaruh Lima Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap
Kepuasan Anggota Koperasi Susu Warga Mulya
Purwobinangun pakem Sleman**

Menyatakan bahwa skripsi ini hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya tidak berisi materi yang dipublikasikan oleh orang lain, kecuali pada bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan. Apabila ternyata terbukti pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.



Yogyakarta, 20 Juni 2016

Penulis

Donny Syahbana

10404244005

MOTTO dan PERSEMBAHAN

MOTTO

“Jadilah berguna untuk dirimu sendiri, orang tuamu, dan juga orang-orang yang ada di sekitarmu”

“Tuhan tidak akan melewatkkan kebahagiaan orang-orang baik”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persesembahkan untuk:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Ayah dan Ibu yang selalu mendoakan dan memberi dukungan moril serta materil hingga saya bisa melangkah sejauh ini.
3. Paman yang memberi kesempatan dan dukungan sepenuhnya terhadap pendidikan saya.
4. Dan setiap orang yang telah membantu dan menemani dalam segala hal selama saya di Jogja.

**PENGARUH LIMA DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI SUSU WARGA MULYA
PURWOBINANGUN PAKEM SLEMAN**

Oleh
Donny Syahbana
10404244005

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh keandalan terhadap kepuasan anggota, (2) pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan anggota, (3) pengaruh jaminan terhadap kepuasan anggota, (4) pengaruh empati terhadap kepuasan anggota, (5) pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan anggota (6) pengaruh keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan anggota.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Lokasi penelitian adalah Koperasi Susu Warga Mulya Purwobinangun Pakem Sleman. Populasi dalam penelitian ini adalah 1.290 anggota. Sampel penelitian menggunakan persamaan Yamane yaitu 92,81 dibulatkan menjadi 100. Teknik pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner tertutup dengan alternatif jawaban menggunakan skala likert. Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan uji F dan uji t.

Hasil dari penelitian ini adalah: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan dimensi keandalan terhadap kepuasan anggota koperasi, dengan t hitung $3,959 > t$ tabel $1,985$, signifikansi $0,000 < 0,05$, (2) tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan dimensi daya tanggap terhadap kepuasan anggota koperasi, dengan t hitung $-1,545 < t$ tabel $1,985$, signifikansi $0,126 > 0,05$, (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan dimensi jaminan terhadap kepuasan anggota koperasi, dengan t hitung $2,019 > t$ tabel $1,985$, signifikansi $0,046 < 0,05$, (4) tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan dimensi empati terhadap kepuasan anggota koperasi, dengan t hitung $0,012 < t$ tabel $1,985$, signifikansi $0,991 > 0,05$ (5) terdapat pengaruh positif dan signifikan dimensi bukti fisik terhadap kepuasan anggota koperasi, dengan t hitung $2,416 > t$ tabel $1,985$, signifikansi $0,018 < 0,05$, (6) terdapat pengaruh positif dan signifikan dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan anggota koperasi, dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, koefisien determinasi (R^2) $0,468$ atau $46,8\%$.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Anggota

**THE EFFECTS OF FIVE DIMENSIONS OF SERVICE QUALITY ON THE
SATISFACTION OF MEMBERS OF WARGA MULYA MILK
COOPERATIVE OF PURWOBINANGUN PAKEM SLEMAN**

By
Donny Syahbana
10404244005

ABSTRACT

This study aims to investigate: (1) the effect of reliability on members' satisfaction, (2) the effect of responsiveness on members' satisfaction, (3) the effect of assurance on members' satisfaction, (4) the effect of empathy on members' satisfaction, (5) the effect of tangibles on members' satisfaction, and (6) the effects of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles on members' satisfaction.

This was a quantitative study. The research setting was Warga Mulya Milk Cooperative of Purwobinangun, Pakem, Sleman. The research population comprised 1.290 members. The research sample was selected using Yamane equation, resulting in 92.81 rounded to 100. The data collecting technique was a closed questionnaire with answer alternatives using the Likert Scale. The analysis technique was multiple linear regression analysis using F-test and t-test.

The results of the study are as follows. (1) There is a significant positive effect of the reliability dimension on the cooperative members' satisfaction, with $t_{observed}=3.959 > t_{table}=1.985$ and a significance of $0.000 < 0.05$. (2) There is no significant positive effect of the responsiveness dimension on the cooperative members' satisfaction, with $t_{observed}=-1.545 < t_{table}=1.985$ and a significance of $0.126 > 0.005$. (3) There is a significant positive effect of the assurance dimension on the cooperative members' satisfaction, with $t_{observed}=2.019 > t_{table}=1.985$ and a significance of $0.046 < 0.05$. (4) There is no significant positive effect of the empathy dimension on the cooperative members' satisfaction, with $t_{observed}=0.012 < t_{table}=1.985$ and a significance of $0.991 > 0.005$. (5) There is a significant positive effect of the tangibles dimension on the cooperative members' satisfaction, with $t_{observed}= 2.416 > t_{table}=1.985$ and a significance of $0.018 < 0.05$. (6) There is a significant positive effect of the reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles dimensions on the cooperative members' satisfaction, with a significance of $0.000 < 0.05$, a coefficient of determination (R^2) of 0.468 or 46.8%.

Keywords: Service Quality, Members' Satisfaction

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur saya panjatkan atas kehadirat Alloh SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Lima Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Susu Warga Mulya Purwobinangun Pakem Sleman” dengan lancar.

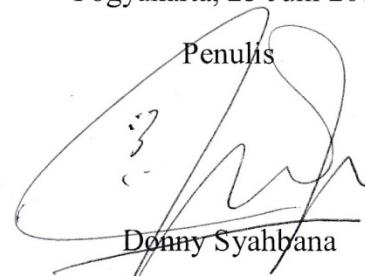
Penulis menyadari bahwa selesainya tugas akhir skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini , dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan banyak-banyak terimakasih kepada;

1. Rektor UNY yang telah memberi kesempatan untuk menimba ilmu di Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ijin untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Ketua Jurusan dan Dosen Pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu, kesabaran, dan dukungan moral dalam membimbing saya menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
4. Narasumber dan Pengaji Utama yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun dalam penyelesaian tugas akhir skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Karyawan Jurusan Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan bekal ilmu selama kuliah dan sumbangsih dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini.

6. Seluruh teman-teman pendidikan ekonomi angkatan 2010 yang telah menjadi teman dan sahabat yang baik selama masa perkuliahan berlangsung. Semoga kebahagiaan menyertai kita semua.
7. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberi semangat dalam penyelesaian tugas akhir skripsi ini.

Penulis senantiasa menantikan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak untuk perbaikan skripsi ini.

Yogyakarta, 25 Juni 2016

Penulis

Donny Syahbana
10404244005

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO dan PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Pembatasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Koperasi	9
1. Pengertian Koperasi	9
2. Prinsip Koperasi	10
3. Jenis Koperasi	14
4. Tujuan dan Fungsi Koperasi	17
B. Kepuasan anggota	18
1. Pengertian Kepuasan Anggota	18
2. Konsep Kepuasan Anggota	19
3. Ciri-ciri Pelanggan yang Merasa Puas	23
C. Kualitas Pelayanan	23
1. Pengertian Kualitas	23
2. Pengertian Pelayanan	24
3. Pengertian Kualitas Pelayanan	26
4. Dimensi Kualitas Pelayanan	27
5. Faktor-faktor yang Mendukung Kualitas Pelayanan.....	33
D. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan.....	37
E. Penelitian yang Relevan	38
F. Kerangka Berfikir.....	40
G. Hipotesis Penelitian.....	46
 BAB III METODE PENELITIAN.....	47
A. Desain Penelitian.....	47
B. Tempat dan Waktu Penelitian	47
C. Definisi Operasional.....	48
D. Populasi dan Sampel	49
E. Teknik Pengumpulan Data.....	51
F. Instrumen Penelitian.....	51
G. Teknik Analisis Data.....	52
1. Uji Coba Instrumen Penelitian	52

a.	Uji Validitas	52
b.	Uji Reliabilitas	53
2.	Teknik Prasyarat Analisis	54
	a. Uji Normalitas	54
	b. Uji Linieritas	55
	c. Uji Multikolinearitas	55
	d. Uji Homosedastisitas.....	56
	e. Uji Hipotesis	56
	1. Uji Parsial	57
	2. Uji Simultan.....	57
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
A.	Deskripsi Data Umum.....	59
1.	Profil Koperasi	59
2.	Sejarah Koperasi	59
3.	Unit Usaha Koperasi	62
4.	Ketersediaan Gedung	63
B.	Deskripsi Data Khusus	64
1.	Variabel Keandalan.....	65
2.	Variabel Daya Tanggap.....	67
3.	Variabel Jaminan.....	69
4.	Variabel Empati	71
5.	Variabel Bukti Fisik	73
6.	Variabel Kepuasan	75
7.	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	78
C.	Uji Prasyarat Penelitian.....	78
1.	Uji Normalitas	78
2.	Uji Linieritas	79
3.	Uji Multikolinearitas	80
4.	Uji Homosedastisitas.....	80
D.	Uji Hipotesis Penelitian	81

1. Uji Simultan (Uji F)	81
2. Koefisien Determinasi (R^2)	84
3. Uji Parsial (Uji T).....	85
E. Pembahasan Hasil Penelitian	90
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran.....	93
C. Keterbatasan Penelitian.....	95
 DAFTAR PUSTAKA	96
 LAMPIRAN	99

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Prinsip Munkner	11
2. Skala Likert	51
3. Distribusi Frekuensi Variabel Keandalan.....	66
4. Distribusi Frekuensi Variabel Daya Tanggap	68
5. Distribusi Frekuensi Variabel Jaminan	70
6. Distribusi Frekuensi Variabel Empati	72
7. Distribusi Frekuensi Variabel Bukti Fisik.....	74
8. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan.....	76
9. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	78
10. Hasil Uji Normalitas.....	78
11. Hasil Uji Linieritas	79
12. Hasil Uji Multikolinearitas	80
13. Hasil Uji Homosedastisitas	81
14. Rangkuman Hasil Regresi Berganda.....	82
15. Koefisien Determinasi (R^2)	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Konsep Kepuasan Konsumen	19
2. Paradigma Penelitian	45
3. Histogram Variabel Keandalan.....	66
4. Diagram Kategorisasi Data Variabel Keandalan	67
5. Histogram Variabel Daya Tanggap.....	68
6. Diagram Kategorisasi Data Variabel Daya Tanggap.....	69
7. Histogram Variabel Jaminan.....	70
8. Diagram Kategorisasi Data Variabel Jaminan	71
9. Histogram Variabel Empati	72
10. Diagram Kategorisasi Data Variabel Empati.....	73
11. Histogram Variabel Bukti Fisik	74
12. Diagram Kategorisasi Data Variabel Bukti Fisik	75
13. Histogram Variabel Kepuasan	76
14. Diagram Kategorisasi Data Variabel Kepuasan.....	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Instrumen Penelitian.....	100
2. Uji Coba Instrumen Penelitian	103
3. Kategorisasi Data	115
4. Uji Prasyarat Analisis.....	121
5. Analisis Regresi	133
6. Surat Ijin Penelitian.....	134
7. Dokumentasi	136

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Koperasi adalah badan usaha yang bertujuan untuk menyejahterakan anggota dan masyarakat. Keanggotaan koperasi Indonesia bersifat sukarela dan didasarkan atas kepentingan bersama sebagai pelaku ekonomi. Melalui koperasi, para anggota ikut secara aktif memperbaiki kehidupannya dan kehidupan masyarakat melalui karya dan jasa yang disumbangkan. Dalam usahanya, koperasi akan lebih menekankan pada pelayanan terhadap kepentingan anggota, baik sebagai produsen maupun konsumen.

Anggota dalam koperasi bertindak sebagai pemilik sekaligus pelanggan (SAK, 1996: 27). Pendapat tersebut senada dengan pendapat Jochen Ropke (1985) bahwa koperasi merupakan organisasi yang anggotanya sebagai pemilik sekaligus sebagai pelanggan. Dari teori tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan koperasi adalah anggota koperasi dan koperasi dituntut memberikan pelayanan yang berkualitas serta memiliki kinerja yang efektif dan efisien dengan tujuan menyejahterakan anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya, sehingga pelanggan akan merasa puas dengan kualitas pelayanan koperasi. Koperasi harus mampu memberi alternatif rasional bagi anggota melalui berbagai kebijakan insentif usaha maupun perbaikan dalam teknis pelayanan pelanggan (Adhitya Wardono, 2001). Selain itu, dalam

pemasaran tradisional bertumpu hanya pada kepuasan pelanggan, namun sekarang pelanggan menuntut pelayanan dan kualitas yang lebih (Adhitya Wardono, 2001). Menurut Philip Kotler (2000: 49) Semakin tinggi kualitas, maka makin tinggi pula kepuasan pelanggan. Sebaliknya bila semakin rendah tingkat kualitas maka makin rendah kepuasan pelanggan.

Menurut Sagimun dan Purwanti (1999: 5) pelayanan adalah pemenuhan kebutuhan anggotanya baik pemenuhan material maupun spiritual. Kotler (1998: 83) merumuskan pelayanan sebagai tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Menurut Olsen dan Wyekof dalam Yammit (2001: 22) kualitas pelayanan merupakan suatu perbandingan antara harapan pemakai jasa dengan kinerja kualitas jasa pelayanan. Dengan kata lain, ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu harapan dan kinerja yang dirasakan karyawan. Syafrizal dalam jurnal kualitas pelayanan dalam kepuasan pelanggan (2008), kualitas pelayanan merupakan penyampaian secara excellent atau superior pelayanan yang ditujukan untuk memuaskan pelanggan sesuai dengan persepsi dan harapannya. Kepuasan pelanggan akan tercapai bila kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan sama dengan jasa yang diharapkan, dalam arti kesenjangan yang terjadi relatif kecil atau masih dalam batas toleransi. Menurut Parasuraman (1998) dalam Lupiyoadi (2001: 148) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu; 1) keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan organisasi untuk

memberi pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, 2) daya tanggap (*responsiveness*) yaitu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, serta penyampaian informasi yang jelas, 3) jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan perusahaan, 4) empati (*emphaty*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau bersifat pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen, 5) bukti fisik (*tangible*) yaitu kemampuan suatu organisasi dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal.

Pada kenyataannya harga beli susu terlalu rendah untuk menutup biaya produksi susu (*reliability*). Koperasi kurang cepat dalam memenuhi harapan anggota seperti penyaluran pakan ternak bantuan (*responsiveness*). Transparansi unit administrasi dianggap kurang oleh anggota sehingga menimbulkan anggapan bahwa unit administrasi kurang jujur (*assurance*). Konsumen yang berada jauh dari koperasi tidak terakomidi sehingga tidak mendapat perhatian secara khusus (*emphaty*). Banyak anggota koperasi yang berdomisili jauh dari lokasi koperasi (*tangible*).

Menurut Budiarto dan Dolly (2001: 12-17) ada tiga tingkat kepuasan pelanggan yaitu, pelanggan sangat puas, pelanggan puas, dan pelanggan tidak puas. Pelanggan sangat puas jika layanan yang diterima lebih dari layanan yang diharapkan, pelanggan puas jika layanan yang

diterima sama dengan layanan yang diharapkan, pelanggan tidak puas jika layanan yang diterima tidak sebagus layanan yang diharapkan. Menurut Rangkuti (2006: 45) kepuasan nasabah (anggota) merupakan respon nasabah (anggota) terhadap ketidakpuasan antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Kepuasan anggota akan meningkatkan loyalitas anggota karena anggota merasa untung jika tetap beraktivitas dengan koperasi. Koperasi Susu Warga Mulya merupakan koperasi yang cukup besar karena mempunyai anggota sebanyak 1.290 anggota. Namun hanya sekitar 272 anggota yang aktif dan sisanya sebanyak 1.016 tidak aktif.

Dari latar belakang yang telah penulis paparkan diatas, kepuasan anggota sangat penting bagi koperasi karena akan meningkatkan kinerja koperasi dan kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam memajukan kinerja koperasi guna menyejahterakan anggota koperasi. Oleh karena itu, penulis ingin meneliti pengaruh lima dimensi kualitas pelayanan koperasi terhadap kepuasan anggota Koperasi Susu Warga Mulya Purwobinangun, Pakem, Sleman.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Sebagian besar anggota koperasi tidak aktif dalam kegiatan koperasi.
2. Daya beli koperasi kurang mampu menutup biaya produksi susu anggota sehingga membuat anggota memilih usaha lain.

3. Koperasi kurang cepat dalam memenuhi harapan anggota seperti penyaluran pakan ternak bantuan.
4. Transparansi unit administrasi dianggap kurang oleh anggota sehingga menimbulkan anggapan bahwa unit administrasi kurang jujur.
5. Konsumen yang berada jauh dari koperasi kurang mendapat perhatian secara khusus.
6. Banyak anggota koperasi yang berdomisili jauh dari lokasi koperasi.

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini bertujuan untuk mengarahkan penelitian supaya permasalahan yang diteliti tidak meluas. Penelitian ini berkonsentrasi pada lima dimensi kualitas pelayanan menurut parasuraman *et al.* dan pengaruhnya kepada kepuasan anggota dilihat dari ciri-ciri pelanggan yang puas menurut Kotler.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang tertera di atas maka dapat ditulis rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh dimensi keandalan terhadap kepuasan anggota di Koperasi Susu Warga Mulya?
2. Bagaimana pengaruh dimensi daya tanggap terhadap kepuasan anggota di Koperasi Susu Warga Mulya?
3. Bagaimana pengaruh dimensi jaminan terhadap kepuasan anggota Koperasi Susu Warga Mulya?

4. Bagaimana pengaruh dimensi empati terhadap kepuasan anggota Koperasi Susu Warga Mulya?
5. Bagaimana pengaruh dimensi bukti fisik terhadap kepuasan anggota Koperasi Susu Warga Mulya?
6. Bagaimana pengaruh dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara simultan terhadap kepuasan anggota Koperasi Susu Warga Mulya?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh dimensi keandalan terhadap kepuasan anggota Koperasi Susu Warga Mulya.
2. Pengaruh dimensi daya tanggap terhadap kepuasan anggota Koperasi Susu Warga Mulya.
3. Pengaruh dimensi jaminan terhadap kepuasan anggota Koperasi Susu Warga Mulya.
4. Pengaruh dimensi empati terhadap kepuasan anggota Koperasi Susu Warga Mulya.
5. Pengaruh dimensi bukti langsung terhadap kepuasan anggota Koperasi Susu Warga Mulya.
6. Pengaruh dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara simultan terhadap kepuasan anggota Koperasi Susu Warga Mulya.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan sumbangan dalam pengembangan ilmu ekonomi dan koperasi. Penelitian ini dapat digunakan untuk bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan terbaik dalam manajemen suatu koperasi agar kinerja koperasi dalam menyejahterakan anggotanya lebih efektif. Penelitian ini bisa dimanfaatkan sebagai kontrol sosial bagi koperasi dimana faktor yang diketahui pengaruhnya di penelitian ini bisa dikendalikan dan diarahkan supaya dapat meningkatkan kesejahteraan anggota.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi UNY

Penelitian ini diharapkan berguna untuk menambah referensi tentang kualitas pelayanan dan kepuasan anggota koperasi yang ada di perpustakaan UNY maupun FE. Penelitian ini juga dapat digunakan untuk bahan penelitian tentang koperasi maupun menjadi referensi guna melakukan penelitian lanjutan yang menggunakan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan anggota.

b. Bagi Koperasi Susu Warga Mulya

Sebagai studi pustaka untuk memperbaiki kinerja koperasi dilihat dari kualitas pelayanan dan kepuasan anggota. Penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan evaluasi guna membangun kinerja koperasi supaya menjadi lebih baik guna menambah kesejahteraan

anggota Koperasi Susu Warga Mulya. Dalam pengambilan kebijakan untuk meningkatkan kinerja koperasi, penelitian ini diharapkan bisa memberikan pedoman yang tepat bagi para pengurus koperasi.

c. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan bagi penulis tentang kualitas pelayanan dan kepuasan anggota koperasi khususnya di Koperasi Susu Warga Mulya. Penelitian ini juga diharapkan memberikan pengalaman praktis dan teoritis bagi penulis untuk ikut membangun koperasi Indonesia sebagai soko guru perekonomian Indonesia dalam rangka menyejahterakan rakyat Indonesia.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. KOPERASI

1. Pengertian Koperasi

Koperasi berasal dari bahasa latin “*coopere*”, yang dalam bahasa inggris disebut *cooperation*. *Co* berarti bersama dan *operation* berarti bekerja, jadi *cooperation* berarti bekerja sama. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, koperasi adalah perserikatan yang bertujuan memenuhi keperluan anggota dengan cara menjual barang keperluan sehari-hari dengan murah (tidak bermaksud mencari untung). Undang-Undang no.25/1992 tentang koperasi ialah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan azas kekeluargaan untuk memajukan perekonomian Indonesia.

Indonesia mengenal koperasi dari hasil pemikiran Moh. Hatta. Masyarakat Indonesia mengenal Hatta bukan hanya sebagai wakil presiden Indonesia yang pertama setelah kemerdekaan namun juga dikenal sebagai Bapak Koperasi Indonesia. Menurut Moh. Hatta, koperasi adalah usaha bersama untuk memperbaiki nasib penghidupan berdasarkan tolong menolong. Semangat tolong menolong tersebut didorong oleh keinginan memberi jasa kepada kawan berdasarkan prinsip seorang buat semua dan semua buat seorang. Sedangkan menurut Arifinal Chaniago (1984: 2)

koperasi adalah sebagai suatu perkumpulan yang beranggotakan orang-orang atau badan usaha yang memberikan kebebasan kepada anggota untuk masuk dan keluar dengan kerja sama secara kekeluargaan menjalankan usaha untuk mempertinggi kesejahteraan jasmaniah untuk para anggotanya. Ahli lain, Hans H. Munkner (1989) mendefinisikan koperasi sebagai organisasi tolong menolong yang menjalankan “urus niaga” secara bersama-sama atas azas tolong menolong yang bertujuan ekonomi bukan sosial.

2. Prinsip Koperasi

Di Indonesia telah dibuat UU no.25 tahun 1992 tentang perkoperasian. Prinsip koperasi menurut UU no.25 tahun 1992 adalah:

- a. Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka.
- b. Pengelolaan dilakukan secara demokrasi.
- c. Pembagian SHU dilakukan secara adil sesuai dengan jasa masing-masing anggota.
- d. Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal.
- e. Kemandirian.
- f. Pendidikan perkoperasian.
- g. Kerjasama antar koperasi.

Menurut ahli Arifin dan Halomoan (2001: 20-31), prinsip-prinsip koperasi adalah ketentuan-ketentuan pokok yang berlaku dalam koperasi dan dijadikan sebagai pedoman kerja koperasi. Selain itu juga terdapat berbagai pendapat tentang prinsip koperasi yang antara lain:

1) Prinsip Munkner

Hans. H. Munkner (1989) menyarikan 12 prinsip koperasi yang diturunkan dari 7 variabel gagasan umum sebagai berikut:

Tabel 1. Prinsip Munkner

No.	Gagasan Utama	Prinsip-prinsip koperasi
1.	Menolong diri berdasarkan kesetiakawanan	a. Keanggotaan bersifat sukarela b. Keanggotaan terbuka c. Pengembangan anggota d. Identitas sebagai pemilik dan pelanggan
2.	Demokrasi	e. Manajemen dan pengawasan dilaksanakan secara demokratis
3.	Kekuatan modal tidak diutamakan	f. Koperasi sebagai kumpulan orang-orang g. Modal yang berkaitan dengan aspek sosial tidak dibagi
4.	Ekonomi	h. Efisiensi ekonomi dari perusahaan koperasi
5.	Kebebasan	i. Perkumpulan dengan sukarela j. Kebebasan dalam pengambilan keputusan dan penetapan tujuan
6.	Keadilan	k. Pendistribusian yang adil dan merata akan hasil-hasil ekonomi
7.	Memajukan kehidupan sosial melalui pendidikan	l. Pendidikan anggota

2) Prinsip Rochdale

Prinsip-prinsip Rochdale pada awalnya dipelopori oleh 28 koperasi konsumsi di Rochdale, Inggris pada tahun 1944. Prinsip ini bertujuan dasar bagi berbagai koperasi di seluruh dunia sesuai dengan keadaan koperasi, sosial budaya, dan perekonomian masyarakat setempat. Adapun unsur-unsur prinsip Rochdale ini menurut bentuk asli adalah:

- a) Pengawasan secara demokratis.
- b) Keanggotaan yang terbuka.
- c) Bunga atas modal dibatasi.
- d) Pembagian sisa hasil usaha (SHU) anggota sebanding dengan jasa masing-masing anggota.
- e) Penjualan sepenuhnya dengan tunai.
- f) Barang-barang yang dijual harus asli dan tidak ada yang dipalsukan.
- g) Menyelenggarakan pendidikan kepada anggota dengan prinsip-prinsip koperasi terhadap politik dan agama.

3) Prinsip ICA (*International Cooperative Alliance*)

ICA didirikan tahun 1895 yang merupakan organisasi gerakan koperasi yang tertinggi di dunia. Salah satu tujuan organisasi adalah untuk mengembangkan dan mempertahankan ide-ide koperasi di antara negara-negara anggotanya. Sidang ICA di Wina pada tahun 1966 merumuskan prinsip-prinsip koperasi dirinci sebagai berikut:

- a) Keanggotaan koperasi secara terbuka tanpa adanya pembatasan yang dibuat-buat.
- b) Kepemimpinan yang demokratis atas dasar satu orang atau satu suara.
- c) Modal menerima bunga yang terbatas.
- d) SHU sebagai cadangan masyarakat dibagikan kembali kepada anggota sesuai dengan jasa masing-masing.
- e) Semua koperasi harus melaksanakan pendidikan secara terus-menerus.
- f) Gerakan harus melaksanakan kerjasama erat baik di tingkat regional, nasional, maupun internasional.

4) Prinsip Versi Undang-Undang No. 25 1992

Prinsip-prinsip koperasi menurut UU no. 25 tahun 1992, yang berlaku saat ini di Indonesia adalah sebagai berikut:

- a) Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka.
- b) Pengelolaan dilaksanakan secara demokrasi.
- c) Pembagian SHU dilaksanakan secara adil sesuai dengan besarnya jasa usaha.
- d) Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal.
- e) Kemandirian.
- f) Pendidikan perkoperasian.
- g) Kerjasama antar koperasi.

3. Jenis Koperasi

a. Menurut Fungsinya:

1) Koperasi Pembelian/Pengadaan/Konsumsi

Koperasi pembelian/pengadaan/konsumsi adalah koperasi yang menyelenggarakan fungsi pembelian atau pengadaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan anggota sebagai konsumen akhir. Di sini anggota berperan sebagai pemilik dan pembeli atau konsumen bagi koperasinya.

2) Koperasi Penjualan atau Pemasaran

Koperasi penjualan atau pemasaran adalah koperasi yang menyelenggarakan fungsi distribusi barang atau jasa yang dihasilkan oleh anggotanya agar sampai di tangan konsumen. Dalam koperasi penjualan atau pemasaran anggota berperan sebagai pemilik dan pemasok barang atau jasa kepada koperasinya.

3) Koperasi Produksi

Koperasi produksi adalah koperasi yang menghasilkan barang dan jasa, dimana anggotanya bekerja sebagai pegawai atau karyawan koperasi. Peran anggota pada koperasi produksi sebagai pemilik dan karyawan koperasi.

4) Koperasi Jasa

Koperasi jasa adalah koperasi yang menyelenggarakan pelayanan jasa yang dibutuhkan oleh anggota, misalnya: simpan

pinjam, asuransi, angkutan, dan sebagainya. Anggota koperasi jasa berperan sebagai pemilik dan pengguna jasa layanan jasa koperasi.

Beberapa koperasi tidak hanya memiliki kegiatan dalam salah satu fungsi usaha. Koperasi tersebut memiliki lebih dari satu fungsi usaha karena memiliki sumber daya untuk menjalankan fungsi usaha tersebut. Apabila koperasi menyelenggarakan satu fungsi disebut koperasi tunggal usaha (*single purpose cooperative*), sedangkan koperasi yang menyelenggarakan lebih dari satu fungsi disebut koperasi serba usaha (*multi purpose cooperative*).

b. Menurut Tingkat dan Luas Daerah Kerja

1) Koperasi Primer

Koperasi primer adalah koperasi yang minimal memiliki anggota sebanyak 20 orang perseorangan. Koperasi primer adalah jenis koperasi yang paling kecil menurut tingkat dan luas daerah kerja.

2) Koperasi Sekunder

Koperasi sekunder adalah koperasi yang terdiri dari gabungan badan-badan koperasi serta memiliki cakupan daerah kerja yang luas. Koperasi sekunder memiliki cakupan daerah kerja yang lebih luas dibandingkan dengan koperasi primer. Koperasi sekunder dapat dibagi menjadi:

- a) koperasi pusat, adalah koperasi yang beranggotakan paling sedikit lima koperasi primer.
 - b) Gabungan koperasi, adalah koperasi yang anggotanya minimal tiga koperasi pusat.
 - c) Induk koperasi, adalah koperasi yang minimum anggotanya adalah tiga gabungan koperasi.
- c. Menurut Status Keanggotaannya
- 1) Koperasi Produsen
- Koperasi produsen adalah koperasi yang anggotanya para produsen barang/jasa dan memiliki rumah tangga usaha. Beberapa koperasi yang termasuk koperasi produsen adalah: koperasi susu, koperasi tahu tempe, dll. Anggota koperasi memproduksi barang yang menjadi komoditas utama selanjutnya di setor ke koperasi untuk dijual kembali.
- 2) Koperasi Konsumen

Koperasi konsumen adalah koperasi yang anggotanya para konsumen akhir atau pemakai barang/jasa yang ditawarkan para pemasok di pasar. Koperasi menyediakan barang-barang yang dibutuhkan anggota dengan harga yang lebih terjangkau dari pasar.

Kedudukan anggota di dalam koperasi dapat berada dalam salah satu status atau keduanya. Dengan demikian pengelompokan koperasi menurut status anggotanya berkaitan erat dengan pengelompokan koperasi menurut fungsinya.

4. Tujuan dan Fungsi Koperasi

Tujuan koperasi tertuang pada Undang-Undang 25 Tahun 1992 pasal 3 yaitu: “Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur”. Tujuan utama Koperasi Indonesia adalah mengembangkan kesejahteraan anggota, pada khususnya, masyarakat pada umumnya. Koperasi Indonesia adalah perkumpulan orang-orang, bukan perkumpulan modal sehingga laba bukan merupakan ukuran utama kesejahteraan anggota. Manfaat yang diterima anggota lebih diutamakan daripada laba. Meskipun demikian harus diusahakan agar koperasi tidak menderita rugi. Tujuan ini dicapai dengan karya dan jasa yang disumbangkan pada masing-masing anggota.

Fungsi koperasi yang tertuang dalam pasal 4 UU No. 25 tahun 1992 ialah membangun dan mengembangkan potensi serta kemampuan ekonomi anggota pada anggota dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya, berperan serta secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat, memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai sokogurunya, dan berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasar atas azas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi. Jadi, fungsi koperasi adalah mengembangkan potensi

anggota dan masyarakat, ikut berperan aktif dalam berkoperasi, memperkokoh perekonomian, dan mewujudkan perekonomian berdasarkan azas kekeluargaan.

B. Kepuasan Anggota

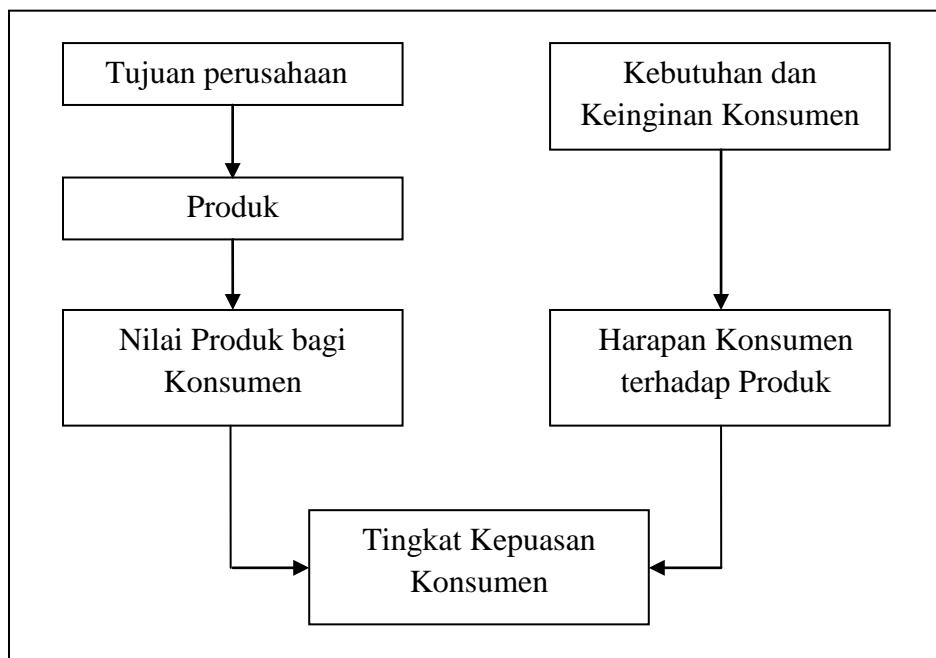
1. Pengertian Kepuasan Anggota

Menurut Supranto (2006) kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen akan rasa kenikmatan atau kekecewaan terhadap nilai evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan. Swasta (2008) mengatakan kepuasan konsumen sebagai suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Suatu keinginan itu harus diciptakan atau didorong sebelum memenuhi motif. Sumber yang mendorong terciptanya suatu keinginan dapat berbeda dari diri orang itu sendiri atau berada pada lingkungannya.

Kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa adalah sesuatu hal yang sulit untuk didapat jika perusahaan tidak memahami apa yang diinginkan konsumen. Satu produk dengan kualitas yang sama persis dapat menimbulkan tingkat kepuasan yang berbeda bagi konsumen satu dengan yang lainnya. Menurut Arief (2007: 167) pengertian kepuasan dan ketidakpuasan merupakan kesesuaian antara harapan (*expectation*) konsumen dengan persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diterima.

2. Konsep Kepuasan Anggota

Menurut Tjiptono (2008) harapan konsumen dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor diantaranya pengalaman berbelanja dimasa lampau, opini teman dan kerabat serta informasi dan janji-janji perusahaan dan pesaing. Secara konseptual, kepuasan konsumen dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Konsep Kepuasan Konsumen

Konsumen melalui aktifitas dalam interaksi pasar berdasarkan pada kebutuhan dan keinginan akan barang dan jasa, kebutuhan ini mendorong produsen yaitu perusahaan untuk menyediakan barang dan jasa tersebut. Harapan juga akan muncul dari pelanggan mengenai barang dan jasa yang akan diberikan produsen. Tujuan perusahaan adalah memberikan kepuasan pada konsumen melalui produk yang ditawarkan dan produk yang

memiliki nilai lebih akan memberi kepuasan lebih juga bagi konsumen.

Penilaian kepuasan konsumen mempunyai tiga bentuk yang berbeda yaitu:

- a. *Positive disconfirmation*, dimana kinerja lebih baik dari harapan.
- b. *Simple confirmation*, dimana kinerja sama dengan harapan.
- c. *Negative confirmation*, dimana kinerja lebih buruk dari harapan.

Menurut Budiarto dan Dolly (2001: 12-17) ada tiga tingkat kepuasan pelanggan yaitu:

- a. Pelanggan sangat puas, jika layanan yang diterima lebih dari layanan yang diharapkan
- b. Pelanggan puas, jika layanan yang diterima sama dengan layanan yang diharapkan
- c. Pelanggan tidak puas, jika layanan yang diterima tidak sebagus layanan yang diharapkan

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah menciptakan para konsumen yang merasa puas. Setiap orang atau organisasi (perusahaan) harus bekerja dengan konsumen internal dan eksternal untuk memenuhi kebutuhan mereka bekerjasama dengan pemasok *internal* dan *eksternal* demi terciptanya kepuasan konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat diantaranya (Tjiptono, 2008):

- a. Hubungan perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis.
- b. Memberikan dasar yang baik bagi pembeli ulang.
- c. Dapat mendorong terjadinya loyalitas konsumen.

- d. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan.
- e. Reputasi menjadi baik di mata konsumen.

Menurut Mardiyatmo (2005: 76-77), ada beberapa prinsip atau pedoman untuk bisa memberikan kepuasan kepada pelanggan diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Kepuasan pelanggan adalah sesuatu yang penting.
- b. Pahamilah harapan pelanggan.
- c. Pilihlah pelanggan yang tepat melalui strategi segmentasi kemudian bangun kepuasan pelanggan.
- d. Pelajarilah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- e. Pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang setia.
- f. Beri jaminan kepada pelanggan.
- g. Dengarlah suara pelanggan.
- h. Arti penting karyawan dalam memuaskan pelanggan.
- i. Kepemimpinan adalah teladan dalam memuaskan pelanggan.

Jika seluruh prinsip ini sudah dilaksanakan, kemungkinan besar akan menimbulkan efek yang positif bagi perusahaan karena kepuasan pelanggan meningkat. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh penilaian pelanggan terhadap produk atau jasa dalam memenuhi harapannya.

Menurut Mardiyatmo (2005: 77) ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut:

- a. Kualitas produk, adalah pembeli akan puas apabila membeli dan menggunakan produk yang memiliki kualitas baik. Misal, pelanggan akan puas terhadap sepatu yang dibeli sepatu tersebut enak atau nyaman dipakai, awet atau tidak cepat rusak, aman, dan desainnya menawan.
- b. Harga, yaitu komponen yang sangat penting untuk memberi sumbangan terhadap kepuasan pelanggan. Produk yang berkualitas ditunjang dengan harga yang terjangkau akan menjadi sumber kepuasan yang penting.
- c. Kualitas pelayanan, ditengah persaingan yang sangat ketat antara perusahaan, banyak perusahaan yang lebih mengandalkan kualitas pelayanan. Karena kepuasan dari kualitas pelayanan sulit ditiru, sehingga bisa menjadi andalan dan keunggulan bagi suatu perusahaan
- d. Faktor emosional adalah rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses adalah contoh-contoh *emotional value* yang mendasari kepuasan pelanggan. Faktor ini ditujukan untuk pelanggan yang menggunakan beberapa produk yang berhubungan dengan gaya hidup seperti mobil, asesoris, kosmetik, dan busana.
- e. Faktor kemudahan, yaitu pelanggan akan semakin puas apabila dalam menggunakan produk atau pelayanan relatif mudah, nyaman, dan efisien terhindar dari antrian yang panjang dan melelahkan.

3. Ciri-ciri Pelanggan yang Merasa Puas

Kotler (2000) menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut:

- a. Loyal Terhadap Produk

Pelanggan yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama.

- b. Adanya Komunikasi dari Mulut ke Mulut yang Bersifat Positif

Komunikasi dari mulut ke mulut yang positif yaitu rekomendasi kepada calon pelanggan lain dan mengatakan hal yang baik-baik mengenai produk dan perusahaan.

- c. Perusahaan Menjadi Pertimbangan Utama

Ketika membeli produk yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

C. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas

Kualitas merupakan kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2007). Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Philip Kotler, 1998: 41). Jadi kualitas merupakan bagian dari produk dapat diciptakan

oleh manusia dan alampun sudah menyiapkan untuk dapat dimanfaatkan manusia agar menjadi suatu produk.

2. Pengertian Pelayanan

Menurut Kotler (2002: 83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut juga terjadi pada saat, sebelum, dan sesudah transaksi. Pada umumnya pelayanan bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta transaksi ulang yang lebih sering.

Menurut Hasibuan (2005: 72), pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan terbaik itulah yang disebut pelayanan prima (*excelent service*). Pelayanan prima adalah pelayanan sebaik-baiknya kepada pelanggan sehingga dapat menimbulkan rasa puas pada pelanggan. Pelayanan prima berorientasi pada pemenuhan tuntutan pelanggan mengenai kualitas produk (barang atau jasa) sebaik-baiknya.

Kasmir (2007: 284-290) menyatakan bahwa suatu perusahaan atau koperasi harus ada pelayanan yang baik, jika perusahaan atau koperasi ingin dianggap yang baik perusahaan atau koperasi harus dapat

memberikan pelayanan yang terbaik. Berikut ini pelayanan yang baik yang harus diikuti dan dipenuhi oleh perusahaan atau koperasi yaitu:

- a. Tersedianya karyawan yang baik. Ketersediaan karyawan yang baik adalah faktor penentu utama kesuksesan perusahaan selama melayani pelanggan.
- b. Tersedianya sarana dan prasarana. Tersedianya kelengkapan dan kenyamanan untuk ditempati membuat betah pelanggan dalam bertransaksi.
- c. Bertanggung jawab. Dalam menjalankan kegiatan pelayanan, petugas harus mampu melayani dari awal sampai akhir transaksi.
- d. Melayani secara cepat dan tepat. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan secara cepat, tidak ada waktu yang terbuang percuma, dan tepat dalam perhitungan.
- e. Komunikasi yang baik. Mampu berkomunikasi dengan pelanggan dengan bahasa yang baik dan mudah dimengerti oleh setiap golongan pelanggan.
- f. Jaminan kerahasiaan. Bisa menjaga kerahasiaan yang diinginkan pelanggan.
- g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan. Karyawan harus mampu menghadapi setiap keluhan pelanggan dan mampu bekerja secara administratif dengan diadakannya pendidikan dan latihan.
- h. Memenuhi kebutuhan pelanggan. Harus cepat tanggap dalam memenuhi apa yang diinginkan pelanggan.

- i. Memberikan kepercayaan. Mampu memberikan calon pelanggan pada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon pelanggan mau menjadi pelanggan perusahaan yang bersangkutan.

3. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Olsen dan Wyekoff dalam Yamit (2001: 22) kualitas pelayanan merupakan suatu perbandingan antara harapan pemakai jasa dengan kinerja kualitas jasa pelayanan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu harapan dan kinerja yang dirasakan karyawan.

Syafrizal dalam jurnal Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (2008), kualitas pelayanan merupakan penyampaian secara excellent atau superior pelayanan yang ditujukan untuk memuaskan pelanggan sesuai dengan persepsi dan harapannya. Kepuasan pelanggan akan tercapai bila kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan sama dengan jasa yang diharapkan, dalam arti kesenjangan yang terjadi adalah kecil atau masih dalam batas toleransi.

Kualitas pelayanan merupakan tindakan seseorang pihak lain melalui penyajian produk atau jasa sesuai selera, harapan, dan kebutuhan konsumen (Kasmir, 2004: 22). Jadi kualitas pelayanan ini dilakukan seseorang atau kebih menciptakan suatu produk yang dapat digunakan oleh semua orang sesuai dengan kebutuhan.

4. Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Bermen dalam Parasuraman dikutip oleh Fandy Tjiptono (2001: 69-70) meliputi 10 dimensi yaitu sebagai berikut:

- a. *Tangible* (fasilitas fisik), meliputi fasilitas tempat parkir, fasilitas gedung, tata letak dan tampilan barang, kenyamanan fasilitas fisik, peralatan, dan perlengkapan yang modern.
- b. *Credibility* (kredibilitas), meliputi kepercayaan, keyakinan, dan kejujuran dalam melayani.
- c. *Competence* (kompetensi), meliputi ketrampilan dan pengetahuan pelayanan.
- d. *Access* (akses), yaitu memberikan atau menyediakan keinginan pelanggan dan pelayanan mudah dihubungi.
- e. *Reliability* (reliabilitas), yaitu efektifitas informasi jasa, penampilan barang, pembuatan nota, dan pencatatan nota.
- f. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu membantu dengan segera memecahkan masalah.
- g. *Courtesy* (kesopanan), meliputi kesopanan, penghargaan, bijaksana, dan keramahan.
- h. *Communication* (komunikasi), meliputi komunikasi yang baik dan bisa mendengarkan pendapat pelanggan.
- i. *Understanding the customer* (memahami pelanggan), yaitu memahami dan mengerti kebutuhan dari pelanggan.

- j. *Security* (keamanan), yaitu memberikan rasa aman dan membebaskan dari resiko dan bahaya kepada pelanggan.

Menurut David Griffin dalam Lovelock dalam Fandy Tjiptono (2001: 68-69) dimensi kualitas pelayanan ada 8 yaitu:

- a. *Performance* (performasi), berkaitan dengan aspek fungsional pertimbangan dari pelanggan ketika membeli suatu produk.
- b. *Feature* (keistimewaan tambahan), merupakan aspek yang menambah fungsi dasar berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya.
- c. *Reliability* (kehandalan), berkaitan dengan tingkat probabilitas atau kemungkinan suatu produk melaksanakan fungsinya secara berhasil dalam suatu waktu tertentu.
- d. *Durability* (daya tahan), merupakan ukuran masa pakai suatu produk, karakteristik ini berkaitan dengan daya tahan produk itu.
- e. *Conformance* (konformasi), berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.
- f. *Service ability* (kemampuan pelayanan), karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, keramahan/kesopanan, kompetensi, kemudahan serta akurasi dalam perbaikan.
- g. *Aesthetic* (estetika), karakteristik yang bersifat subyektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari referensi atau pilihan individual.

h. *Perceived quality* (kualitas yang dirasakan), bersifat subyektif berkaitan dengan perasaan pelanggan dalam mengkonsumsi produk.

Menurut Parasuraman *et al.*, mengatakan bahwa menawarkan kualitas pelayanan adalah strategi yang mendasar untuk sukses dan bertahan dalam lingkungan persaingan bisnis yang ketat. Dengan melihat faktor-faktor yang berpengaruh tersebut yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan kepada anggota koperasi mempunyai implikasi terhadap kepuasan anggota koperasi. Menurut Parasuraman *et al.*, (1988: 23) dikutip Bitner (1996: 118) menerangkan 10 dimensi kualitas pelayanan dimana kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan (*assurance*), sedangkan akses komunikasi dan kemampuan memahami pelanggan dikategorikan sebagai empati (*emphaty*). Dengan demikian ada 5 dimensi kualitas pelayanan dalam menentukan kepuasan pelanggan yaitu:

1) Keandalan (*reliability*)

Suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk pelanggan dan tanpa kesalahan. Jadi, kemampuan yang diberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan segera, akurat, dan memuaskan pelanggan yang datang ke perusahaan atau koperasi dan juga tempat kerja lainnya.

2) Daya Tanggap (*responsiveness*)

Suatu kebijaksanaan untuk memberikan layanan yang cepat kepada pelanggan, tidak membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas yang menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Pada peristiwa pelayanan gagal, kemampuan untuk segera mengatasi hal tersebut secara profesional dapat memberikan persepsi yang positif terhadap kualitas pelayanan. Jadi, para staf dapat membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap dalam bekerja tanpa pelanggan berfikir negatif terhadap kualitas yang diberikan.

3) Jaminan (*assurance*)

Pengetahuan dan keramahan serta kemampuan melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan. Jadi, memberikan pengarah yang sesuai dengan pengetahuan yang dimiliki oleh pelayanan kepada pelanggan.

4) Empati (*empathy*)

Memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berupaya untuk memahami konsumen. Jadi, memberikan kemudahan dalam melakukan hubungan dengan pelanggan yang bersifat pribadi yang berupaya untuk memahami pelanggan yang datang.

5) Bukti Fisik atau Bukti Langsung (*tangible*)

Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat diandalkan. Keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Misalnya: bank memiliki gedung bagus, peralatan komputer yang canggih, seragam karyawan atau karyawati yang menarik.

Menurut Munir (1995: 40) banyak kemungkinan tidak adanya layanan yang memadai antara lain:

- a) Tidak/kurang adanya kesadaran terhadap tugas atau kewajiban yang menjadi tanggung jawabnya. Akibatnya mereka bekerja dan melayani seenaknya.
- b) Sistem, prosedur, dan metode kerja yang ada tidak memadai sehingga mekanisme kerja tidak berjalan sebagaimana yang diharapkan dan tidak berjalan sebagaimana mestinya.
- c) Pengorganisasian tugas pelayanan yang belum serasi, sehingga terjadi simpang siur penanganan tugas, tumpang tindih atau tercecernya suatu tugas tidak ada yang menangani.
- d) Pendapatan pegawai tidak mencukupi kebutuhan hidupnya. Akibatnya pegawai tidak tenang dalam bekerja, berusaha mencari tambahan pendapatan dalam jam kerja.
- e) Kemampuan pegawai yang tidak memadai untuk tugas yang dibebankan kepadanya. Akibatnya hasil pekerjaan tidak memenuhi standar yang telah ditetapkan.

- f) Tidak tersedianya sarana pelayanan yang memadai, yang mengakibatkan pekerjaan menjadi lamban, waktu banyak yang hutang dan penyelesaiannya terlambat.

Menurut Lupiyoadi (2001: 150) terdapat 5 kesenjangan (*gap*) yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas pelayanan sebagai berikut:

- a) Gap persepsi manajemen, yaitu adanya perbedaan penilaian menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa.
- b) Gap spesifikasi kualitas, yaitu kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan terjadi antara lain karena tidak memadainya komitmen manajemen terhadap kualitas jasa, persepsi mengenai ketidaklayakan, tidak memadainya standarisasi tugas dan tidak adanya penyusunan tujuan.
- c) Gap penyampaian pelayanan, yaitu kesenjangan antara spesifikasi kualitas dan penyampaian jasa. Kesenjangan ini terutama disebabkan oleh faktor-faktor berikut:
 - (1) Ambisi peran, yaitu sejauh mana pegawai dapat melakukan tugas sesuai dengan harapan pelanggan.
 - (2) Konflik peran, yaitu sejauh mana pegawai meyakini bahwa mereka tidak memuaskan semua pihak.
 - (3) Kesesuaian pegawai dengan tugas yang dikerjakannya.

- (4) Kesesuaian teknologi yang dipakai pegawai.
 - (5) Sistem pengendalian atasan yaitu tidak memadainya sistem penilaian dari sistem imbalan.
 - (6) *Perceived control* yaitu, sejauh mana pegawai merasakan kebebasan atau fleksibilitas untuk menentukan cara pelayanan.
 - (7) *Team work* yaitu, Sejauh mana pegawai dan manajemen merumuskan tujuan bersama dalam memuaskan pelanggan secara bersama sama dan terpadu.
- d) Gap komunikasi, yaitu kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Kesenjangan ini terjadi karena tidak memadainya komunikasi horizontal dan adanya kecenderungan untuk memberikan janji yang berlebihan. Dalam hal ini komunikasi eksternal telah mendistorsi harapan pelanggan.
- e) Gap dalam pelayanan yang dirasakan, perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan yang diharapkan oleh pelanggan.

5. Faktor-faktor yang Mendukung Kualitas Pelayanan

Menurut Joseph M. Jursan dalam Fandy Tjiptono (2005: 160), ada tujuh faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, antara lain:

- a. Nilai dan budaya
- b. Proses kerja dan sistem bisnis
- c. Kepastian jumlah individu dan tim
- d. Penghargaan dan pengalaman
- e. Proses manajemen dan sistem

Menurut Wolkins *et al.*, (1993) dalam Tjiptono dan Chandra (2005: 137-138) prinsip kualitas pelayanan terdiri atas:

a. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin dan mengarahkan organisasinya dalam upaya peningkatan kinerja kualitas.

b. Pendidikan

Semua karyawan perusahaan, mulai dari manajer puncak sampai karyawan operasional, wajib mendapatkan pendidikan mengenai kualitas.

c. Perencanaan Strategi

Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang digunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visi dan misinya.

d. Review

Proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini menggambarkan mekanisme yang menjamin adanya perhatian terus-menerus terhadap upaya mewujudkan sasaran kualitas.

e. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi organisasi, baik dengan karyawan, pelanggan, maupun *stakeholder* lainnya.

f. Penghargaan (*Total Human Reward*)

Reward dan *Recognition* merupakan aspek krusial dalam implementasi strategi kualitas. Strategi karyawan berprestasi perlu diberi imbalan dan prestasinya harus diakui.

Menurut Moenir (2002: 88) kualitas pelayanan memiliki beberapa faktor yaitu:

a. Faktor Kesadaran

Faktor ini mengarah pada kejiwaan seseorang yang merupakan titik temu dari berbagai pertimbangan sehingga diperoleh suatu keyakinan, ketepatan hati, dan keseimbangan jiwa. Dengan kesadaran akan membawa seseorang kepada kesungguhan dalam melaksanakan pekerjaan.

b. Faktor Aturan

Faktor aturan adalah faktor perangkat penting dalam tindakan dan perbuatan seseorang. Oleh karena itu, secara langsung atau tidak langsung akan berpengaruh dengan adanya aturan ini seseorang akan mempunyai pertimbangan dan menentukan langkah selanjutnya.

c. Faktor Organisasi

Faktor organisasi tidak hanya terdiri dari susunan organisasi. Faktor organisasi lebih banyak pada pengaturan mekanisme kerja sehingga dalam organisasi perlu adanya sarana pendukung berupa sistem, prosedur, dan metode untuk memperlancar mekanisme kerja.

d. Faktor Pendapatan

Pendapatan yang diterima oleh seseorang merupakan imbalan atau tenaga dan pikiran yang telah dicurahkan orang tersebut. Pendapatan ini berbentuk uang, aturan atau fasilitas dalam waktu-waktu tertentu.

e. Faktor Kemampuan

Faktor kemampuan adalah kemampuan yang diukur untuk mengetahui sejauh mana pegawai dapat melakukan pekerjaan sehingga menghasilkan barang atau jasa sesuai apa yang diharapkan. Pegawai adalah faktor yang berhubungan langsung dengan pemakai barang atau jasa di koperasi sehingga peran pegawai merupakan faktor yang cukup berpengaruh.

f. Faktor Sarana Pelayanan

Segala jenis peralatan, perlengkapan, dan fasilitas yang berfungsi sebagai alat pendukung utama dalam mempercepat pelaksanaan penyelesaian pekerjaan. Beberapa fungsi sarana pelayanan antara lain:

- 1) Mempercepat proses pelaksanaan pekerjaan sehingga dapat menghemat waktu.
- 2) Meningkatkan produktivitas barang atau jasa.
- 3) Ketetapan saran yang baik dan terjamin.
- 4) Menimbulkan rasa nyaman bagi orang yang berkepentingan.
- 5) Menimbulkan perasaan puas pada orang yang bekerja sehingga dapat mengurangi sifat emosional.

D. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan

Pada umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya apabila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk baik barang maupun jasa, sedangkan kinerja atau hasil yang dirasakan merupakan persepsi pelanggan terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk yang ia beli (Fajar Laksana, 2008: 96). Kepuasan dan ketidakpuasan berawal dari persepsi/harapan pelanggan akan sesuatu yang akan diterima dari perusahaan yang menyediakan pelayanan yang bertujuan untuk mendapatkan kesetiaan pelanggan dimana kesetiaan tersebut adalah kunci sukses bagi suatu perusahaan.

Menurut Garpesz (1997: 73) dalam Fajar Laksana (2008), pelanggan dibedakan menjadi 3 yaitu:

1. Pelanggan internal, merupakan orang yang berada dalam perusahaan dan memiliki pengaruh pada performasi pekerjaan atau perusahaan.
2. Pelanggan antara, adalah pelanggan yang bertindak sebagai perantara bukan sebagai pemakai akhir produk.
3. Pelanggan eksternal, merupakan pembeli atau pemakai akhir produk itu.

Menurut Korz dan Clow (1998: 382) dalam Fajar laksana (2008) pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan adalah jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka akan memberi kepuasan. Jadi, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan/anggota dipengaruhi oleh apa yang diinginkan oleh pelanggan

sudah sesuai dengan produk yang berupa barang maupun jasa dan pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh koperasi.

E. Penelitian yang Relevan

Penelitian terdahulu dan yang relevan ini digunakan penulis untuk memperoleh data, membandingkan, dan memberi masukan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Beberapa penelitian yang dikaji yaitu:

1. Skripsi dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah (study kasus PD. BPR Bank Jogja) tahun 2010 disusun oleh Juzan Tri Hartanto. Pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Jumlah sampel yang diambil adalah 80 nasabah. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS. Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa dimensi SERVQUAL yaitu empati, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan variabel-variabel bukti fisik, keandalan, jaminan, dan daya tanggap berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Skripsi dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Makassar Air Traffic Service Canter MATSC PT (Persero) Angkasa Pura I Makassar tahun 2012 disusun oleh Muhammad Ichsan Sahib. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati, dan keandalan terhadap kepuasan konsumen pada MATSC PT (Persero) Angkasa Pura I Makassar. Sampel penelitian ini sebanyak 100 orang yang

diambil secara *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif untuk menjelaskan data penelitian dan deskripsi penelitian, sedangkan untuk menganalisis data kuantitatif menggunakan alat analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa secara simultan hasil penelitian ini membuktikan dugaan hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima yaitu bahwa daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati dan kehandalan secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen pada MATSC PT (Persero) Angkasa Pura I Makassar. Secara parsial daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati dan kehandalan telah diterapkan dengan baik dalam mencapai kepuasan konsumen pada MATSC PT (Persero) Angkasa Pura I Makassar. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa dimensi kualitas pelayanan berdasarkan bukti fisik yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada MATSC PT (Persero) Angkasa Pura I Makassar. Artinya konsumen telah mampu memahami bahwa kepuasan yang dirasakan ditentukan oleh pemberian pelayanan yang sesuai ketersediaan sarana, fasilitas dan keahlian pilot yang nyata diterapkan kepada konsumen.

3. Skripsi dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan nasabah Shar-e di Yogyakarta (studi kasus pada loket Shar-e yang berkedudukan di Kantor Pos Gondokusuman Yogyakarta) tahun 2009 dan ditulis oleh Lalu Zulhendri Oktavi. Hasil penelitian membuktikan Bahwa variabel kualitas pelayanan yang diberikan oleh Loket Shar-E yang berkedudukan di kantor pos Gondokusuman Yogyakarta berpengaruh

positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Shar-E. Hasil pengujian ini menghasilkan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,530 yang berarti kualitas pelayanan mampu mempengaruhi kepuasan nasabah Shar-E pada Loket Shar-E yang berkedudukan di kantor pos Gondokusuman Yogyakarta sebesar 53%. Artinya, kualitas pelayanan bukan faktor satu-satunya yang mempengaruhi kepuasan nasabah Shar-E, tetapi ada faktor lain yang mempengaruhinya selain variabel bebas dalam penelitian tersebut.

4. Skripsi dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Barat tahun 2013 disusun oleh Muh Yunus Bandu. Metode penelitian ini adalah metode observasi, wawancara, kuesioner, dan studi kepustakaan dengan menggunakan skala likert dan metode penentuan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* sebanyak 100 sampel. Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linier berganda. Hasil penelitian bahwa keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Uji t menghasilkan signifikansi keandalan 0,000, daya tanggap 0,299, jaminan 0,531, empati 0,024, dan bukti fisik 0,086.

F. Kerangka Berfikir

Kepuasan anggota dipengaruhi oleh beberapa faktor yang di ambil dari 5 dimensi menurut Parasuraman *et al.*, yaitu:

1. Pengaruh Keandalan (*reliability*) terhadap Kepuasan Anggota

Keandalan adalah kemampuan memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan anggota secara cepat, tepat, dan terpercaya. Jadi, kinerja karyawan Koperasi Susu Warga Mulya dengan anggota harus sesuai atau bahkan melebihi harapan yang dibayangkan oleh anggota tanpa ada kesalahan, mempunyai sikap yang simpatik, dan mampu memenuhi janji dalam memberikan pelayanan yang segera dan memuaskan bagi Koperasi dan anggota. Keandalan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan anggota. Jika keandalan koperasi dan karyawan kurang dari apa yang diharapkan anggota, maka keandalan koperasi dianggap kurang memuaskan. Jika keandalan koperasi dan karyawan sama seperti yang diharapkan anggota, maka keandalan koperasi dikategorikan memuaskan. Jika keandalan koperasi dan karyawan lebih dari apa yang diharapkan anggota, maka keandalan koperasi dikategorikan sangat memuaskan. Pada saat konsumen sudah puas, maka konsumen akan menunjukkan ciri-cirinya sebagai konsumen yang puas dengan loyal terhadap produk, komunikasi mulut ke mulut yang berisfat positif, dan perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika melihat produk lain.

2. Pengaruh Daya Tanggap (*responsiveness*) terhadap Kepuasan Anggota

Daya tanggap adalah respon karyawan dalam membantu anggota mengatasi masalah yang sedang dihadapi demi kelancaran operasional koperasi. Tanggapan adalah suatu kebijakan yang membantu memberikan pelayanan yang cepat dan menyampaikan informasi yang jelas. Daya

tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan. Jika daya tanggap koperasi dan karyawan kurang dari apa yang diharapkan anggota, maka daya tanggap koperasi dan karyawan dikategorikan kurang memuaskan. Jika daya tanggap koperasi dan karyawan seperti apa yang diharapkan anggota, maka daya tanggap koperasi akan dikategorikan memuaskan, Jika daya tanggap koperasi dan karyawan lebih dari apa yang diharapkan anggota, maka daya tanggap koperasi dan karyawan akan dikategorikan sangat memuaskan. Pada saat konsumen sudah puas, maka konsumen akan menunjukkan ciri-cirinya sebagai konsumen yang puas dengan loyal terhadap produk, komunikasi mulut ke mulut yang berisfat positif, dan perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika melihat produk lain.

3. Pengaruh Jaminan (*assurance*) terhadap Kepuasan Anggota

Jaminan adalah memberikan pelayanan dengan menyampaikan informasi dan menanamkan rasa percaya kepada anggota bahwa transaksi produksi di koperasi dengan anggota akan selalu memberikan manfaat yang lebih bagi anggota koperasi itu sendiri dan tidak akan mengecewakan kepercayaan yang telah di berikan anggota kepada koperasi. Jika Jaminan koperasi kurang dari apa yang diharapkan anggota, maka koperasi akan dikategorikan kurang memuaskan, jika jaminan koperasi sesuai dengan apa yang diharapkan anggota, maka koperasi akan dikategorikan memuaskan. Jika jaminan koperasi lebih dari yang diharapkan anggota maka koperasi akan dikategorikan sangat memuaskan. Pada saat konsumen sudah puas, maka konsumen akan menunjukkan ciri-cirinya

sebagai konsumen yang puas dengan loyal terhadap produk, komunikasi mulut ke mulut yang berisfat positif, dan perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika melihat produk lain.

4. Pengaruh Empati (*emphaty*) terhadap Kepuasan Anggota Koperasi

Empati adalah suatu perhatian secara pribadi yang diberikan koperasi kepada anggota dan menampung keinginan dan kebutuhan anggota guna memperbaiki kinerja koperasi agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan setiap anggota. Empati memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan anggota. Jika empati yang dilakukan koperasi kurang dari apa yang diharapkan anggota maka anggota akan merasa kurang puas. Jika empati koperasi sesuai dengan apa yang diharapkan anggota maka anggota akan merasa puas. Jika empati koperasi lebih dari apa yang diharapkan anggota, maka anggota akan merasa sangat puas. Pada saat konsumen sudah puas, maka konsumen akan menunjukkan ciri-cirinya sebagai konsumen yang puas dengan loyal terhadap produk, komunikasi mulut ke mulut yang berisfat positif, dan perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika melihat produk lain.

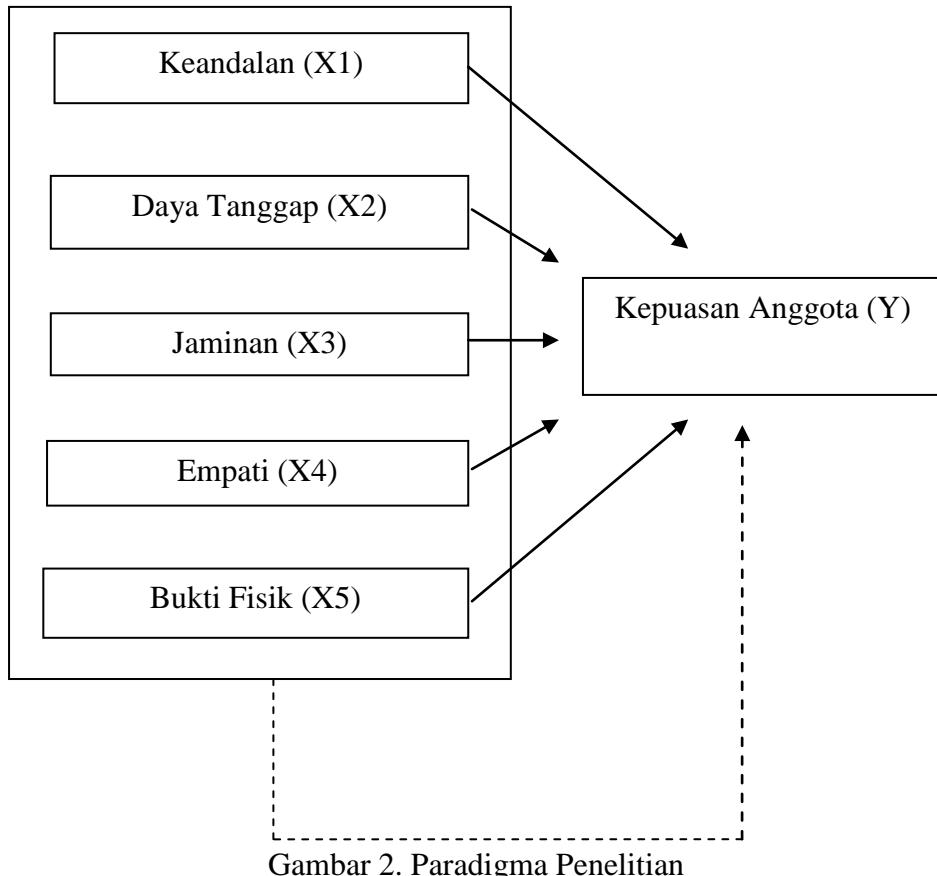
5. Pengaruh Bukti Fisik (*tangible*) terhadap Kepuasan Anggota

Bukti langsung adalah pemberian fasilitas, sarana dan prasarana berwujud secara langsung atau nyata seperti gedung, kelengkapan peralatan, penampilan karyawan, dll. Bukti langsung memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan anggota. Jika Bukti langsung koperasi kurang dari apa yang diharapkan anggota, maka bukti langsung koperasi

dikategorikan kurang memuaskan. Jika bukti langsung koperasi sesuai dengan apa yang diharapkan anggota, maka bukti langsung koperasi dikategorikan memuaskan. Jika bukti langsung koperasi lebih dari apa yang diharapkan anggota maka bukti langsung koperasi dikategorikan sangat memuaskan. Pada saat konsumen sudah puas, maka konsumen akan menunjukkan ciri-cirinya sebagai konsumen yang puas dengan loyal terhadap produk, komunikasi mulut ke mulut yang berisfat positif, dan perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika melihat produk lain.

6. Pengaruh Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Empati (*emphaty*), Jaminan (*assurance*), dan Bukti Fisik (*tangible*) secara Simultan terhadap Kepuasan Anggota

Keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*emphaty*), jaminan (*assurance*), dan bukti fisik (*tangible*) merupakan lima dimensi dari kualitas pelayanan yang di cetuskan oleh Parasuraman, *et al.*, yang harus diberikan kepada anggota oleh koperasi dan juga harus dengan kualitas yang baik sehingga anggota merasa puas. Jika kualitas pelayanan memuaskan, maka konsumen akan menunjukkan ciri-ciri konsumen yang puas yaitu loyal terhadap produk, komunikasi mulut ke mulut yang bersifat positif, dan perusahaan akan menjadi pertimbangan utama ketika melihat produk lain.



Gambar 2. Paradigma Penelitian

Keterangan:

X1 : Keandalan (*reliability*)

X2 : Daya Tanggap (*responsiveness*)

X3 : Jaminan (*assurance*)

X4 : Empati (*Emphaty*)

X5 : Bukti Fisik (*Tangible*)

Y : Kepuasan Anggota

→ : Secara Parsial

- - → : Secara Simultan

G. Hipotesis Penelitian

1. Dimensi keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota Koperasi Susu Warga Mulya Purwobinangun, Pakem, Sleman, DIY.
2. Dimensi daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota Koperasi Susu Warga Mulya Purwobinangun, Pakem, Sleman, DIY.
3. Dimensi jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota Koperasi Susu Warga Mulya Purwobinangun, Pakem, Sleman, DIY.
4. Dimensi empati berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota Koperasi Susu Warga Mulya Purwobinangun, Pakem, Sleman, DIY.
5. Dimensi bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota Koperasi Susu Warga Mulya Purwobinangun, Pakem, Sleman, DIY.
6. Dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota Koperasi Warga Mulya Purwobinangun, Pakem, Sleman, DIY.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka ataupun data kualitatif yang diangkakan. Penelitian kuantitatif digunakan untuk mengukur variabel bebas dan variabel terikat dengan menggunakan angka-angka yang diolah menjadi analisis statistik.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Metode survey adalah metode penelitian dengan cara mengambil data dari jumlah sampel yang berasal dari populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data utama. Populasi penelitian adalah anggota koperasi yang tercatat dalam administrasi Koperasi Susu Warga Mulya Tahun 2015.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Koperasi Susu Warga Mulya. Koperasi Warga Mulya beralamatkan di Dusun Bunder, Desa Purwobinangun, Kecamatan Pakem, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengambilan data juga dilakukan dengan penjemputan ke kelompok antara lain kelompok Boyong, Ngepring 1, Ngepring 2, Kemiri, Tunggul arum. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan September 2015.

C. Definisi Operasional

Sesuai dengan kerangka pemikiran dan hipotesis yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa dalam penelitian ini terdapat 6 variable, yaitu variable independen berupa lima dimensi kualitas pelayanan (X) dan variable dependen yaitu kepuasan (Y). Variabel X terdiri dari keandalan (*reliability*) sebagai X₁, daya tanggap (*responsiveness*) sebagai X₂, jaminan (*assurance*) sebagai X₃, empati (*emphaty*) sebagai X₄, bukti fisik (*tangible*) sebagai X₅. Operasionalisasi variabel-variabel tersebut antara lain adalah:

1. Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan koperasi untuk memberikan layanan yang cepat dan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan. Pelayanan yang diberikan memiliki konsistensi dan dapat dipercaya anggota.
2. Daya tanggap (*responsiveness*) adalah kemauan dan kemampuan koperasi dalam membantu para anggota dan merespon permintaan, serta menginformasikan kapan permintaan anggota akan direalisasikan dan kemudian melaksanakan pekerjaan tersebut dengan cepat.
3. Jaminan (*assurance*) adalah perilaku koperasi yang menumbuhkan kepercayaan anggota terhadap koperasi dan koperasi bisa menciptakan rasa aman dari sisi ekonomi bagi anggotanya. Jaminan juga berarti bahwa karyawan koperasi selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani pertanyaan atau masalah yang di alami anggota. Kejujuran juga merupakan jaminan kualitas pelayanan koperasi yang harus dijunjung tinggi oleh karyawan.

4. Empati (*emphaty*) adalah kemampuan dalam memahami masalah anggota dan mengatasi masalah tersebut demi kepentingan anggota serta memberikan perhatian yang bersifat personal kepada anggota. Kesabaran karyawan merupakan faktor dimana pemahaman masalah dari anggota bisa di tumpang dengan baik oleh karyawan.
5. Bukti fisik (*tangible*) adalah kemampuan koperasi dalam menunjukkan daya tarik dari segi fasilitas fisik koperasi, perlengkapan yang mendukung kinerja usaha, serta penampilan karyawan. Bukti langsung adalah aspek perusahaan yang mudah terlihat oleh anggota atau pihak luar.
6. Kepuasan anggota adalah respon anggota terhadap apa yang diberikan hasil yang diberikan oleh koperasi dibandingkan dengan harapan anggota. Kepuasan konsumen dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala-skala kepuasan konsumen berdasarkan ciri-ciri konsumen yang merasa puas yang diungkapkan oleh Kotler dkk (2000), yaitu; loyal terhadap produk, adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, dan perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli produk lain.

D. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah anggota koperasi yang berjumlah 1290 orang sampai bulan Juli 2015 yang terdiri dari 272 anggota aktif dan 1.016 anggota pasif. Populasi adalah jumlah keseluruhan objek (satuan-satuan atau individu-individu) yang karakteristiknya hendak diduga (Djarwanto, 1996). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota Koperasi Susu Warga

Mulya, untuk menguji pengaruh lima dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota Koperasi Susu Warga Mulya.

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2006). Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada, sehingga dibentuk sebuah perwakilan populasi. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah non probability sampling, elemen populasi dipilih atas dasar availabilitasnya (misalnya karena mereka memang dengan sukarela mau menjadi responden) atau karena pertimbangan pribadi peneliti bahwa mereka dapat mewakili populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah Accidental Sampling Method yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara acak (DR. Kartini Kartono, 1990).

Pengambilan sampel akan menggunakan persamaan dari Yamane dalam Jalaluddin Rakhmat (1999 : 82) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N - d^2} + 1$$

n = Besarnya sampel yang ditarik dalam penelitian

N = Besarnya populasi penelitian

d = Presisi yang ditetapkan

1 = Bilangan konstanta

Nilai presisi yang ditetapkan sebesar 10% dengan tingkat kepercayaan (level of significant) sebesar 90%. Berdasarkan jumlah populasi dalam

penelitian yakni anggota koperasi sebanyak 1.290 orang, diperoleh ukuran sampel minimal sebanyak 92,81 dan di bulatkan menjadi 100 orang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan angket atau kuesioner. Data diperoleh dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan panduan kuesioner maupun memberikan daftar pertanyaan untuk diisi oleh responden, dan data yang diperoleh dapat diolah dan memberikan informasi tertentu kepada peneliti. Untuk alternatif jawaban responden pada kuesioner menggunakan skala *likert*. Skala *likert* mempunyai gradasi skor dari 1-5. Jawaban-jawaban tersebut diberi skor sebagai berikut:

Tabel 2. Skala *Likert*

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat tidak setuju	1
Tidak Setuju	2
Cukup Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

F. Instrumen Penelitian

Instrumen merupakan alat yang digunakan untuk melakukan sesuatu. Sedangkan penelitian memiliki arti pemeriksaan, penyelidikan, kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penyajian data secara sistematis dan obyektif. Dengan pengertian masing-masing kata tersebut, maka instrumen penelitian adalah semua alat yang digunakan untuk mengumpulkan,

memeriksa, menyelidiki suatu masalah, atau mengumpulkan, mengolah, menganalisa, dan menyajikan data secara sistematis serta obyektif dengan tujuan memecahkan suatu persoalan atau menguji hipotesis. Menurut Sugiyono (2003: 133) menyatakan bahwa instrumen digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Instrumen penelitian yang digunakan adalah angket atau kuesioner mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota Koperasi Susu Warga Mulya. Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup. Angket tertutup adalah angket yang telah dilengkapi dengan alternatif jawaban sehingga responden tinggal memilih jawaban yang telah disediakan. Alternatif jawaban tersebut menggunakan skala *likert*.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Coba Instrumen Penelitian

Untuk mengetahui baik buruknya instrumen penelitian yang akan digunakan, maka angket harus diuji terlebih dahulu. Uji coba penelitian ini dilakukan pada responden sebanyak 30 anggota koperasi. Uji coba instrumen ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai sudah atau belum terpenuhinya persyaratan instrumen sebagai alat pengumpul data yang valid dan reliabel. Jika di dalam instrumen terdapat butir – butir pertanyaan yang tidak valid, maka butir pertanyaan tersebut akan digugurkan.

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat validitas instrumen. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang

diinginkan atau dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat (Suharsimi Arikunto, 2006: 169).

Analisa dalam uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS korelasi *product moment* sesuai dengan pendapat Pearson. Pada setiap butir akan dikorelasikan dengan skor total yang merupakan jumlah semua skor butir dan kemudian dilakukan pengelompokan data. Item yang memiliki korelasi positif dengan skor total serta korelasi tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut memiliki validitas yang tinggi. Syarat yang harus dipenuhi oleh item valid adalah jika $r_{xy} = 0,300$ (Sugiyono, 2010: 182). Jika suatu butir memiliki koefisien korelasi skor butir dan skor total $r < 0,300$, maka butir instrumen tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah kestabilan alat ukur. Suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila dapat memberikan hasil yang relatif sama bila dipakai untuk mengukur ulang obyek yang berbeda. Reliabilitas sering juga disebut sebagai konsistensi atau keajegan. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Instrumen yang baik tidak bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen dikatakan reliabel apabila suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Suharsimi Arikunto, 2006: 178). Dapat dipercaya yang dimaksudkan adalah

meyakinkan jika hasil suatu tes akan menunjukkan hasil yang sama ketika dilakukan tes kembali.

Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan rumus *Cronbach's Alfa*. Rumus ini digunakan untuk mencari reliabilitas yang skornya antara 0 sampai 1. Nilai koefisien reliabilitas berkisar antara 0 sampai dengan 1. Nilai koefisien reliabilitas yang semakin tinggi akan menunjukkan semakin reliabel sebuah kuesioner. Koefisien reliabilitas dianggap baik jika nilai *Alfa* memenuhi $\geq 0,600$ dan sebaliknya.

2. Teknik Prasyarat Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki ditribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid atau bias terutama untuk sampel kecil. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yaitu distribusi data tersebut tidak menceng kekiri atau ke kanan. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas atau dengan menggunakan angka dengan menetapkan $\alpha 0,05$ (Imam Ghazali, 2009: 160), Uji normalitas ini menggunakan uji Kolmogorov Smirnov dengan sampel berjumlah 100 dan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data akan dikatakan normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05. Sebaliknya,

jika signifikansi data lebih kecil dari 0,05 maka distribusi data dikatakan tidak normal

b. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui hubungan variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linier atau tidak. Linieritas variabel dapat dilihat dari *ANOVA Table* hasil uji F untuk baris *Deviation from linearity*. Pengujian linieritas dalam penelitian ini menggunakan uji F pada taraf signifikansi 5%. Jika nilai P > 0,05 maka hubungan antar variabel adalah linear. Sebaliknya jika nilai P signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hubungan antar variabel tidak linear. Apabila data yang digunakan dalam penelitian setelah diuji tidak linear analisis data tidak berlaku, karena prasyarat dalam asumsi data ini harus linear.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas adalah dengan menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika nilai *variance inflation factor* (VIF) untuk masing-masing variabel independen kurang dari 4, maka model tersebut terbebas dari gejala multikolinearitas sehingga analisis dapat dilanjutkan.

d. Uji Homosedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang homosedastisitas atau tidak heterosedastisitas (Imam Ghazali, 2009: 139). Uji homosedastisitas bertujuan untuk mengetahui kesamaan varians eror untuk setiap nilai x. Cara yang digunakan untuk uji homosedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Park dengan syarat jika signifikansi menunjukkan angka $> 0,05$ maka tidak terjadi heterosedastisitas atau data masuk ke data homogen.

e. Uji Hipotesis

Uji hipotesis menggunakan persamaan linier berganda. Analisis linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah mempunyai hubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan linier berganda penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = kepuasan

X_1 = keandalan

X_2 = daya tanggap

X_3 = jaminan

X4 = empati

X5 = bukti fisik

Hipotesis dari persamaan ini digunakan untuk uji t dan uji F

1) Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Jika probabilitas nilai t atau signifikansi $< 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Namun jika probabilitas nilai t atau signifikansi $> 0,05$ maka akan dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk menguji signifikansi regresi digunakan t-hitung. Prosedur yang harus dilalui untuk melakukan uji t adalah sebagai berikut:

- a) Menentukan hipotesis awal dan hipotesis alternatifnya
- b) Menentukan tingkat signifikansi 5%
- c) Membuat kesimpulan

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Uji F digunakan untuk menghitung besarnya perubahan nilai semua variabel independen. Prosedur yang harus dilalui untuk melakukan uji F adalah sebagai berikut:

- a) Menentukan hipotesis awal dan hipotesis alternatif
- b) Menentukan tingkat signifikansi 5%
- c) Membuat kesimpulan

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Umum

1. Profil Koperasi

Koperasi Susu Warga Mulya adalah koperasi yang beralamatkan di jl. Palagan Tentara Pelajar, dsn. Bunder, Ds. Purwobinangun, Kec. Pakem, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Koperasi ini berdiri sejak tanggal 30 Januari 1979. Visi Koperasi Susu Warga Mulya adalah menjadi koperasi yang kuat, mandiri, profesional, yang memberikan peningkatan kesejahteraan bersama dan memiliki sarana dan prasarana yang memadai sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip koperasi. Misi Koperasi Susu Warga Mulya adalah peningkatan kualitas dan produksi susu, membangun komitmen yang lebih kuat, penganekaragaman usaha yang mendukung koperasi, membangun jaringan pasar, pengembangan pendidikan yang berkelanjutan. Sedangkan motto koperasi ini adalah Setia Usaha Koperasi Sehat Ekonomi Sejahtera Makmur Aman Nyaman Dinamis Idaman Rakyat Indonesia atau disingkat dengan SUKSES MANDIRI.

2. Sejarah Koperasi

Koperasi susu warga mulya adalah koperasi produksi susu yang menampung susu selanjutnya akan diolah sendiri ataupun distribusikan kepada industri pengolah susu ataupun konsumen langsung. Koperasi ini berdiri secara resmi tanggal 30 Januari 1979. Sejarah koperasi ini sebagai berikut:

a. Tahun 1979

Terdapat 35 perusahaan susu segar yang dikelola perorangan yang tersebar di berbagai daerah di Yogyakarta antara lain di Kotamadya Yogyakarta sebanyak 25 perusahaan, Kabupaten Sleman sebanyak 9 perusahaan, dan Kabupaten Bantul sebanyak 1 perusahaan. Hal ini menyebabkan persaingan yang tidak sehat sehingga kualitas susu sapi menjadi menurun. Pada tanggal 11 Januari 1978, peternak sapi perah mendirikan Perhimpunan Peternak Sapi Indonesia (PPSI) yang kemudian menjadi Peternak Sapi dan Kerbau Indonesia (PSKI). Tanggal 26 September 1978, PSKI mengadakan rapat pembentukan koperasi Warga Mulya yang diisi oleh 126 anggota. Seiring berjalannya waktu, Tanggal 30 Januari 1979 Koperasi Susu Warga Mulya menjadi Badan Hukum dengan Nomor 1.128/BH/XI/1979 yang juga ditetapkan sebagai hari berdirinya Koperasi Susu Warga Mulya.

b. Tahun 1979

Pada Tahun ini, Koperasi Susu Warga Mulya ikut serta dalam mendirikan Gabungan Koperasi Susu Indonesia (GKSI) dan menjadi anggota GKSI sampai sekarang. Pada tanggal 27 oktober 1989, Gedung Koperasi Susu Warga Mulya diresmikan oleh Menteri Koperasi Bustanul Arifin, SH dengan nomor badan hukum yang baru yaitu 1.12a/BH/XI/1991 tertanggal 15 Mei 1991.

c. Tahun 1989

Pada tahun ini, Koperasi Susu Warga Mulya mendirikan unit usaha pembesaran pedet dengan populasi 50 ekor yang didapat dari bantuan PT Sari Husada Yogyakarta. PT Sari Husada adalah Industri Pengolah Susu yang memang menjadi salah satu konsumen yang bekerja sama dengan Koperasi Susu Warga Mulya.

d. Tahun 1991

Koperasi Susu Warga Mulya mendirikan unit usaha pakan ternak untuk mempermudah anggota memperoleh pakan ternak baik kredit maupun tunai. Selain itu, pendirian unit usaha pakan ternak digunakan untuk menjaga kualitas susu dengan cara memproduksi dan mengontrol kualitas pakan ternak.

e. Tahun 1997

Koperasi mulai membangun gedung baru yang lebih dekat dengan peternak. Lokasi yang ditempati Koperasi Susu Warga Mulya yang baru terletak di dsn. Bunder, ds. Purwobinangun, kec. Pakem, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

f. 1 April 1999 s/d sekarang

Koperasi mulai menempati gedung baru yang memiliki tanah seluas 4.332 m² di dsn. Bunder, ds. Purwobinangun, kec. Pakem, kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Badan hukum koperasi juga mengalami perubahan dengan nomor 27/BH/Kwk.12/1998 tertanggal 5

Mei 1998. Peresmian koperasi dilakukan oleh Menteri Koperasi Pengusaha Kecil dan Menengah Dr. Adi Sasono.

3. Unit Usaha Koperasi

Koperasi Susu Warga Mulya dalam aktifitasnya memiliki beberapa unit usaha dalam memperlancar kegiatan produksi susu antara lain unit usaha tersebut adalah sebagai berikut:

a. Unit Susu

Unit ini bertugas menampung dan memasarkan susu segar anggota.

b. Unit Pakan Ternak

Unit ini bertugas memproduksi dan memasarkan konsentrat sapi perah maupun potong.

c. Unit Kredit

Unit ini bertugas memberikan kredit dan asuransi sapi kepada anggota peternak.

d. Unit Pembesaran dan Pemerasan

Unit ini bertugas untuk membesarkan dan menyediakan bibit sapi yang berkualitas baik dan juga dalam pemerasan susu segar.

e. Unit Simpan Pinjam

Unit ini bertugas untuk menyediakan pelayanan berupa simpanan dan pinjaman bagi anggota koperasi.

f. Unit Pasteurisasi

Unit ini bertugas memproduksi dan memasarkan susu pasteurisasi.

g. Unit Waserda

Unit ini bertugas menyediakan kebutuhan pokok bagi anggota, karyawan, dan masyarakat sekitar.

h. Unit IB, PKB, dan Kesehatan Hewan

Unit ini bertugas memberikan pelayanan berupa inseminasi buatan, pemeriksaan kehamilan, dan obat-obatan hewan.

4. Ketersediaan Gedung

a. Pos satpam

b. Ruang arsip

c. Ruang tamu

d. Halaman parkir tamu

e. Ruang pengurus

f. Ruang fotocopy

g. Unit waserda

h. Kamar mandi

i. Musholla

j. Unit simpan pinjam

k. Aula utama

l. Ruang pengawas

m. Kamar mandi

n. Unit pasteurisasi

o. Laboratorium unit susu

p. Ruang pengurus susu

- q. Ruang *cooling*
- r. Unit makanan ternak
- s. Gudang
- t. Parkir motor karyawan
- u. Mess
- v. Parkir mobil

B. Deskripsi Data Khusus

Hasil penelitian yang digunakan untuk analisis data yaitu variabel terikat berupa lima dimensi kualitas pelayanan yang antara lain adalah keandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), empati (X4), dan bukti fisik (X5), dan kepuasan anggota. Hasil data disajikan dari masing-masing variabel meliputi nilai minimum, nilai maximum, nilai Mean (M), Median (Me), Modus (Mo), dan Standar Deviasi (SD). Selain itu juga disajikan tabel distribusi frekuensi, histogram distribusi frekuensi, dan diagram kategorisasi data. Adapun langkah-langkah yang digunakan dalam menyajikan tabel distribusi frekuensi diambil dari Sugiyono (2012 : 36) sebagai berikut :

1. Menghitung jumlah kelas interval (rumus Sturges)

$$K = 1 + 3,33 \log n$$

Keterangan :

K = jumlah kelas interval

n = jumlah data observasi

log = logaritma

2. Menentukan rentang data, yaitu terbesar dikurangi data terkecil.
3. Menghitung panjang kelas = rentang data dibagi jumlah kelas.

Untuk mengetahui kategorisasi masing-masing variabel dilakukan dengan cara mencari nilai minimum ideal (X_{\min} ideal), nilai maximum ideal (X_{\max} ideal), mean ideal (M_i), dan Standar deviasi ideal (S_{Di}) dengan rumus sebagai berikut :

$$M_i = \frac{1}{2} (X_{\max} \text{ ideal} + X_{\min} \text{ ideal})$$

$$S_{Di} = \frac{1}{6} (X_{\max} \text{ ideal} - X_{\min} \text{ ideal})$$

Setelah diketahui nilai rata-rata ideal dan standar deviasi ideal selanjutnya dibuat lima klasifikasi kriteria kecenderungan variabel yaitu sangat rendah (SR), rendah (R), Sedang (S), tinggi (T), Sangat tinggi (ST), untuk menentukan interval kelasnya adalah menggunakan kriteria sebagai berikut :

Sangat tinggi : $X > M_i + 1,5 S_{Di}$

tinggi : $M_i + 0,5 S_{Di} < X \leq M_i + 1,5 S_{Di}$

Sedang : $M_i - 0,5 S_{Di} < X \leq M_i + 0,5 S_{Di}$

rendah : $M_i - 1,5 S_{Di} < X \leq M_i - 0,5 S_{Di}$

Sangat rendah : $X \leq M_i - 1,5 S_{Di}$

(Azwar, 2009 : 108)

Hasil pengolahan data yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Variabel Keandalan

Berdasarkan data penelitian, variabel kepuasan anggota memiliki nilai maksimal 50, nilai minimal 13, mean 38,27, median 39, modus 40, standar deviasi 7,17. Jumlah kelas interval ditentukan dengan rumus $K = 1 + 3,33$

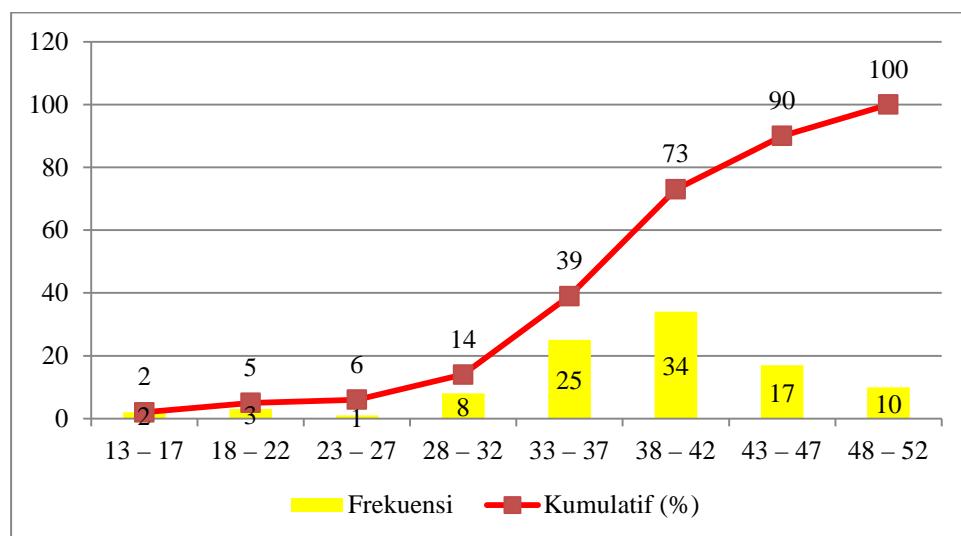
$\log 100$, hasilnya adalah 7,66 dibulatkan menjadi 8. Rentang data $50 - 13 = 37$. Panjang kelas didapat dari rentang kelas dibagi dengan jumlah kelas yaitu $37 / 8 = 4,62$ dibulatkan menjadi 5. Berikut adalah tabel distribusi frekuensi variabel keandalan:

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Variabel Keandalan

No	Interval Skor	Frekuensi	Frekuensi (%)	Kumulatif (%)
1	13 – 17	2	2	2
2	18 – 22	3	3	5
3	23 – 27	1	1	6
4	28 – 32	8	8	14
5	33 – 37	25	25	39
6	38 – 42	34	34	73
7	43 – 47	17	17	90
8	48 – 52	10	10	100
Jumlah		100	100	100

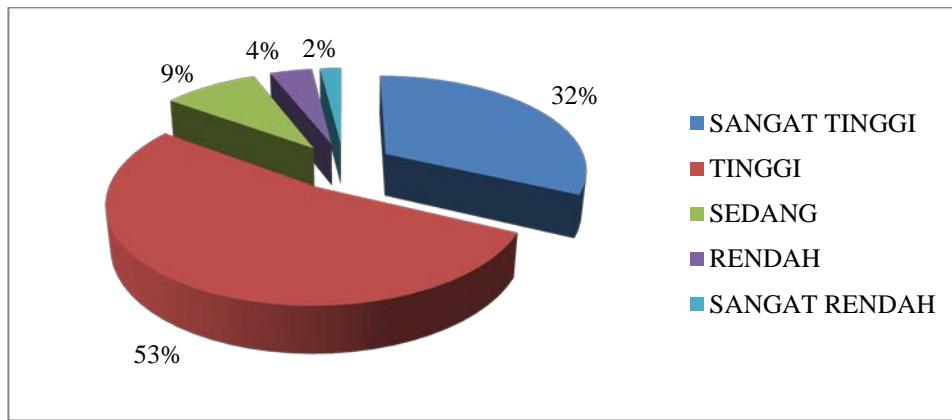
Sumber: data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan data di atas, dapat digambarkan dalam histogram sebagai berikut:



Gambar 3. Histogram Variabel Keandalan

Berdasarkan data penelitian, diperoleh nilai maksimal ideal 50, nilai minimal ideal 10, mean ideal 30, standar deviasi ideal 6,67. Data selengkapnya terdapat pada lampiran. Dari data tersebut bisa di gambarkan diagram kategorisasi sebagai berikut:



Gambar 4. Diagram Kategorisasi Data Variabel Keandalan

Gambar diagram 4, menunjukkan kecenderungan variabel keandalan. Kategorisasi variabel keandalan dibagi menjadi 5 kelompok diantaranya adalah sangat tinggi sebanyak 12% (12 responden), tinggi sebanyak 53% (53 responden), sedang sebanyak 9% (9 responden), rendah sebanyak 4% (4 responden) dan sangat rendah sebanyak 2% (2 responden). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan variabel keandalan pada kategori tinggi sebanyak 53% (53 responden).

2. Variabel Daya Tanggap

Berdasarkan data penelitian, variabel daya tanggap memiliki nilai tertinggi 35, nilai terendah 13, mean 27,29, median 28, modus 35, standar deviasi 5,63. Jumlah kelas interval ditentukan dengan rumus $K = 1 + \frac{3,33}{\log 100}$, hasilnya adalah 7,66 dibulatkan menjadi 8. Rentang data $35 - 13 = 22$. Panjang kelas didapat dari rentang kelas dibagi dengan jumlah kelas

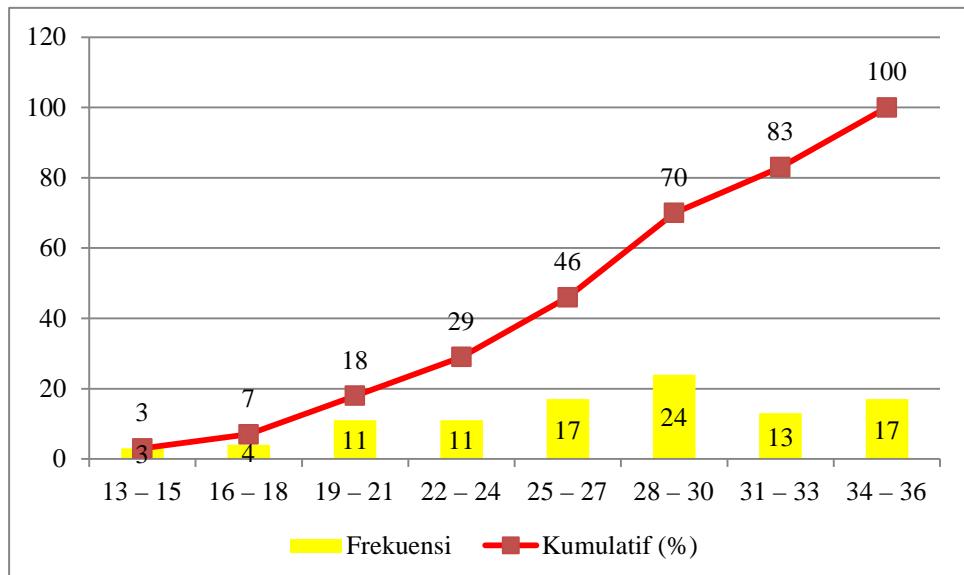
yaitu $22 / 8 = 2,75$ di bulatkan menjadi 3. Berikut adalah tabel distribusi frekuensi variabel daya tanggap:

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Variabel Daya Tanggap

No	Interval Skor	Frekuensi	Frekuensi (%)	Kumulatif (%)
1	13 – 15	3	3	3
2	16 – 18	4	4	7
3	19 – 21	11	11	18
4	22 – 24	11	11	29
5	25 – 27	17	17	46
6	28 – 30	24	24	70
7	31 – 33	13	13	83
8	34 – 36	17	17	100
Jumlah		100	100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2016

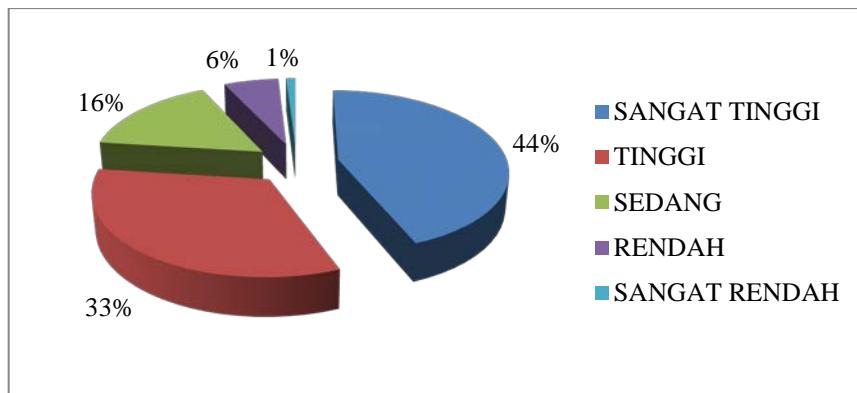
Berdasarkan data di atas, dapat digambarkan dalam histogram sebagai berikut:



Gambar 5. Histogram Variabel Daya Tanggap

Berdasarkan data penelitian yang diolah, diperoleh nilai maksimal ideal 35, nilai minimal ideal 7, mean ideal 21, standar deviasi ideal 4,67.

Data selengkapnya terdapat pada lampiran. Dari data tersebut bisa di gambarkan diagram kategorisasi sebagai berikut:



Gambar 6. Diagram Kategorisasi Data Variabel Daya Tanggap

Gambar diagram 6 menunjukkan kecenderungan variabel daya tanggap. Kategorisasi variabel daya tanggap dibagi menjadi 5 kelompok diantaranya adalah sangat tinggi sebanyak 44% (44 responden), tinggi sebanyak 33% (33 responden), sedang sebanyak 16% (16 responden), rendah sebanyak 6% (6 responden) dan sangat rendah sebanyak 1% (1 responden). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan variabel daya tanggap pada kategori sangat tinggi sebanyak 44% (44 responden).

3. Variabel Jaminan

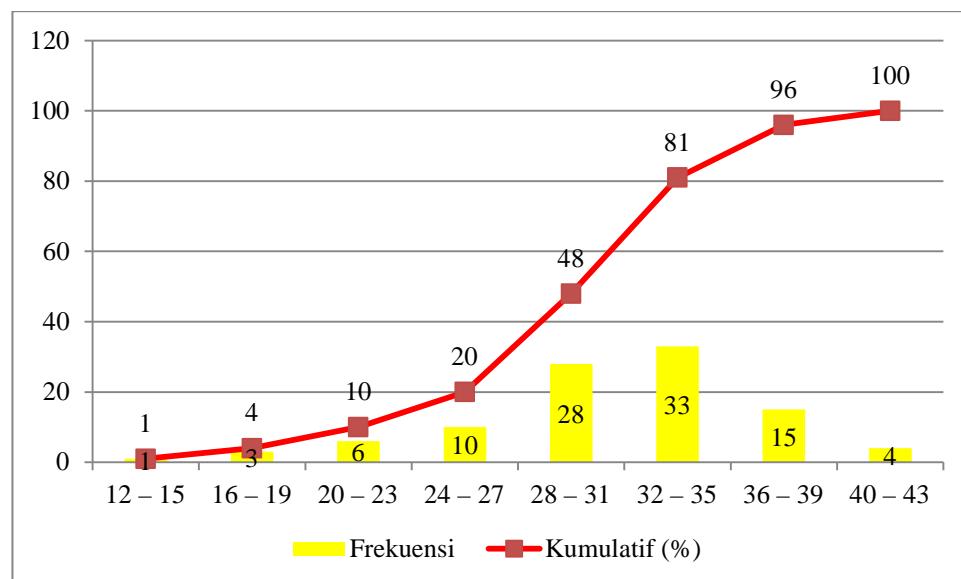
Berdasarkan data penelitian, variabel jaminan memiliki nilai tertinggi 40, nilai terendah 15, mean 30,74, median 32, modus 32, standar deviasi 5,13. Jumlah kelas interval ditentukan dengan rumus $K = 1 + 3,33 \log 100$, hasilnya adalah 7,66 dibulatkan menjadi 8. Rentang data $40 - 15 = 25$. Panjang kelas didapat dari rentang kelas dibagi dengan jumlah kelas yaitu $25 / 8 = 3,12$ dibulatkan menjadi 4. Berikut adalah tabel distribusi frekuensi variabel jaminan:

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Variabel Jaminan

No	Interval Skor	Frekuensi	Frekuensi (%)	Kumulatif (%)
1	12 – 15	1	1	1
2	16 – 19	3	3	4
3	20 – 23	6	6	10
4	24 – 27	10	10	20
5	28 – 31	28	28	48
6	32 – 35	33	33	81
7	36 – 39	15	15	96
8	40 – 43	4	4	100
Jumlah		100	100	100

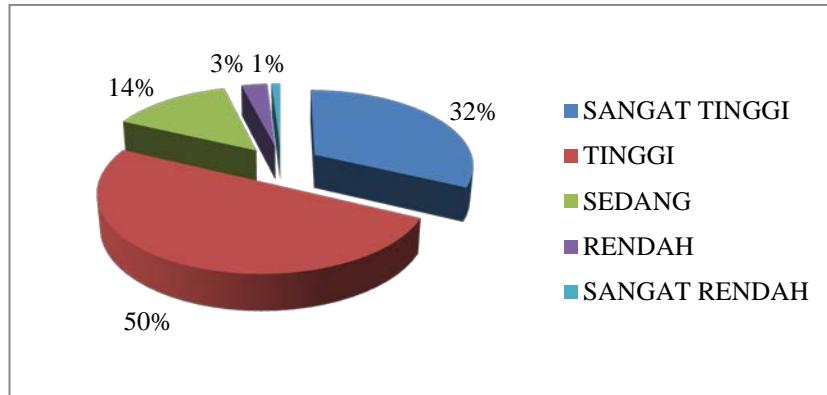
Sumber: data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan data di atas, dapat digambarkan dalam histogram sebagai berikut:



Gambar 7. Histogram Variabel Jaminan

Berdasarkan data penelitian yang diolah, diperoleh nilai maksimal ideal 40, nilai minimal ideal 8, mean ideal 24, standar deviasi ideal 5,33. Data selengkapnya terdapat pada lampiran. Dari data tersebut bisa di gambarkan diagram kategorisasi sebagai berikut:



Gambar 8. Diagram Kategorisasi Data Variabel Jaminan

Gambar diagram 8 menunjukkan kecenderungan variabel jaminan.

Kategorisasi variabel jaminan dibagi menjadi 5 kelompok diantaranya adalah sangat tinggi sebanyak 32% (32 responden), tinggi sebanyak 50% (50 responden), sedang sebanyak 14% (14 responden), rendah sebanyak 3% (3 responden) dan sangat rendah sebanyak 1% (1 responden). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan variabel jaminan pada kategori tinggi sebanyak 50% (50 responden).

4. Variabel Empati

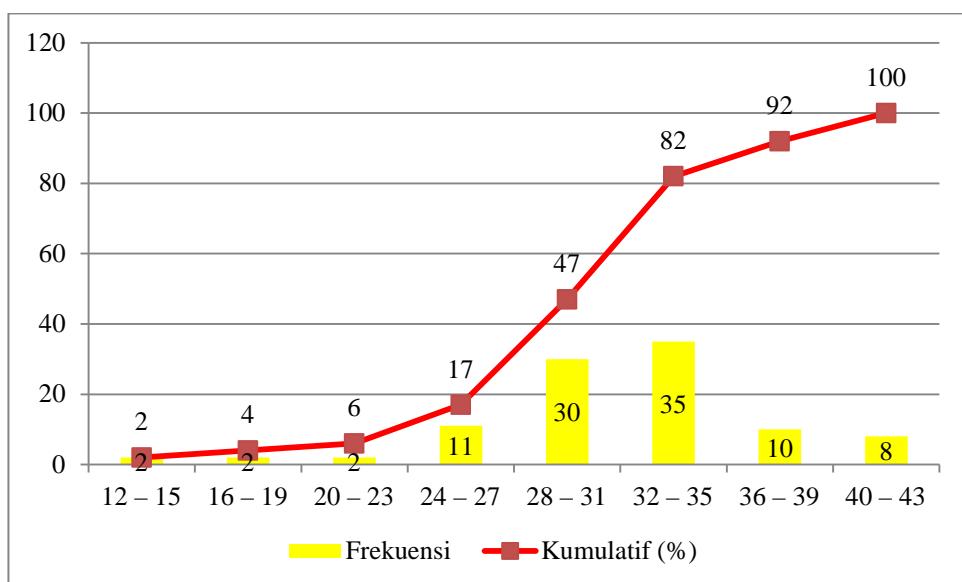
Berdasarkan data penelitian yang diolah, variabel empati memiliki nilai tertinggi 40, nilai terendah 15, mean 30,95, median 32, modus 32, standar deviasi 5,07. Jumlah kelas interval ditentukan dengan rumus $K = 1 + 3,33 \log 100$, hasilnya adalah 7,66 dibulatkan menjadi 8. Rentang data $40 - 15 = 25$. Panjang kelas didapat dari rentang kelas dibagi dengan jumlah kelas yaitu $25 / 8 = 3,12$ dibulatkan menjadi 4. Berikut adalah tabel distribusi frekuensi variabel empati:

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Variabel Empati

No	Interval Skor	Frekuensi	Frekuensi (%)	Kumulatif (%)
1	12 – 15	2	2	2
2	16 – 19	2	2	4
3	20 – 23	2	2	6
4	24 – 27	11	11	17
5	28 – 31	30	30	47
6	32 – 35	35	35	82
7	36 – 39	10	10	92
8	40 – 43	8	8	100
Jumlah		100	100	100

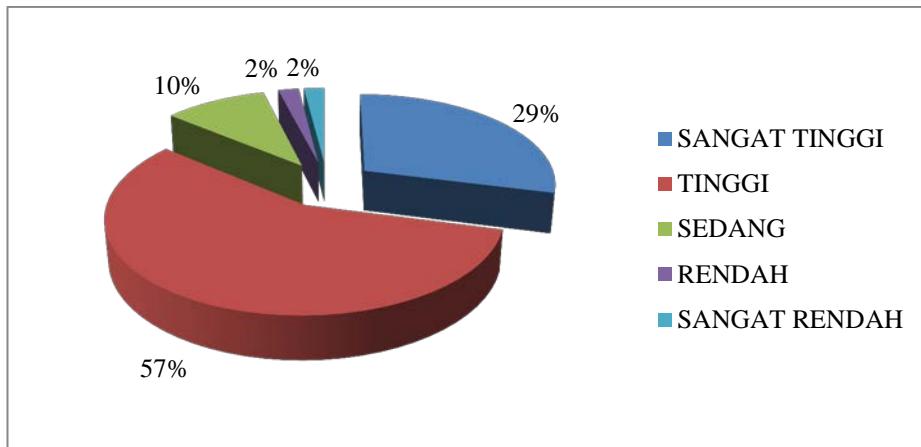
Sumber: data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan data di atas, dapat digambarkan dalam histogram sebagai berikut:



Gambar 9. Histogram Variabel Empati

Berdasarkan data penelitian, diperoleh nilai maksimal ideal 40, nilai minimal ideal 8, mean ideal 24, standar deviasi ideal 5,33. Data selengkapnya terdapat pada lampiran. Dari data tersebut bisa di gambarkan diagram kategorisasi sebagai berikut:



Gambar 10. Diagram Kategorisasi Data Variabel Empati

Gambar diagram 10 menunjukkan kecenderungan variabel empati.

Kategorisasi variabel empati dibagi menjadi 5 kelompok diantaranya adalah sangat tinggi sebanyak 29% (29 responden), tinggi sebanyak 57% (57 responden), sedang sebanyak 10% (10 responden), rendah sebanyak 2% (2 responden) dan sangat rendah sebanyak 2% (2 responden). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan variabel empati pada kategori tinggi sebanyak 57% (57 responden).

5. Variabel Bukti Fisik

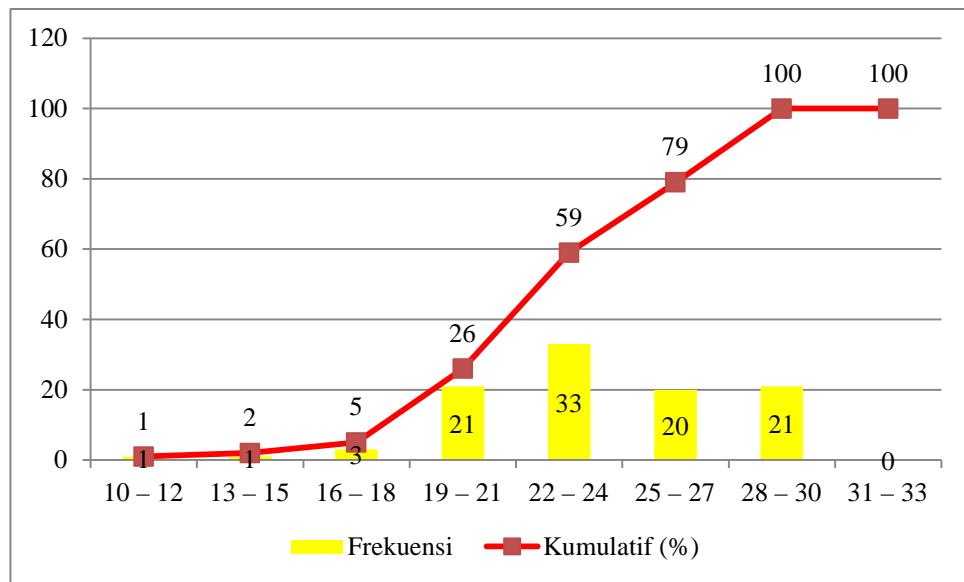
Berdasarkan data penelitian, variabel bukti fisik memiliki nilai tertinggi 30, nilai terendah 12, mean 23,86, median 24, modus 24, standar deviasi 3,59. Data selengkapnya dapat dilihat pada lampiran. Jumlah kelas interval ditentukan dengan rumus $K = 1 + 3,33 \log 100$, hasilnya adalah 7,66 dibulatkan menjadi 8. Rentang data $30 - 12 = 18$. Panjang kelas didapat dari rentang kelas dibagi dengan jumlah kelas yaitu $18 / 8 = 2,25$ dibulatkan menjadi 3. Berikut adalah tabel distribusi frekuensi variabel bukti fisik:

Tabel 7. Distribusi Frekuensi Variabel Bukti Fisik

No	Interval Skor	Frekuensi	Frekuensi (%)	Kumulatif (%)
1	10 – 12	1	1	1
2	13 – 15	1	1	2
3	16 – 18	3	3	5
4	19 – 21	21	21	26
5	22 – 24	33	33	59
6	25 – 27	20	20	79
7	28 – 30	21	21	100
8	31 – 33	0	0	100
Jumlah		100	100	100

Sumber: data primer yang diolah, 2016

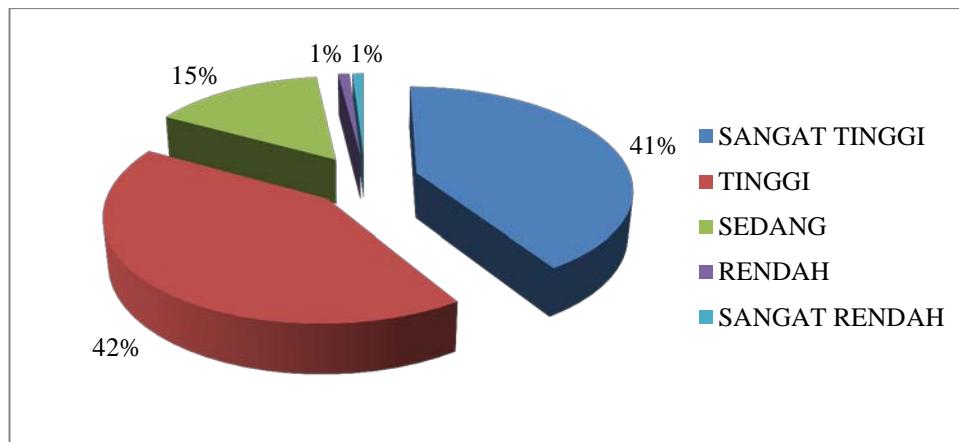
Berdasarkan data di atas, dapat digambarkan dalam histogram sebagai berikut:



Gambar 11. Histogram Variabel Bukti Fisik

Berdasarkan data penelitian yang diolah, diperoleh nilai maksimal ideal 30, nilai minimal ideal 6, mean ideal 18, standar deviasi ideal 4. Data

selengkapnya terdapat pada lampiran. Dari data tersebut bisa di gambarkan diagram kategorisasi sebagai berikut:



Gambar 12. Diagram Kategorisasi Data Variabel Bukti Fisik

Gambar diagram 12 menunjukkan kecenderungan variabel bukti fisik. Kategorisasi variabel bukti fisik dibagi menjadi 5 kelompok diantaranya adalah sangat tinggi sebanyak 41% (41 responden), tinggi sebanyak 42% (42 responden), sedang sebanyak 15% (15 responden), rendah sebanyak 1% (1 responden) dan sangat rendah sebanyak 1% (1 responden). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan variabel daya tanggap pada kategori sangat tinggi sebanyak 42% (42 responden).

6. Variabel Kepuasan

Berdasarkan data penelitian, variabel kepuasan memiliki nilai tertinggi 55, nilai terendah 20, mean 38,24, median 38,5, modus 38, standar deviasi 6,28. Jumlah kelas interval ditentukan dengan rumus $K = 1 + 3,33 \log 100$, hasilnya adalah 7,66 dibulatkan menjadi 8. Rentang data $55 - 20 = 35$. Panjang kelas didapat dari rentang kelas dibagi dengan jumlah kelas yaitu

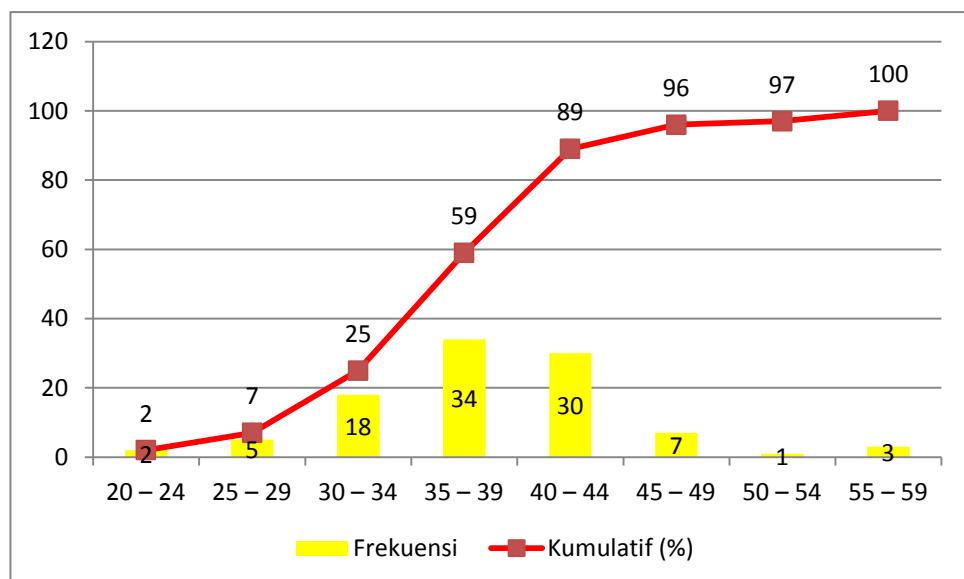
$35 / 8 = 4,37$ dibulatkan menjadi 5. Berikut adalah tabel distribusi frekuensi variabel Kepuasan:

Tabel 8. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan

No	Interval Skor	Frekuensi	Frekuensi (%)	Kumulatif (%)
1	20 – 24	2	2	2
2	25 – 29	5	5	7
3	30 – 34	18	18	25
4	35 – 39	34	34	59
5	40 – 44	30	30	89
6	45 – 49	7	7	96
7	50 – 54	1	1	97
8	55 – 59	3	3	100
Jumlah		100	100	100

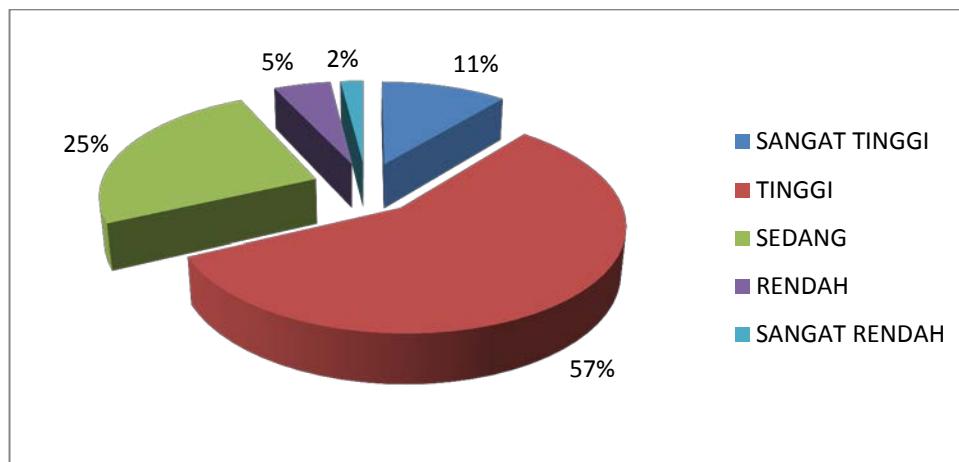
Sumber: data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan data di atas, dapat digambarkan dalam histogram sebagai berikut:



Gambar 13. Histogram Variabel Kepuasan

Berdasarkan data penelitian yang diolah, diperoleh nilai maksimal ideal 55, nilai minimal ideal 11, mean ideal 33, standar deviasi ideal 7,33. Data selengkapnya terdapat pada lampiran. Dari data tersebut bisa di gambarkan diagram kategorisasi sebagai berikut:



Gambar 13. Diagram Kategorisasi Data Variabel Kepuasan

Gambar diagram 13 menunjukkan kecenderungan variabel kepuasan. Kategorisasi variabel kepuasan dibagi menjadi 5 kelompok diantaranya adalah sangat tinggi sebanyak 11% (11 responden), tinggi sebanyak 57% (57 responden), sedang sebanyak 25% (25 responden), rendah sebanyak 5% (5 responden) dan sangat rendah sebanyak 2% (2 responden). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan variabel kepuasan pada kategori tinggi sebanyak 57% (57 responden).

7. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Tabel 9. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

		KEANDALAN	DATANG	JAMINAN	EMPATI	BUFIS	KEPUASAN
N	Valid	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		38.2700	27.2900	30.7400	30.9500	23.8600	38.2400
Median		39.0000	28.0000	32.0000	32.0000	24.0000	38.5000
Mode		40.00	35.00	32.00	32.00	24.00	38.00
Std. Deviation		7.17157	5.62695	5.13577	5.06997	3.58735	6.27987
Variance		51.431	31.663	26.376	25.705	12.869	39.437
Range		37.00	22.00	25.00	25.00	18.00	35.00
Minimum		13.00	13.00	15.00	15.00	12.00	20.00
Maximum		50.00	35.00	40.00	40.00	30.00	55.00
Sum		3827.00	2729.00	3074.00	3095.00	2386.00	3824.00
Percentiles	25	35.0000	24.0000	28.0000	28.0000	21.0000	34.2500
	50	39.0000	28.0000	32.0000	32.0000	24.0000	38.5000
	75	43.0000	31.7500	33.7500	34.0000	27.0000	42.0000

Sumber: data primer yang diolah, 2016

C. Uji Prasyarat Analisis

1. Uji Normalitas

Hasil dari uji normalitas yang telah didapatkan menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Asymp sig.* yang lebih dari 0,05. Hasil dari uji normalitas ditunjukkan dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Normalitas

variabel	Asymp sig.	keterangan
KEANDALAN	0,055	NORMAL
DAYA TANGGAP	0,390	NORMAL
JAMINAN	0,130	NORMAL
EMPATI	0,076	NORMAL
BUKTI FISIK	0,454	NORMAL
KEPUASAN	0,252	NORMAL

Tabel di atas menunjukkan nilai *Asymp sig.* dari tiap varabel yang telah diuji menggunakan SPSS 15. Hasil di atas menyimpulkan bahwa seluruh variabel berdistribusi normal sehingga prasyarat uji normalitas telah terpenuhi. Dengan terpenuhinya prasyarat normalitas, maka analisis bisa dilanjutkan.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat linier atau tidak. Hubungan antar variabel dikatakan linier jika nilai *sig* lebih dari atau sama dengan 5%. Penghitungan uji linieritas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 15. Hasil rangkuman uji linieritas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 11. Hasil Uji Linieritas

Variabel	F Tabel	Sig.	Keterangan
X1 – Y	1,354	0,796	LINEAR
X2 – Y	1,712	0,540	LINEAR
X3 – Y	1,455	0,154	LINEAR
X4 – Y	1,291	0,467	LINEAR
X5 – Y	1,355	0,439	LINEAR

Hasil uji linearitas keandalan terhadap kepuasan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *sig* lebih dari 5% yaitu sebesar 0,796. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara keandalan sebagai X1 dan kepuasan anggota koperasi sebagai Y bersifat linear. Begitu juga dengan daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang memiliki masing-

masing nilai *sig* lebih dari 5% yaitu 0,540, 0,154, 0,467, dan 0,439 sehingga variabel tersebut bersifat linear terhadap kepuasan.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendekripsi besarnya interkorelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Hasil dari uji multikolinearitas dengan program SPSS 15 ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 12. Hasil Uji Multikolinearitas

variabel	tolerance	VIF	Keterangan
X1	0,320	3,124	TIDAK TERJADI MULTIKOLINEARITAS
X2	0,401	2,492	
X3	0,730	1,370	
X4	0,451	2,216	
X5	0,517	1,933	

Berdasarkan tabel di atas, dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas. Syarat tidak terjadinya multikolinearitas yang diterapkan adalah nilai VIF kurang dari 4 dan nilai toleransi lebih dari 0,1 sehingga terbebas dari gejala multikolinearitas dan analisis data dapat dilanjutkan.

4. Uji Homosedastisitas

Langkah ini digunakan untuk menguji apakah model regresi memiliki perbedaan variansi residu dari kasus pengamatan satu ke kasus pengamatan yang lain. Model regresi yang baik harus memiliki sifat homogen. Cara

yang digunakan adalah Uji Park. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13. Hasil Uji Homosedastisitas

No	Variabel	Sig.	Keterangan
1	KEANDALAN	0,106	TIDAK TERJADI HETEROSEDASTISITAS
2	DAYA TANGGAP	0,830	
3	JAMINAN	0,863	
4	EMPATI	0,541	
5	BUKTI FISIK	0,150	

D. Uji Hipotesis Penelitian

1. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk menguji apakah variabel bebas yaitu lima dimensi kualitas layanan yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu kepuasan anggota koperasi. Analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Tabel berikut adalah rangkuman hasil pengujian hipotesis:

Tabel 14. Rangkuman Hasil Regresi Berganda

Model	Koef. Prediktor	t hitung	Sig.	R	R²	F
Konstanta (k)	8,898	2,406	0,018			
Keandalan (X1)	0,461	3,959	0,000			
Daya Tanggap (X2)	-0,205	-1,545	0,126			
Jaminan (X3)	0,217	2,019	0,046			
Empati (X4)	0,002	0,012	0,991			
Bukti Fisik (X5)	0,442	2,416	0,018			
<i>Summary</i>				0,684	0,468	
<i>Regression (ANOVA)</i>			0,000			16,538

Sumber: data yang diolah, 2015

Berdasarkan tabel di atas dapat ditarik kesimpulan persamaan regresi berganda tabel di atas menunjukkan bahwa angka koefisien R sebesar 0,684 dan R^2 sebesar 0,468. Nilai R menunjukkan nilai positif, hal ini menunjukkan bahwa lima dimensi kualitas pelayanan Koperasi Susu Warga Mulya secara bersamaan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota Koperasi Susu Warga Mulya. Nilai R^2 sebesar 0,468 menunjukkan bahwa variansi dalam kepuasan anggota dapat dijelaskan oleh lima dimensi kualitas pelayanan sebesar 46,8% melalui model, sedangkan sisanya (53,2%) berasal dari variabel lain yang tidak diperhitungkan dalam model ini.

Untuk menguji kontribusi tersebut ditemukan nilai F pada tabel 14 sebesar 16,538 dengan signifikansi 0,000. Nilai signifikansi yang dihasilkan kurang dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa secara simultan lima dimensi kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan atau berpengaruh positif

terhadap kepuasan anggota Koperasi Susu Warga Mulya, dengan demikian hipotesis ke 6 diterima.

Dari hasil analisis regresi berganda pada tabel 14 dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 8,898 + 0,461 X_1 + (-0,205) X_2 + 0,217 X_3 + 0,002 X_4 + 0,442 X_5$$

$$Y = 8,898 + 0,461 X_1 - 0,205 X_2 + 0,217 X_3 + 0,002 X_4 + 0,442 X_5$$

Dari persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (a) sebesar 8,898 dapat diartikan jika variabel keandalan (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4), dan bukti fisik (X_5) dianggap konstan, maka kepuasan anggota 8,898.
- b. Nilai koefisien (b_1) pada variabel keandalan adalah 0,461 yang artinya setiap perubahan variabel keandalan (X_1) sebesar 1% maka akan meningkatkan kepuasan anggota sebesar 0,461% dengan asumsi variabel bebas yang lain dianggap konstan.
- c. Nilai koefisien (b_2) pada variabel daya tanggap adalah -0,205 yang artinya setiap perubahan variabel daya tanggap (X_2) sebesar 1% maka akan meningkatkan kepuasan anggota sebesar -0,205% dengan asumsi variabel bebas yang lain dianggap konstan.
- d. Nilai koefisien (b_3) pada variabel jaminan adalah 0,217 yang artinya setiap perubahan variabel jaminan sebesar 1% maka akan meningkatkan kepuasan anggota sebesar 0,217% dengan asumsi variabel bebas lainnya di anggap konstan.

- e. Nilai koefisien (b4) pada variabel empati adalah 0,002 yang artinya setiap perubahan variabel empati sebesar 1% maka akan meningkatkan kepuasan anggota sebesar 0,002% dengan asumsi variabel bebas lainnya dianggap konstan.
- f. Nilai koefisien (b5) pada variabel bukti fisik adalah 0,442 yang artinya setiap perubahan variabel bukti fisik sebesar 1% maka akan meningkatkan kepuasan anggota sebesar 0,442% dengan asumsi variabel bebas lainnya dianggap konstan.

2. Mencari Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan berapa persentase variabel bebas berupa lima dimensi kualitas pelayanan secara bersama-sama menerangkan variansi variabel terikat berupa kepuasan anggota.

Tabel 15. Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.684(a)	.468	.440	4.70071

Hasil pengujian regresi ganda menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,468 atau 46,8%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 46,8% kepuasan anggota dipengaruhi oleh lima dimensi kualitas pelayanan menurut parasuraman *et al.* Sedangkan sisanya sebesar 53,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Uji Parsial (Uji T)

Uji T merupakan pengujian untuk menunjukkan pengaruh secara individu variabel bebas yang ada dalam model terhadap variabel terikat. Untuk menunjukkan pengaruh secara individu variabel bebas terhadap variabel terikat juga dapat dilihat pada nilai signifikansinya.

Penelitian ini menggunakan hipotesis satu arah dan pengujian dilakukan dengan analisis regresi linier sehingga pada signifikansi 5% nilai signifikansi output harus dibagi dua terlebih dahulu (Duwi Priyatno, 2013: 79). Pada signifikansi 5%, jika nilai signifikansi output telah dibagi 2 kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat.

a. Pengaruh Keandalan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi

Berdasarkan kajian teori maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : tidak ada pengaruh positif dan signifikan keandalan terhadap kepuasan anggota koperasi.

H_a : ada pengaruh positif dan signifikan keandalan terhadap kepuasan anggota koperasi.

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial pengaruh keandalan terhadap kepuasan anggota diperoleh koefisien regresi (b_1) sebesar 0,461. Pada taraf signifikansi 5% dapat diketahui t hitung sebesar 3,959 dan t tabel yaitu 1,985. Berdasarkan kriteria pengujian, jika nilai t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima. Sebaliknya jika t hitung $>$ dari t tabel maka

Ho ditolak. Jika dilihat dari signifikansi output menunjukkan nilai 0,000. Nilai tersebut harus dibagi dua terlebih dahulu sehingga $0,000 : 2 = 0,000$. Berdasarkan kriteria pengujian, jika nilai sig. (0,000) kurang dari 0,05 maka Ho ditolak.

Berdasarkan kriteria yang telah disebutkan diatas maka bisa diambil kesimpulan bahwa keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi keandalan, maka semakin tinggi pula kepuasan anggota koperasi.

b. Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan kajian teori maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ho : tidak ada pengaruh positif dan signifikan daya tanggap terhadap kepuasan anggota koperasi.

Ha : ada pengaruh positif dan signifikan daya tanggap terhadap kepuasan anggota koperasi.

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan anggota diperoleh koefisien regresi (b_2) sebesar -0,205. Pada taraf signifikansi 5% dapat diketahui t hitung sebesar -1,545 dan t tabel yaitu 1,985. Berdasarkan kriteria pengujian, jika nilai t hitung $<$ t tabel, maka Ho diterima. Sebaliknya jika t hitung $>$ dari t tabel maka Ho ditolak. Jika dilihat dari signifikansi output menunjukkan nilai 0,126. Nilai tersebut harus dibagi dua terlebih dahulu sehingga $0,126 : 2 = 0,063$. Berdasarkan kriteria pengujian, jika nilai sig.

kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak. Sebaliknya jika nilai sig. lebih dari 0,05 maka H_0 diterima.

Berdasarkan kriteria yang telah disebutkan diatas maka bisa diambil kesimpulan bahwa daya tanggap tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota.

c. Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan kajian teori maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : tidak ada pengaruh positif dan signifikan jaminan terhadap kepuasan anggota koperasi.

H_a : ada pengaruh positif dan signifikan jaminan terhadap kepuasan anggota koperasi.

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan anggota diperoleh koefisien regresi (b3) sebesar 0,217. Pada taraf signifikansi 5% dapat diketahui t hitung sebesar 2,019, dan t tabel yaitu 1,985. Berdasarkan kriteria pengujian, jika nilai t hitung < t tabel, maka H_0 diterima. Sebaliknya jika t hitung > dari t tabel maka H_0 ditolak. Jika dilihat dari signifikansi output menunjukkan nilai 0,046. Nilai tersebut harus dibagi dua terlebih dahulu sehingga $0,046 : 2 = 0,023$. Berdasarkan kriteria pengujian, jika nilai sig. kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak. Sebaliknya jika nilai sig. lebih dari 0,05 maka H_0 diterima.

Berdasarkan kriteria yang telah disebutkan diatas maka bisa diambil kesimpulan bahwa jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi jaminan, maka semakin tinggi kepuasan anggota koperasi.

d. Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan kajian teori maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ho : tidak ada pengaruh positif dan signifikan empati terhadap kepuasan anggota koperasi.

Ha : ada pengaruh positif dan signifikan empati terhadap kepuasan anggota koperasi.

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial pengaruh empati terhadap kepuasan anggota diperoleh koefisien regresi (b_4) sebesar 0,002. Pada taraf signifikansi 5% dapat diketahui t hitung sebesar 0,012, dan t tabel yaitu 1,985. Berdasarkan kriteria pengujian, jika nilai t hitung $< t$ tabel, maka Ho diterima. Sebaliknya jika t hitung $>$ dari t tabel maka Ho ditolak. Jika dilihat dari signifikansi output menunjukkan nilai 0,991. Nilai tersebut harus dibagi dua terlebih dahulu sehingga $0,991 : 2 = 0,495$. Berdasarkan kriteria pengujian, jika nilai sig. kurang dari 0,05 maka Ho ditolak. Sebaliknya jika nilai sig. lebih dari 0,05 maka Ho diterima.

Berdasarkan kriteria yang telah disebutkan diatas maka bisa diambil kesimpulan bahwa empati tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota.

e. Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan kajian teori maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : tidak ada pengaruh positif dan signifikan bukti fisik terhadap kepuasan anggota koperasi.

H_a : ada pengaruh positif dan signifikan bukti fisik terhadap kepuasan anggota koperasi.

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan anggota diperoleh koefisien regresi (b_5) sebesar 0,442. Pada taraf signifikansi 5% dapat diketahui t hitung sebesar 2,416, dan t tabel yaitu 1,985. Berdasarkan kriteria pengujian, jika nilai t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima. Sebaliknya jika t hitung $>$ dari t tabel maka H_0 ditolak. Jika dilihat dari signifikansi output menunjukkan nilai 0,018. Nilai tersebut harus dibagi dua terlebih dahulu sehingga $0,018 : 2 = 0,009$. Berdasarkan kriteria pengujian, jika nilai sig. kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak. Sebaliknya jika nilai sig. lebih dari 0,05 maka H_0 diterima.

Berdasarkan kriteria yang telah disebutkan diatas maka bisa diambil kesimpulan bahwa bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan anggota. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi bukti fisik, maka semakin tinggi kepuasan anggota koperasi.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Keandalan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi. Dengan demikian, semakin tinggi keandalan maka semakin tinggi kepuasan anggota. Dari pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif diterima.

2. Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Anggota Koperasi

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa daya tanggap tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi. Dengan demikian, semakin tinggi daya tanggap, maka kepuasan anggota koperasi semakin rendah, dengan kata lain daya tanggap berbanding terbalik dengan kepuasan anggota koperasi. Dari pernyataan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis awal di terima.

3. Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi. Dengan demikian, semakin tinggi jaminan, maka kepuasan anggota koperasi semakin tinggi, dengan kata lain jaminan berbanding lurus dengan kepuasan anggota koperasi. Dari pernyataan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis alternatif di terima.

4. Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Anggota Koperasi

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa empati tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi. Dengan demikian, semakin tinggi empati, maka kepuasan anggota koperasi semakin rendah, dengan kata lain empati berbanding terbalik dengan kepuasan anggota koperasi. Dari pernyataan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis awal di terima.

5. Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Anggota Koperasi

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa bukti fisik memiliki pengaruh terhadap kepuasan anggota koperasi. Semakin tinggi bukti fisik sebagai dimensi kualitas pelayanan, maka semakin tinggi pula kepuasan anggota koperasi. Dari pernyataan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis alternatif diterima.

6. Pengaruh Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Anggota Koperasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan lima dimensi kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan anggota koperasi. Dengan demikian bisa diambil kesimpulan bahwa hipotesis keenam diterima.

BAB V **KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari dimensi keandalan terhadap kepuasan anggota. Hal tersebut dapat ditunjukan dengan nilai t hitung sebesar $3,959 > t$ tabel 1,985, koefisien regresi (b_1) sebesar 0,461 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
2. Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan dari dimensi daya tanggap terhadap kepuasan anggota. Hal tersebut dapat ditunjukan dengan nilai t hitung sebesar $-1,545 < t$ tabel 1,985, koefisien regresi (b_2) sebesar -0,205 dan nilai signifikansi sebesar $0,126 > 0,05$.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari dimensi jaminan terhadap kepuasan anggota. Hal tersebut dapat ditunjukan dengan nilai t hitung sebesar $2,019 > t$ tabel 1,985, koefisien regresi (b_3) sebesar 0,217 dan nilai signifikansi sebesar $0,046 < 0,05$.
4. Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan dari dimensi empati terhadap kepuasan anggota. Hal tersebut dapat ditunjukan dengan nilai t hitung sebesar $0,012 < t$ tabel 1,985, koefisien regresi (b_4) sebesar 0,002 dan nilai signifikansi sebesar $0,991 > 0,05$.
5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari dimensi bukti fisik terhadap kepuasan anggota. Hal tersebut dapat ditunjukan dengan nilai t hitung

sebesar $2,416 > t$ tabel 1,985, koefisien regresi (b5) sebesar 0,442 dan nilai signifikansi sebesar $0,018 < 0,05$.

6. Terdapat pengaruh positif dan signifikan status lima dimensi kualitas pelayanan menurut parasuraman *et al.*, yaitu; keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan anggota Koperasi Susu Warga Mulya. Hal ini ditunjukan dengan nilai F hitung sebesar 16,538 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,468 atau 46,8%. Nilai R^2 tersebut menunjukkan 46,8% dari kepuasan anggota dapat dijelaskan oleh variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik, sedangkan sisanya sebesar 53,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Meningkatkan harga beli susu koperasi dari anggota agar keuntungan yang di peroleh anggota meningkat dengan cara memperluas pemasaran dan sosialisasi produk koperasi di pasar tradisional dan modern.
2. Dalam dimensi daya tanggap, terdapat instrumen berupa kecepatan koperasi dalam memenuhi kebutuhan anggota. Namun penyaluran pakan ternak bantuan tidak dilakukan dengan cepat padahal pakan ternak bantuan tersebut sangat dibutuhkan oleh anggota. Oleh sebab itu, koperasi disarankan untuk mempercepat pemenuhan kebutuhan anggota koperasi dengan mempercepat pendistribusian pakan ternak bantuan.

3. Meningkatkan kualitas pelayanan dimensi jaminan yaitu meningkatkan kesopanan, pengetahuan, ketrampilan, dan kejujuran karyawan untuk meningkatkan kepuasan anggota karena terbukti dimensi jaminan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan.
4. Instrumen dari empati antara lain adalah karyawan mau mengenal setiap anggota, karyawan menjalin komunikasi yang baik dengan anggota, karyawan sabar dalam menjelaskan saran untuk anggota adalah kegiatan yang memerlukan pertemuan langsung antara karyawan dan anggota. Di lain fihak, ada anggota yang jarang pergi ke koperasi karena interaksi dengan koperasi sebatas menyotor susu ke *milk collection point*. Sehingga koperasi disarankan untuk meningkatkan strategi dengan mengirimkan tim khusus yang bertugas untuk mengunjungi kelompok anggota secara berkala guna menampung aspirasi anggota karena dimensi empati memerlukan interaksi langsung dengan anggota.
5. Meningkatkan kualitas pelayanan dimensi bukti fisik yaitu meningkatkan daya tarik fasilitas fisik koperasi, fasilitas yang mendukung kinerja usaha, dan penampilan karyawan agar kepuasan anggota meningkat karena terbukti kualitas pelayanan bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan.
6. Meningkatkan kualitas pelayanan yang meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik agar anggota loyal terhadap koperasi, melakukan komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, dan koperasi menjadi pertimbangan utama ketika akan melakukan usaha lain,

karena terbukti bahwa lima dimensi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai prosedur ilmiah, namun demikian masih terdapat keterbatasan, antara lain:

1. Pengumpulan data variabel lima dimensi kualitas pelayanan menggunakan angket atau kuesioner sehingga peneliti tidak dapat mengontrol jawaban responden yang tidak menunjukkan kenyataan yang sebenarnya.
2. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode pengambilan *accidental sampling* sehingga kurang mampu mewakili populasi yang ada dikarenakan keterbatasan waktu dan biaya.
3. Penelitian ini hanya meneliti salah satu faktor kepuasan anggota koperasi yaitu lima dimensi kualitas pelayanan dari sekian banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota koperasi, sehingga peneliti hanya bisa memberikan informasi seberapa besar lima dimensi kualitas pelayanan koperasi berpengaruh terhadap kepuasan anggota koperasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Sitio dan Tamba Halomoan. 2001. *Koperasi: Teori dan Praktik*. Jakarta: Erlangga.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Azwar, Saifuddin. 2009. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chaniago, Arifinal. 1984. *Perkoperasian Indonesia*. Bandung: Angkasa Bandung.
- Djarwanto. 1996. *Mengenal Beberapa Uji Statistik dalam Penelitian*. Yogyakarta: Liberty.
- Fuady, Munir. 1995. *Hukum Tentang Pembiayaan dalam Teori dan Praktek*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI). 1996. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba.
- J., Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kartono, Kartini. 1990. *Psikologi Umum*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Kasmir. 2004. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Keenam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Perkasa.
- , 2007. *Manajemen Perbankan Edisi tiga*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Perkasa.
- Kotler, Philip. 1998. *Manajemen Pemasaran: Analisa, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prenhallindo.

- , 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- , 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium*. Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek) Edisi Pertama*. Penerbit Salemba Empat: Depok.
- Mardiyatmo. 2005. *Kewirausahaan Untuk Tingkat 1 SMK*. Jakarta: Yudistira.
- Moenir. 2002. *Manajemen Pelayanan Umum Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhtosim, Arief. 2007. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Munkner. 1989. *Pengantar Hukum Koperasi*. Bandung: Unpad.
- Purwanti. 1999. *Pelayanan Dalam Jasa*. Bandung: Angkasa.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1999. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ropke, Jochen. 1985. *The Economic Theory of Cooperative (terjemahan)*. Jakarta.
- Subroto, Budiarto, dan Dolly S. N. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan (studi kasus di perusahaan penerbangan ‘x’)*. Jakarta
- Sugiyono. 2003. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabetta.
- , 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- , 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Swasta, Basu. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Syafrizal. 2008. *Jurnal Kualitas Pelayanan Dalam Kepuasan Pelanggan*. <http://jurnal-sdm.blogspot.com>
- Tjiptono, Fandy, & Gregorius Chandra. 2005. *Manajemen Kualitas Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- , 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kelima. Yogyakarta: Andi Offset.

- . 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- . 2007. *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- . 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi Offset: Yogyakarta.
- Wardhono, Adhitya. 2001. *The Urgency of Cooperative Aoutonomy*. UNEJ: Jember.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner. 1996. *Service Marketing International Editions*. New York: Mc Graw Hill.
- Zulian, Yamit. 2001. *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Yogyakarta: Ekonisia.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. INSTRUMEN PENELITIAN

No. Responden :
 Nama Anggota :
 Status keanggotaan : aktif/pasif
 Kelompok :
 Alamat :
 Jumlah ternak sapi :
 Jumlah setor susu/minggu :

Petunjuk

1. Bacalah terlebih dahulu pertanyaan-pertanyaan dibawah ini dengan cermat sebelum saudara menjawabnya.
2. Pilihlah salah satu jawaban yang menurut saudara sesuai dengan keadaan saudara, dengan cara memberi tanda silang (X) pada kolom yang ada.
3. Jawaban dikerjakan pada kertas ini.
4. Tidak ada jawaban benar atau salah, jawaban yang paling tepat adalah yang paling sesuai dengan keadaan diri anda.
5. Data yang anda berikan sepenuhnya hanya untuk kepentingan penelitian.
6. Alternatif jawaban
 - a. SS : Sangat Setuju
 - b. S : Setuju
 - c. CS : Cukup Setuju
 - d. TS : Tidak Setuju
 - e. STS : Sangat Tidak Setuju

I. KUALITAS PELAYANAN

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
X1	KEANDALAN (<i>Reliability</i>)					
Ketepatan pelayanan						
1	Penetapan harga beli susu koperasi mampu menutup biaya produksi susu anggota					
2	Saran untuk pemilihan obat saat ternak anggota terkena penyakit selalu tepat					
3	Saran pemilihan kredit sapi selalu tepat					
4	Data kontribusi anggota untuk menghitung SHU selalu tepat					
Kecepatan pelayanan						
5	Pendaftaran anggota bisa dilakukan dengan cepat					
6	Penghitungan dan penyimpanan data setoran susu dilakukan dengan cepat					
7	Permohonan kredit sapi direalisasikan dengan cepat					
Konsistensi pelayanan						
8	Semua anggota dilayani secara adil					
9	Peraturan AD/ART koperasi di terapkan pada setiap anggota secara sama					
10	Karyawan selalu siap melayani anggota					

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
X2	DAYA TANGGAP (Responsiveness)					
	Kemampuan merespon masalah anggota					
11	Koperasi selalu bersedia menanggapi keluhan anggota					
12	Pengurus dan karyawan koperasi selalu bersedia memberi jawaban atas pertanyaan anggota					
13	Solusi yang diberikan selalu tepat					
	Kecepatan melaksanakan pekerjaan					
14	Karyawan cepat dalam memberikan solusi terhadap keluhan anggota					
15	Koperasi cepat dalam memenuhi kebutuhan anggota					
16	Transaksi penjualan susu dilakukan dengan cepat					
17	Transaksi pembelian pakan dilakukan dengan cepat					
X3	JAMINAN (assurance)					
	Kesopanan karyawan					
18	Karyawan administrasi sopan dalam melayani anggota					
19	Karyawan unit usaha susu sopan dalam melayani anggota					
20	Karyawan unit waserda sopan dalam melayani					
21	Karyawan unit usaha pakan ternak sopan dalam melayani anggota					
	Kejujuran karyawan					
22	Karyawan administrasi jujur dalam melayani anggota					
23	Karyawan unit usaha susu jujur dalam melayani anggota					
24	Karyawan unit waserda jujur dalam melayani					
25	Karyawan unit usaha pakan ternak jujur dalam melayani anggota					
X4	EMPATI (Emphaty)					
	Perhatian personal					
26	Karyawan mau mengenal setiap anggota					
27	Karyawan menjalin komunikasi yang baik dengan anggota					
28	Karyawan peduli terhadap keadaan darurat anggota					
29	Karyawan mampu memposisikan diri dihadapan anggota					
	Kesabaran karyawan					
30	Karyawan sabar dalam melayani anggota					
31	Karyawan sabar dalam menanggapi masalah anggota					
32	Karyawan sabar dalam menjelaskan saran untuk masalah anggota					
33	Karyawan sabar dalam bekerja					
X5	BUKTI FISIK (Tangible)					
	Fasilitas fisik					
34	Lokasi koperasi mudah dijangkau oleh anggota					
35	Gedung yang sering diakses anggota bersih dan nyaman					
36	Tangki dan tempat penyimpanan susu selalu bersih					
37	Truk pengangkut susu selalu bersih					
	Kebersihan karyawan					
38	Seragam yang dikenakan karyawan selalu bersih					
39	Seragam yang dikenakan karyawan selalu menarik					
40	Seragam yang dikenakan karyawan tidak rapi					

II. KEPUASAN ANGGOTA

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
Loyal terhadap produk						
41	Saya menyetor susu ke koperasi setiap hari					
42	Saya selalu membeli pakan ternak dari koperasi					
43	Saya selalu membeli obat ternak dari koperasi					
44	Saya selalu memanfaatkan unit simpan pinjam di koperasi					
45	Saya sering membeli sembako di toserba koperasi					
46	Saya tidak pernah membeli susu pasteurisasi					
Komunikasi mulut ke mulut yang bersifat positif						
47	Saya menceritakan tentang kinerja koperasi ke teman dan saudara					
48	Saya menceritakan keuntungan bergabung dengan koperasi ke teman dan saudara					
49	Saya menyarankan teman dan saudara untuk bergabung dengan koperasi					
50	Saya menyarankan teman dan saudara untuk membeli susu pasteurisasi koperasi					
Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika melihat produk lain						
51	Saya lebih memilih membeli pakan ternak di koperasi daripada di toko					
52	Saya lebih memilih membeli obat ternak di koperasi daripada di toko					
53	Saya lebih memilih memanfaatkan simpan pinjam di koperasi daripada meminjam di bank					
54	Saya lebih memilih berbelanja di waserda koperasi daripada di toko lain					

LAMPIRAN 2. UJI COBA INSTRUMEN

A. KEANDALAN

1. TABULASI DATA

	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	4	4	3	4	3	2	1	2	2
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4
5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
6	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5
7	4	4	3	2	3	2	3	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
9	4	4	3	3	4	4	3	4	5	5
10	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
11	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5
15	4	3	3	4	4	4	2	3	4	4
16	3	3	4	4	5	4	3	4	4	4
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	2	4	4	4	3	1	2	2	2	2
19	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4
20	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	3	4	3	4	4	5	4	4	4	3
26	2	2	2	2	4	4	2	4	4	3
27	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5
28	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
29	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
30	2	2	2	3	4	4	3	2	4	2

2. RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.927	10

3. VALIDITAS

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	KETERANGAN
B1	35.9000	33.059	.791	.916	VALID
B2	35.6667	34.230	.675	.922	VALID
B3	35.7000	34.355	.685	.921	VALID
B4	35.6667	34.092	.691	.921	VALID
B5	35.4667	37.016	.616	.926	VALID
B6	35.6333	34.102	.630	.925	VALID
B7	35.9667	31.206	.854	.912	VALID
B8	35.5667	31.771	.773	.917	VALID
B9	35.5667	35.151	.689	.922	VALID
B10	35.5667	32.047	.818	.914	VALID

B. DAYA TANGGAP

1. TABULASI DATA

	B11	B12	B13	B14	B15	B16	B17
1	4	4	4	4	4	4	4
2	1	2	2	2	2	3	4
3	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	3	3	3
6	4	5	3	3	4	5	3
7	4	4	4	4	3	4	3
8	5	4	4	4	4	4	4
9	4	5	2	4	3	4	3
10	4	4	4	4	4	4	4
11	5	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	5	5	5
14	5	4	4	5	5	4	5
15	4	4	3	3	3	4	3
16	3	4	3	3	3	3	4
17	5	5	5	5	5	5	5
18	1	2	2	2	2	2	4
19	4	4	4	4	4	4	4
20	3	4	4	3	3	3	4
21	5	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	5	5
23	3	4	4	3	3	3	4
24	4	4	4	4	4	4	4
25	3	3	3	3	4	4	4
26	2	2	2	3	2	2	3
27	4	4	5	4	4	5	4
28	4	4	4	4	4	3	4
29	4	4	4	4	4	3	4
30	2	2	2	2	2	2	4

2. RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.937	7

3. VALIDITAS

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	KETERANGAN
B11	22.6667	18.713	.885	.920	VALID
B12	22.5333	21.154	.793	.927	VALID
B13	22.7667	20.599	.829	.924	VALID
B14	22.7333	20.892	.889	.919	VALID
B15	22.7667	19.909	.927	.914	VALID
B16	22.6667	21.057	.792	.928	VALID
B17	22.4667	25.223	.452	.952	VALID

C. JAMINAN

1. TABULASI DATA

	B18	B19	B20	B21	B22	B23	B24	B25
1	5	5	5	4	5	5	5	5
2	4	4	4	3	3	1	3	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	4	4	4	4
6	4	5	5	4	3	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4
8	5	5	5	4	5	4	4	4
9	5	5	5	5	5	4	5	5
10	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	5	4	4	4	4	4
12	5	4	4	4	4	4	4	4
13	5	4	5	5	5	5	5	5
14	5	4	4	5	4	5	4	4
15	4	4	4	4	3	4	4	4
16	4	4	4	4	4	4	4	4
17	5	5	5	5	5	5	5	5
18	3	3	3	3	3	3	4	4
19	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4
21	5	5	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5
23	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	3	4	4	4
26	4	4	4	4	4	4	4	4
27	5	5	5	5	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	3	3	3	3

2. RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	8

3. VALIDITAS

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	KETERANGAN
B18	29.3000	12.769	.812	.934	VALID
B19	29.3333	13.264	.690	.942	VALID
B20	29.3000	12.907	.773	.937	VALID
B21	29.4333	12.668	.834	.933	VALID
B22	29.5667	11.771	.841	.932	VALID
B23	29.5667	11.564	.760	.942	VALID
B24	29.4667	12.671	.870	.931	VALID
B25	29.4667	12.671	.870	.931	VALID

D. EMPATI

1. TABULASI DATA

	B26	B27	B28	B29	B30	B31	B32	B33
1	4	4	5	4	4	4	4	4
2	1	1	1	1	3	2	4	2
3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4
6	4	4	5	3	3	3	3	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	5	4	4	5	5	4	5
9	4	4	5	4	5	5	5	5
10	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	5	4	4	4	5
12	5	5	5	5	3	3	3	3
13	4	4	4	4	4	4	4	3
14	5	4	5	4	5	5	4	4
15	3	4	3	3	4	4	4	4
16	3	3	3	3	4	4	4	4
17	5	5	5	5	5	5	5	5
18	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	3	4	4	4	4
20	3	3	3	3	4	4	4	4
21	5	5	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5
23	3	3	3	3	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	3	3	3	4	4	4	4
26	4	4	3	2	4	3	4	3
27	4	5	5	4	4	4	4	4
28	4	4	3	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4
30	2	3	2	3	4	4	4	4

2. RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.923	8

3. VALIDITAS

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	KETERANGAN
B26	28.1333	19.085	.820	.906	VALID
B27	28.0667	19.306	.829	.905	VALID
B28	28.1000	18.369	.787	.911	VALID
B29	28.2667	18.547	.838	.905	VALID
B30	27.9333	22.271	.707	.917	VALID
B31	28.0000	20.897	.796	.909	VALID
B32	27.9667	23.895	.486	.930	VALID
B33	28.0000	21.172	.748	.913	VALID

E. BUKTI FISIK

1. TABULASI DATA

2. RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.736	8

3. VALIDITAS

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	KETERANGAN
B34	28.6000	9.697	.123	.773	TIDAK VALID
B35	28.5000	8.741	.636	.683	VALID
B36	28.4000	8.662	.709	.675	VALID
B37	28.4333	9.082	.567	.696	VALID
B38	28.5333	8.120	.690	.663	VALID
B39	28.8000	7.683	.649	.661	VALID
B40	29.3333	7.954	.318	.756	VALID
B41	28.5333	9.292	.220	.752	TIDAK VALID

F. KEPUASAN

1. TABULASI DATA

2. RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.887	13

3. VALIDITAS

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	KETERANGAN
B42	45.1000	38.645	.765	.869	VALID
B43	45.0667	40.892	.684	.875	VALID
B44	44.9000	40.438	.574	.878	VALID
B45	45.5667	36.461	.737	.869	VALID
B46	45.3667	43.895	.159	.901	TIDAK VALID
B47	44.9000	43.541	.268	.892	TIDAK VALID
B48	45.0333	40.585	.535	.880	VALID
B49	44.9667	38.792	.765	.869	VALID
B50	44.9667	41.620	.589	.879	VALID
B51	45.1000	38.231	.762	.869	VALID
B52	45.1000	40.300	.580	.878	VALID
B53	44.8667	41.223	.440	.885	VALID
B54	45.4667	36.464	.753	.868	VALID

LAMPIRAN 3. KATEGORISASI DATA

Kategorisasi Data Variabel Keandalan

Jumlah butir pernyataan	=	10 butir
Skor Max	= 5	x 10 = 50
Skor Min	= 1	x 10 = 10
Mean ideal (M)	= 1/2	x (50+10) = 30
St. Deviasi ideal (SD)	= 1/6	x (50– 10) = 6,67
1,5 SD		= 10
0,5 SD		= 3,33
M + 1,5 SD		= 40
M + 0,5 SD		= 33,33
M – 0,5 SD		= 26,67
M – 1,5 SD		= 20
Sangat Tinggi	= $X > (M + 1,5 SD)$	
Tinggi	= $(M + 0,5 SD) < X \leq (M + 1,5 SD)$	
Sedang	= $(M - 0,5 SD) < X \leq (M + 0,5 SD)$	
Rendah	= $(M - 1,5 SD) < X \leq (M - 0,5 SD)$	
Sangat Rendah	= $X \leq (M - 1,5 SD)$	
Kategori		Skor
Sangat Tinggi	= $X >$	40
Tinggi	= 33,33 < $X \leq$	40
Sedang	= 26,67 < $X \leq$	33,33
Rendah	= 20 < $X \leq$	26,67
Sangat Rendah	= $X \leq$	20

Kategori	Skor	Frekuensi	Frekuensi (%)
Sangat Tinggi	$X > 40$	32	32 %
Tinggi	$33,33 < X \leq 40$	53	53 %
Sedang	$26,67 < X \leq 40$	9	9 %
Rendah	$20 < X \leq 26,67$	4	4 %
Sangat Rendah	$X \leq 20$	2	2 %
Total		100	100 %

Kategorisasi Data Variabel Daya Tanggap

Jumlah butir pernyataan	=	7 butir
Skor Max	= 5	x 7 = 35
Skor Min	= 1	x 7 = 7
Mean ideal (M)	= 1/2	x (35+7) = 21
St. Deviasi ideal (SD)	= 1/6	x (35-7) = 4,67
1,5 SD		= 7
0,5 SD		= 2,33
M + 1,5 SD		= 28
M + 0,5 SD		= 23,33
M - 0,5 SD		= 18,67
M - 1,5 SD		= 14
Sangat Tinggi	= $X > (M + 1,5 SD)$	
Tinggi	= $(M + 0,5 SD) < X \leq (M + 1,5 SD)$	
Sedang	= $(M - 0,5 SD) < X \leq (M + 0,5 SD)$	
Rendah	= $(M - 1,5 SD) < X \leq (M - 0,5 SD)$	
Sangat Rendah	= $X \leq (M - 1,5 SD)$	
Kategori		Skor
Sangat Tinggi	= $X >$	28
Tinggi	= 23,33	< $X \leq$
Sedang	= 18,67	< $X \leq$
Rendah	= 14	< $X \leq$
Sangat Rendah	= $X \leq$	14

Kategori	Skor	Frekuensi	Frekuensi (%)
Sangat Tinggi	$X > 28$	44	44 %
Tinggi	$23,33 < X \leq 28$	33	33 %
Sedang	$18,67 < X \leq 23,33$	16	16 %
Rendah	$14 < X \leq 18,67$	6	6 %
Sangat Rendah	$X \leq 14$	1	1 %
Total		100	100 %

Kategorisasi Data Variabel Jaminan

Jumlah butir pernyataan	=	8 butir
Skor Max	= 5	x 8 = 40
Skor Min	= 1	x 8 = 8
Mean ideal (M)	= 1/2	x (40+8) = 24
St. Deviasi ideal (SD)	= 1/6	x (40– 8) = 5,33
1,5 SD		= 8
0,5 SD		= 2,67
M + 1,5 SD		= 32
M + 0,5 SD		= 26,67
M – 0,5 SD		= 21,33
M – 1,5 SD		= 16
Sangat Tinggi	= $X > (M + 1,5 SD)$	
Tinggi	= $(M + 0,5 SD) < X \leq (M + 1,5 SD)$	
Sedang	= $(M - 0,5 SD) < X \leq (M + 0,5 SD)$	
Rendah	= $(M - 1,5 SD) < X \leq (M - 0,5 SD)$	
Sangat Rendah	= $X \leq (M - 1,5 SD)$	
Kategori	Skor	
Sangat Tinggi	= $X >$	32
Tinggi	= 26,67 < $X \leq$	32
Sedang	= 21,33 < $X \leq$	26,67
Rendah	= 16 < $X \leq$	21,33
Sangat Rendah	= $X \leq$	16

Kategori	Skor	Frekuensi	Frekuensi (%)
Sangat Tinggi	$X > 32$	32	32 %
Tinggi	$26,67 < X \leq 32$	50	50 %
Sedang	$21,33 < X \leq 26,67$	14	14 %
Rendah	$16 < X \leq 21,33$	3	3 %
Sangat Rendah	$X \leq 16$	1	1 %
Total		100	100 %

Kategorisasi Data Variabel Empati

Jumlah butir pernyataan	=	8 butir
Skor Max	= 5 x 8 =	40
Skor Min	= 1 x 8 =	8
Mean ideal (M)	= 1/2 x (40+8) =	24
St. Deviasi ideal (SD)	= 1/6 x (40 - 8) =	5,33
1,5 SD	=	8
0,5 SD	=	2,67
M + 1,5 SD	=	32
M + 0,5 SD	=	26,67
M - 0,5 SD	=	21,33
M - 1,5 SD	=	16
Sangat Tinggi	= $X > (M + 1,5 SD)$	
Tinggi	= $(M + 0,5 SD) < X \leq (M + 1,5 SD)$	
Sedang	= $(M - 0,5 SD) < X \leq (M + 0,5 SD)$	
Rendah	= $(M - 1,5 SD) < X \leq (M - 0,5 SD)$	
Sangat Rendah	= $X \leq (M - 1,5 SD)$	
Kategori		Skor
Sangat Tinggi	= $X >$	32
Tinggi	= 26,67 < $X \leq$	32
Sedang	= 21,33 < $X \leq$	26,67
Rendah	= 16 < $X \leq$	21,33
Sangat Rendah	= $X \leq$	16

Kategori	Skor	Frekuensi	Frekuensi (%)
Sangat Tinggi	$X > 32$	29	29 %
Tinggi	$26,67 < X \leq 32$	57	57 %
Sedang	$21,33 < X \leq 26,67$	10	10 %
Rendah	$16 < X \leq 21,33$	2	2 %
Sangat Rendah	$X \leq 16$	2	2 %
Total		100	100 %

Kategorisasi Data Variabel Bukti Fisik

Jumlah butir pernyataan	=	6 butir
Skor Max	= 5	x 6 = 30
Skor Min	= 1	x 6 = 6
Mean ideal (M)	= 1/2	x (30+6) = 18
St. Deviasi ideal (SD)	= 1/6	x (30- 6) = 4
1,5 SD		= 6
0,5 SD		= 2
M + 1,5 SD		= 24
M + 0,5 SD		= 20
M - 0,5 SD		= 16
M - 1,5 SD		= 12
Sangat Tinggi	= $X > (M + 1,5 SD)$	
Tinggi	= $(M + 0,5 SD) < X \leq (M + 1,5 SD)$	
Sedang	= $(M - 0,5 SD) < X \leq (M + 0,5 SD)$	
Rendah	= $(M - 1,5 SD) < X \leq (M - 0,5 SD)$	
Sangat Rendah	= $X \leq (M - 1,5 SD)$	
Kategori		Skor
Sangat Tinggi	= $X >$	24
Tinggi	= 20	< $X \leq$
Sedang	= 16	< $X \leq$
Rendah	= 12	< $X \leq$
Sangat Rendah	= $X \leq$	12

Kategori	Skor	Frekuensi	Frekuensi (%)
Sangat Tinggi	$X > 24$	41	41 %
Tinggi	$20 < X \leq 24$	42	42 %
Sedang	$16 < X \leq 20$	15	15 %
Rendah	$12 < X \leq 16$	1	1 %
Sangat Rendah	$X \leq 12$	1	1 %
Total		100	100 %

Kategorisasi Data Variabel Kepuasan

Jumlah butir pernyataan	=		=	11 butir
Skor Max	=	5	x	11 = 55
Skor Min	=	1	x	11 = 11
Mean ideal (M)	=	1/2	x	(55+11) = 33
St. Deviasi ideal (SD)	=	1/6	x	(55– 11) = 7,33
1,5 SD				= 11
0,5 SD				= 3,67
M + 1,5 SD				= 44
M + 0,5 SD				= 36,67
M – 0,5 SD				= 29,33
M – 1,5 SD				= 22
Sangat Tinggi	=	X >	(M + 1,5 SD)	
Tinggi	=	(M + 0,5 SD) < X ≤	(M + 1,5 SD)	
Sedang	=	(M – 0,5 SD) < X ≤	(M + 0,5 SD)	
Rendah	=	(M – 1,5 SD) < X ≤	(M – 0,5 SD)	
Sangat Rendah	=	X ≤	(M – 1,5 SD)	
Kategori		Skor		
Sangat Tinggi	= X	>		44
Tinggi	= 36,67	< X ≤		44
Sedang	= 29,33	< X ≤		36,67
Rendah	= 22	< X ≤		29,33
Sangat Rendah	= X	≤		22

Kategori	Skor	Frekuensi	Frekuensi (%)
Sangat Tinggi	X > 44	11	11 %
Tinggi	36,67 < X ≤ 44	57	57 %
Sedang	29,33 < X ≤ 36,67	25	25 %
Rendah	22 < X ≤ 29,33	5	5 %
Sangat Rendah	X ≤ 22	2	2 %
Total		100	100 %

LAMPIRAN 4. UJI PRASYARAT

A. TABULASI DATA

NO.	KEANDALAN											DAYA TANGGAP							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		11	12	13	14	15	16	17	JML
1	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	43	5	5	4	4	4	4	4	30
2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38	4	4	4	4	3	3	3	25
3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	43	4	5	3	3	4	5	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	28
5	3	4	4	3	4	3	2	1	2	2	28	1	2	2	2	2	3	4	16
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	28
7	4	4	3	2	3	2	3	4	4	4	33	4	4	4	4	3	4	3	26
8	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42	5	4	4	4	4	4	4	29
9	4	4	3	3	4	4	3	4	5	5	39	4	5	2	4	3	4	3	25
10	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	4	4	28
11	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	44	5	4	4	4	4	4	4	29
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	28
13	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49	4	4	4	4	5	5	5	31
14	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	44	5	4	4	5	5	4	5	32
15	4	3	3	4	4	4	2	3	4	4	35	4	4	3	3	3	4	3	24
16	3	3	4	4	5	4	3	4	4	4	38	3	4	3	3	3	3	4	23
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	35
18	2	4	4	4	3	1	2	2	2	2	26	1	2	2	2	2	2	4	15
19	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	45	4	4	4	4	4	4	4	28
20	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	37	3	4	4	3	3	3	4	24
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	35
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	35
23	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	37	3	4	4	3	3	3	4	24
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	28
25	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41	4	4	4	4	4	3	4	27
26	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	38	4	4	4	4	4	3	4	27
27	2	2	2	3	4	4	3	2	4	2	28	2	2	2	2	2	2	4	16
28	3	4	3	4	4	5	4	4	4	3	38	3	3	3	3	4	4	4	24
29	2	2	2	2	4	4	2	4	4	3	29	2	2	2	3	2	2	3	16
30	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	45	4	4	5	4	4	5	4	30
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	28
32	2	2	5	5	4	4	2	4	4	4	36	5	5	3	3	4	4	4	28
33	2	2	2	2	4	4	3	4	4	5	32	2	2	2	2	4	4	4	20
34	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	39	5	5	4	4	4	4	5	31

35	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38		3	3	3	3	4	4	3	23
36	2	2	3	4	4	5	4	4	4	3	35		3	3	3	3	3	3	4	22
37	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49		5	5	5	5	5	4	5	34
38	4	4	3	5	4	4	3	4	5	4	40		3	4	4	4	2	3	4	24
39	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	35		4	5	5	4	5	5	5	33
40	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	36		3	3	3	3	3	3	2	20
41	3	3	2	2	1	1	1	2	2	4	21		1	2	2	3	3	5	5	21
42	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	36		3	3	3	3	3	3	3	21
43	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	35		3	3	3	3	3	3	3	21
44	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	22		2	2	2	2	2	2	1	13
45	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	37		4	4	3	3	3	4	4	25
46	1	3	4	4	4	3	3	3	1	4	30		3	4	3	3	3	2	3	21
47	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	13		2	1	2	1	3	4	5	18
48	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	13		2	2	2	1	3	4	5	19
49	2	3	2	3	4	3	3	3	3	4	30		5	5	2	2	2	2	1	19
50	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	36		2	4	4	4	4	4	4	26
51	2	3	4	4	4	2	4	4	4	4	35		4	2	3	2	4	2	2	19
52	3	4	4	4	3	5	3	5	5	5	41		5	5	3	3	3	4	4	27
53	4	2	3	3	5	5	4	4	5	4	39		5	5	2	2	4	5	4	27
54	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	35		4	3	3	4	4	4	3	25
55	2	2	1	3	2	3	1	1	2	4	21		1	1	1	2	3	3	4	15
56	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46		4	4	4	5	5	5	5	32
57	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43		5	5	5	4	4	4	4	31
58	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	43		4	5	5	5	4	4	4	31
59	4	2	4	4	4	4	4	3	3	4	36		4	4	4	5	3	4	3	27
60	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	45		5	5	5	5	5	4	5	34
61	3	2	2	3	4	4	3	3	4	4	32		3	3	3	3	3	2	2	19
62	3	3	2	1	3	4	3	4	4	4	31		4	4	2	2	2	4	2	20
63	3	4	4	5	4	4	3	3	4	4	38		4	4	3	3	3	3	3	23
64	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	39		3	4	3	3	3	4	4	24
65	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	38		4	4	3	3	3	3	3	23
66	3	2	2	4	4	4	5	3	3	4	34		5	5	3	4	2	4	2	25
67	3	2	2	4	4	4	5	3	3	4	34		5	4	4	3	3	3	3	25
68	3	2	2	4	4	4	5	3	3	4	34		5	4	4	3	3	3	3	25
69	3	2	2	4	4	4	5	3	3	4	34		4	5	4	3	3	3	3	25
70	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	43		5	5	4	4	4	4	4	30
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50		4	5	5	4	4	4	4	30
72	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	43		5	5	5	5	5	5	5	35
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40		4	5	5	4	4	4	3	28
74	5	4	4	5	4	5	5	5	5	3	45		5	5	5	4	4	4	4	30
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40		4	5	5	5	4	4	4	31

76	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	40		5	4	5	4	5	5	5	33
77	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42		5	4	4	4	4	4	4	29
78	4	4	3	3	4	4	3	4	5	5	39		5	5	5	5	5	4	4	33
79	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39		5	5	5	4	4	4	3	30
80	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	44		5	5	5	5	4	4	4	32
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40		5	4	4	3	3	3	3	25
82	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49		5	5	5	5	5	5	5	35
83	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	44		5	5	5	5	4	4	4	32
84	4	3	3	4	4	4	2	3	4	4	35		5	5	5	5	5	5	5	35
85	3	3	4	4	5	4	3	4	4	4	38		5	5	5	5	5	5	5	35
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50		5	5	5	5	5	5	5	35
87	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	35		5	5	5	5	4	4	4	32
88	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	45		5	5	5	5	5	5	5	35
89	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	37		5	4	4	4	4	4	4	29
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50		5	4	5	4	4	4	4	30
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50		5	5	5	5	5	5	5	35
92	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	37		5	5	5	5	5	5	5	35
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40		5	5	5	5	5	5	5	35
94	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41		5	5	5	5	5	5	5	35
95	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	38		5	5	5	5	5	5	5	35
96	5	4	4	3	4	4	3	2	4	2	35		5	5	5	5	5	5	5	35
97	3	4	3	4	4	5	4	4	4	3	38		4	4	4	5	5	4	4	30
98	4	4	4	2	4	4	2	4	4	3	35		5	5	5	3	4	3	3	28
99	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	45		4	4	5	4	4	5	4	30
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40		5	5	4	4	4	4	4	30

JAMINAN											EMPATI								
18	19	20	21	22	23	24	25	JML		26	27	28	29	30	31	32	33	JML	
5	5	5	5	5	5	5	5	40		5	5	5	5	5	5	5	5	40	
4	5	4	4	4	4	4	4	33		5	5	5	5	4	4	4	4	36	
4	5	5	4	3	4	4	4	33		4	4	5	3	3	3	3	4	29	
5	5	5	4	5	5	5	5	39		4	4	5	4	4	4	4	4	33	
4	4	4	3	3	1	3	3	25		1	1	1	1	3	2	4	2	15	
4	4	4	4	4	4	4	4	32		4	4	4	4	4	4	4	4	32	
4	4	4	4	4	4	4	4	32		4	4	4	4	4	4	4	4	32	
5	5	5	4	5	4	4	4	36		4	5	4	4	5	5	4	5	36	
5	5	5	5	5	4	5	5	39		4	4	5	4	5	5	5	5	37	
4	4	4	4	4	4	4	4	32		4	4	4	4	4	4	4	4	32	
4	4	5	4	4	4	4	4	33		4	4	4	5	4	4	4	5	34	

5	4	4	4	4	4	4	4	33		5	5	5	5	3	3	3	3	32
5	4	5	5	5	5	5	5	39		4	4	4	4	4	4	4	3	31
5	4	4	5	4	5	4	4	35		5	4	5	4	5	5	4	4	36
4	4	4	4	3	4	4	4	31		3	4	3	3	4	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32		3	3	3	3	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	5	40		5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	3	3	3	3	4	4	26		4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32		4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32		3	3	3	3	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	5	40		5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40		5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32		3	3	3	3	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32		4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32		4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32		4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	3	3	3	3	28		2	3	2	3	4	4	4	4	26
4	4	4	4	3	4	4	4	31		4	3	3	3	4	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32		4	4	3	2	4	3	4	3	27
5	5	5	5	4	4	4	4	36		4	5	5	4	4	4	4	4	34
4	4	4	4	5	4	4	4	33		4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32		4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32		4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	4	4	4	4	36		4	4	4	4	3	3	3	3	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32		4	4	3	3	4	4	4	4	30
4	4	4	4	3	4	4	4	31		4	3	3	3	4	4	4	4	29
5	5	5	4	5	5	5	5	39		4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	4	3	5	4	3	4	3	30		4	5	3	4	5	4	5	4	34
5	4	5	5	5	4	4	4	36		5	5	4	5	5	4	4	3	35
3	3	3	3	4	4	4	4	28		4	4	4	4	3	3	4	3	29
3	3	3	3	3	3	3	2	23		4	4	4	4	2	2	2	2	24
2	2	2	2	4	4	4	4	24		3	3	3	3	4	4	4	4	28
3	3	3	3	4	3	4	4	27		3	3	3	3	3	3	3	2	23
4	4	4	4	3	3	4	3	29		2	2	2	2	4	4	4	4	24
3	3	1	1	2	2	2	4	18		3	3	3	3	4	3	4	4	27
3	2	1	1	2	2	3	4	18		4	4	4	4	3	3	4	3	29
2	3	2	1	4	4	3	4	23		3	3	1	1	2	2	2	4	18
4	4	4	4	4	4	4	4	32		3	2	1	1	2	2	3	4	18
2	1	5	2	4	1	5	5	25		2	3	2	1	4	4	3	4	23
4	4	4	4	4	4	4	4	32		4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	3	2	3	4	2	3	24		2	1	5	2	4	1	5	5	25
4	4	4	4	3	4	4	1	28		3	5	5	3	3	4	4	4	31

4	4	4	4	3	3	4	4	30		4	4	3	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32		4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	3	4	4	31		2	3	2	3	4	4	4	4	4	26
3	3	3	4	4	4	4	5	30		4	3	3	3	4	4	4	4	4	29
2	2	1	1	2	2	3	2	15		4	4	3	2	4	3	4	3	3	27
3	3	3	3	2	3	3	3	23		4	5	5	4	4	4	4	4	4	34
4	4	3	2	4	2	2	2	23		4	4	4	4	4	4	4	4	4	32

BUKTI FISIK								KEPUASAN											
34	35	36	37	38	39	JML		40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	JML
5	5	5	5	5	3	28		4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	42
4	4	4	4	4	3	23		4	4	4	3	5	5	4	5	4	4	4	46
4	5	4	4	4	5	26		4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	2	4	22		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	3	3	2	20		2	3	3	1	2	2	4	2	2	4	1	26
3	4	4	3	3	2	19		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	3	3	3	21		2	4	2	2	3	3	3	3	5	2	3	32
5	5	5	5	3	2	25		3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	39
4	5	5	5	4	5	28		4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	2	41
4	4	4	4	4	2	22		4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	43
5	4	5	4	4	3	25		4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	46
4	4	4	5	5	5	27		4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	42
5	5	5	5	5	4	29		5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	44
4	5	5	4	4	5	27		4	4	5	4	2	5	4	5	4	4	5	46
4	4	4	4	4	4	24		4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	40
4	4	4	4	4	3	23		3	3	4	2	4	4	4	3	3	5	3	38
5	5	5	5	5	3	28		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
4	4	4	4	4	2	22		3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	39
4	4	4	4	4	3	23		4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	39
4	4	4	4	4	2	22		3	3	4	2	4	4	4	3	3	5	3	38
5	5	5	5	5	4	29		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
5	5	5	5	5	4	29		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
4	4	4	4	4	3	23		3	3	5	2	4	4	4	3	3	5	3	39
4	4	4	4	4	4	24		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	3	2	21		3	3	4	2	4	2	2	3	3	4	2	32
5	5	4	5	4	5	28		3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	4	24		4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	38
4	4	4	4	4	4	24		4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	37
4	4	4	4	3	3	22		4	4	3	3	4	4	4	2	2	2	2	34

4	4	4	4	4	4	24		4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	41
4	4	4	4	4	4	24		4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	42
4	5	4	4	4	4	25		4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	41
4	5	4	4	4	3	24		4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	41
5	5	5	4	3	3	25		4	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	3	37
5	5	5	4	4	3	26		4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	37
4	4	4	4	4	3	23		4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	40
4	4	4	5	3	3	23		4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	43
4	3	5	4	3	3	22		4	4	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	35
4	5	5	5	4	3	26		4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	39
3	4	3	3	4	3	20		3	2	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	33
4	4	4	4	4	3	23		3	2	3	3	4	4	3	2	2	1	2	2	29
3	3	3	3	3	3	18		2	2	2	3	4	4	4	2	2	2	3	3	30
3	3	3	3	3	3	18		2	2	2	4	2	3	3	3	2	2	3	3	28
4	3	3	4	4	3	21		3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	27
3	3	4	3	3	3	19		4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	40
3	4	3	3	4	3	20		3	4	3	2	1	3	4	1	4	2	3	30	
3	2	1	1	2	4	13		2	3	2	3	2	3	1	1	1	1	1	1	20
3	2	1	1	2	3	12		2	3	2	1	2	3	2	1	2	1	2	1	21
4	4	4	5	5	2	24		3	2	3	4	3	5	4	4	3	4	3	3	38
4	4	4	4	3	2	21		4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	38
3	5	5	2	2	1	18		5	5	4	3	3	5	5	3	3	5	4	45	
4	4	5	4	5	3	25		4	4	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	42
4	5	5	5	4	3	26		2	4	5	2	4	2	3	3	4	5	4	38	
4	3	4	4	3	3	21		3	3	2	3	4	4	3	2	3	4	4	35	
3	4	4	3	3	2	19		2	2	4	2	2	4	4	2	4	4	4	34	
5	5	5	4	4	3	26		5	5	5	3	3	4	4	3	3	3	3	3	41
5	5	5	4	4	4	27		3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	34
5	5	5	4	4	3	26		3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	36
4	4	4	4	4	4	24		3	3	4	3	5	3	3	3	4	4	3	3	38
4	5	5	5	5	4	28		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	3	3	3	21		2	2	4	1	3	3	4	4	3	5	3	3	34
3	4	4	4	4	2	21		4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	41
4	4	4	4	3	2	21		4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	37
4	5	5	4	4	4	26		4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	38
4	4	4	5	4	3	24		4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	37
3	4	4	4	3	2	20		3	3	5	3	4	3	3	3	3	4	3	3	37
3	4	4	4	3	2	20		3	3	5	3	4	3	3	3	3	4	3	3	37
3	4	4	4	3	2	20		3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	38
3	4	4	4	4	3	22		3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	33
5	5	5	5	5	3	28		2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	35

4	4	4	4	4	3	23		5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	48
4	5	4	4	4	5	26		3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	45
4	4	4	4	2	4	22		3	3	1	1	2	2	2	4	4	4	30
4	4	4	3	3	2	20		3	2	5	5	4	5	3	4	5	4	45
5	4	4	5	5	5	28		5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	50
4	4	4	4	5	5	26		2	4	2	2	3	3	3	3	5	2	32
5	5	5	5	4	29		3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	39
4	5	4	4	4	3	24		4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	41
4	5	5	5	5	5	29		4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	39
5	4	5	5	5	5	29		4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	40
4	5	4	3	3	4	23		4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	39
5	5	5	5	4	29		4	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	49
4	5	5	4	4	5	27		4	4	5	5	1	2	2	2	2	4	33
4	4	4	4	4	4	24		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	3	23		3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	37
5	5	5	5	5	3	28		4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	40
4	4	4	4	4	2	22		2	4	4	2	3	3	3	2	3	3	33
4	5	5	5	5	4	28		4	5	5	4	3	4	4	3	3	4	42
5	5	5	5	5	5	30		3	3	4	4	3	4	4	4	3	5	40
5	4	3	5	3	5	25		4	4	3	3	2	3	4	3	2	2	33
5	5	5	5	5	5	30		4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	40
5	5	5	5	4	5	29		3	3	3	3	4	3	4	3	5	3	38
5	5	5	5	5	4	29		5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	43
4	3	3	4	3	2	19		3	3	1	1	2	2	2	4	3	4	27
5	5	4	5	4	5	28		3	2	1	1	2	2	3	4	4	4	30
4	4	4	4	4	4	24		2	3	2	1	4	4	3	4	4	2	31
5	4	5	4	4	5	27		3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	39
4	4	4	4	3	3	22		2	1	5	2	4	1	5	5	2	2	31
4	2	3	4	4	4	21		3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	36
4	3	3	4	3	3	20		3	1	3	3	4	3	3	3	4	4	35

B. NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		KEANDALAN	DATANG	JAMINAN	EMPATI	BUFIS	KEPUASAN
N		100	100	100	100	100	100
Normal Parameters(a,b)	Mean	38.2700	27.2900	30.7400	30.9500	23.8600	38.2400
	Std. Deviation	7.17157	5.62695	5.13577	5.06997	3.58735	6.27987
Most Extreme Differences	Absolute	.134	.090	.117	.128	.086	.102
	Positive	.085	.085	.083	.128	.074	.075
	Negative	-.134	-.090	-.117	-.112	-.086	-.102
Kolmogorov-Smirnov Z		1.342	.902	1.169	1.280	.858	1.017
	Asymp. Sig. (2-tailed)	.055	.390	.130	.076	.454	.252

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

NO	VARIABEL	Asymp. Sig. (2tailed)	KETERANGAN
1	KEANDALAN	0,055	NORMAL
2	DAYA TANGGAP	0,390	NORMAL
3	JAMINAN	0,130	NORMAL
4	EMPATI	0,076	NORMAL
5	BUKTI FISIK	0,454	NORMAL
6	KEPUASAN	0,252	NORMAL

C. LINIERITAS

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN *	Between Groups	(Combined)	1950.411	24	81.267	3.120 .000
KEANDALAN		Linearity	1510.772	1	1510.772	57.993 .000
		Deviation from Linearity	439.639	23	19.115	.734 .796
	Within Groups		1953.829	75	26.051	
	Total		3904.240	99		

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN * DATANG	Between Groups	(Combined)	1269.151	20	63.458	1.902	.023
		Linearity	674.484	1	674.484	20.221	.000
		Deviation from Linearity	594.667	19	31.298	.938	.540
	Within Groups		2635.089	79	33.356		
	Total		3904.240	99			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN * JAMINAN	Between Groups	(Combined)	1486.067	18	82.559	2.765	.001
		Linearity	770.287	1	770.287	25.802	.000
		Deviation from Linearity	715.779	17	42.105	1.410	.154
	Within Groups		2418.173	81	29.854		
	Total		3904.240	99			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN * EMPATI	Between Groups	(Combined)	1461.811	18	81.212	2.693	.001
		Linearity	949.224	1	949.224	31.480	.000
		Deviation from Linearity	512.587	17	30.152	1.000	.467
	Within Groups		2442.429	81	30.153		
	Total		3904.240	99			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN * BUFIS	Between Groups	(Combined)	1522.016	14	108.715	3.879	.000
		Linearity	1149.863	1	1149.863	41.028	.000
		Deviation from Linearity	372.153	13	28.627	1.021	.439
	Within Groups		2382.224	85	28.026		
	Total		3904.240	99			

NO	VARIABEL	Sig.	KETERANGAN
1	KEANDALAN - KEPUASAN	0,796	LINEAR
2	DAYA TANGGAP - KEPUASAN	0,540	LINEAR
3	JAMINAN - KEPUASAN	0,154	LINEAR
4	EMPATI - KEPUASAN	0,467	LINEAR
5	BUKTI FISIK - KEPUASAN	0,439	LINEAR

D. KOLINEARITAS

Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.898	3.698		2.406	.018		
KEANDALAN	.461	.116	.527	3.959	.000	.320	3.124
DATANG	-.205	.133	-.183	-1.545	.126	.401	2.492
JAMINAN	.217	.108	.178	2.019	.046	.730	1.370
EMPATI	.002	.139	.001	.012	.991	.451	2.216
BUFIS	.442	.183	.253	2.416	.018	.517	1.933

a Dependent Variable: KEPUASAN

NO	VARIABEL	VIF	KETERANGAN
1	KEANDALAN	3.124	TIDAK MULTIKOLINEARITAS
2	DAYA TANGGAP	2.492	TIDAK MULTIKOLINEARITAS
3	JAMINAN	1.370	TIDAK MULTIKOLINEARITAS
4	EMPATI	2.216	TIDAK MULTIKOLINEARITAS
5	BUKTI FISIK	1.933	TIDAK MULTIKOLINEARITAS

E. HETEROKEKEDASTISITAS

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	63.388	5	12.678	1.637	.158(a)
	Residual	727.791	94	7.742		
	Total	791.179	99			

a Predictors: (Constant), BUFIS, JAMINAN, DATANG, EMPATI, KEANDALAN

b Dependent Variable: absolut residu

Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t B	Sig. Std. Error
	B	Std. Error			
1	(Constant) 1.351	2.189		.617	.539
	KEANDALAN .112	.069	.285	1.632	.106
	DATANG .017	.078	.034	.216	.830
	JAMINAN -.011	.064	-.020	-.173	.863
	EMPATI .050	.082	.090	.614	.541
	BUFIS -.157	.108	-.200	-1.452	.150

a Dependent Variable: absolut residu

LAMPIRAN 5. ANALISIS REGRESI

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.684(a)	.468	.440	4.70071

a Predictors: (Constant), BUFIS, JAMINAN, DATANG, EMPATI, KEANDALAN

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1827.151	5	365.430	16.538	.000(a)
	Residual	2077.089	94	22.097		
	Total	3904.240	99			

a Predictors: (Constant), BUFIS, JAMINAN, DATANG, EMPATI, KEANDALAN

b Dependent Variable: KEPUASAN

Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	8.898	3.698	2.406	.018
	KEANDALAN	.461	.116	.527	3.959 .000
	DATANG	-.205	.133	-.183	-1.545 .126
	JAMINAN	.217	.108	.178	2.019 .046
	EMPATI	.002	.139	.001	.012 .991
	BUFIS	.442	.183	.253	2.416 .018

a Dependent Variable: KEPUASAN

LAMPIRAN 6. SURAT IJIN PENELITIAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Karangmalang Yogyakarta. 0274 586168 Psw 387 (Jurusan Pendidikan Ekonomi)

No. : 1715/UN.34.18/LT/2015
Hal : Permohonan Izin Penelitian

7 September 2015

Kepada Yth
Ketua Koperasi Susu Warga Mulya
Jl. Bunder, Purwobinagun, Pakem, Sleman
Yogyakarta

Kami sampaikan dengan hormat kepada Bpk/Ibu, bahwa mahasiswa dari Jurusan Ekonomi angkatan tahun 2010 bermaksud mencari data untuk Tugas Akhir Skripsi, adapun mahasiswa tersebut adalah:

Nama/NIM	:	Donny Syahbana /10404244005
Program Studi	:	Pendidikan Ekonomi
Fakultas	:	Ekonomi
Keperluan	:	Mencari data guna Penyusunan Tugas Akhir Skripsi
Judul	:	PENGARUH LIMA DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI SUSU WARGA MULYA PURWOBINAGUN PAKEM SLEMAN

untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bpk/Ibu berkenan memberi ijin dan bantuan seperlunya.

Atas ijin dan bantuannya diucapkan terima kasih

Wakil Dekan I,

Drs. Nurhadi, M.M
NIP 19550101 198103 1006



KOPERASI SUSU "WARGA MULYA" DIY

Badan Hukum No. 27/BH/PAD/KWK12/V/1988 TANGGAL 5 MEI 1998
ALAMAT : BUNDER, PURWOBINANGUN, PAKEM, SLEMAN,
YOGYAKARTA TELP. (0274) 896154



SURAT KETERANGAN

NO: 01/ SK-PKL / KWM / VI / 2016

Koperasi Susu "Warga Mulya" DIY, dengan ini menerangkan yang sebenarnya bahwa :

Nama : DONNY SYAHBANA

No Mhs : 10404244005

Program Study : Pendidikan Ekonomi

Fakultas : Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Telah melaksanakan penelitian sebagai bahan skripsi di Koperasi Susu "Warga Mulya" DIY pada tanggal 7 September 2015 sampai dengan 21 September 2015.

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat digunakan dengan sebagaimana mestinya.

Sleman, 25 Juni 2016



Kasi. Kesekertariatan

LAMPIRAN 7. DOKUMENTASI



Papan Nama Koperasi



Waserda



Lahan Parkir



Pos Satpam



Kantor



Kasir



Parkir Kendaraan
Operasional



Kendaraan Operasional



Unit Produksi



Unit Susu



Gudang Bahan Jadi



Gudang Bahan Baku



Kelompok Ternak Ngepring I



Kelompok Ternak Boyong