

**EFFECT OF SATISFACTORY QUALITY SERVICE UNIT MEMBERS
COOPERATIVE VILLAGE (KUD) IMAGE MAKARTI KUAMANG YELLOW II
MUARA BUNGO JAMBI**

Hane Johan

Dosen STIE EL Hakim

Abstrak

KUD gambar makarti adalah koperasi yang memiliki produk kompetitif sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan keunggulan layanan. Fenomena yang ada pada saat ini adalah anggota dari biasanya aktif saat ini tidak aktif. Hal ini disebabkan anggota aktif dari gambar makarti KUD hanya sekelompok petani yang memiliki lahan kelapa sawit karena ladang minyak yang bisa meminjam di KUD sementara petani anggota koperasi tidak memiliki ladang minyak tidak dapat meminjam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien korelasi atau hubungan kualitas pelayanan yang diberikan kepada kepuasan pelanggan adalah sama dengan 0,816, efeknya sama dengan 0,666. Hal ini menjelaskan bahwa layanan kontribusi kualitas yang disediakan untuk kepuasan pelanggan di Koperasi Unit Desa (KUD) Gambar makarti Kuamang Kuning II Muara Bungo Jambi Kuamang - Kuning 1 SPA Muara Bungo Jambi sebesar 0,666 atau 66,6% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam model penelitian ini.

Untuk perusahaan menyarankan bahwa terus meningkatkan kualitas serta terus menciptakan strategi kreatif untuk menarik pelanggan / orang untuk KUD, seperti halnya pameran produk, pameran dan berbagai macam hadiah menarik lainnya langsung. Hal ini penting untuk meningkatkan pangsa pasar produk dan keberadaan produk dalam jangka panjang.

Abstract

KUD makarti image is a cooperative that has competitive products according to customers' needs and service excellence. phenomena that exist at the present time is a member of the usually active now inactive. This is due to an active member of the KUD makarti image is simply a group of farmers who have land palm oil because the oil field that could have meminjam at KUD while farmers were members of cooperatives do not have the oil field can not borrow.

The results showed that the correlation coefficient or the relationship of quality of service provided to the customer satisfaction is equal to 0,816, the effect is equal to 0,666 this explains that the contribution kualitasn service provided to the customer satisfaction at the Village Unit Cooperatives (KUD) Image makarti Kuamang Yellow II Muara Bungo Jambi Kuamang - Yellow 1 SPA Muara Bungo Jambi amounted to 0,666 or 66,6% while the remaining 33,4% are explained by other variables that are not used in this research model.

For companies suggested that continuously improve the quality as well as continue to create strategic creative to attract customers / people to K UD, as do product exhibitions, fairs and various kinds of other exciting prizes instantly. It is important to increase the market share of the product and the existence of the product in the long run.

PENDAHULUAN

Koperasi Unit Desa Citra Makarti adalah koperasi yang memiliki produk yang kompetitif sesuai dengan kebutuhan nasabah dan layanan yang prima. Para nasabah yang merupakan petani sawit akan merasa puas sehingga akan menghilangkan rasa ketidakpastian serta keragu-ruguan dan beralih pada sesuatu yang pasti. Koperasi Unit Desa Citra Makarti memiliki tujuan untuk membantu petani sawit yang berada di Kabupaten Kuamang Kuning II, sehingga kegiatan utamanya adalah menyelenggarakan pelayanan yang menunjang peningkatan usaha atau laba usaha anggotanya. Adanya kerjasama yang baik antara koperasi dengan anggotanya diharapkan koperasi dapat berperan dan meningkatkan kesejahteraan anggota maupun masyarakat pada umumnya. Berdasarkan fenomena yang ada pada saat sekarang ini adalah beberapa anggota yang biasanya aktif sekarang tidak aktif. Hal ini disebabkan anggota yang aktif pada KUD Citra Makarti adalah kelompok petani sawit yang hanya memiliki lahan sawit karena yang punya lahan sawit yang bisa memimjam pada KUD sementara petani yang anggota KUD tidak memiliki lahan sawit tidak bisa memimjam. Banyaknya anggota yang tidak aktif diduga disebabkan kurangnya partisipasi anggota terhadap koperasi, padahal partisipasi memiliki peranan yang penting dalam pengembangan koperasi. Tanpa adanya partisipasi anggota kemungkinan terjadi penurunan efisiensi dan efektivitas koperasi akan semakin besar. Jadi kemungkinan saja KUD Citra Makarti sukses dalam persaingan, tetapi ia hanya mampu memberikan pelayanan yang minim terhadap anggotanya. Dengan latar belakang pengamatan diatas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai kepuasan nasabah dengan mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan KUD Citra Makarti Terhadap Kepuasan Anggota KUD Citra Makarti Kuamang Kuning Ii Muara Bungo Jambi”.

Pembatasan Masalah

Permasalahan yang dikaji mengenai kepuasan anggota koperasi terhadap pelayanan yang diberikan oleh koperasi, sehingga setiap anggota merasa puas dalam memanfaatkan layanan produk atau jasa yang ditawarkan oleh koperasi.

Rumusan Masalah

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis mencoba untuk merumuskan masalah yang ada pada KUD Citra Makarti di Muaro Bungo Jambi sebagai berikut : “Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota KUD Citra Makarti di Muaro Bungo Jambi?”

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk: “Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota KUD Citra Makarti di Muaro Bungo Jambi”.

Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan yaitu:

1. Sebagai bahan pertimbangan dan informasi bagi KUD Citra Makarti dalam menetapkan kebijakan mengenai pelayanannya agar dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan anggota.
2. Bagi mahasiswa, penelitian ini merupakan sarana pengembangan wawasan dan pengembangan kemampuan analisis tentang kepuasan anggota terhadap pelayanan koperasi, dan juga salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar sarjana.
3. Bagi peneliti selanjutnya, dapat dijadikan bahan masukan, ataupun perbandingan bagi penelitian yang setara dengan penelitian ini.

LANDASAN TEORI

Kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (X) adalah merupakan suatu pernyataan tentang sikap dari pada anggota yang diberikan oleh pihak penyedia jasa kepada pihak yang menggunakan jasa. Indikatornya adalah empathy, daya tanggap, kehandalan dan pelaksana pelayanan jasa.

Kepuasan anggota sebagai variabel terikat (Y) adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh anggota dengan membandingkan antara hasil yang dirasakan dengan harapan. Indikatornya adalah perilaku, kinerja, jasa, imbalan, dan minat.

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang diteliti adalah anggota KUD Citra Makarti yang berjumlah 100 orang. sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 50 orang.

Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini penulis hanya mengambil sampel 50% dari jumlah populasi hal ini karena keadaan yang mendesak dan waktu yang telah disediakan. Maka sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 50 orang.

Teknik Pengumpulan data

Dalam upaya mendapatkan data dan informasi, maka penulis melakukan observasi, wawancara dan kuesioner.

Teknik Analisis Data

Hasil penelitian akan dianalisa dengan menggunakan analisa kualitatif dan kuantitatif.

Hasil dan Pembahasan Penelitian

Koperasi Unit Desa (KUD) Citra Makarti Kuamang Kuning II Muara Bungo Jambi merupakan perusahaan terbuka, bergerak di bidang perekonomian koperasi yang mempunyai enam (6) unit usaha yaitu: Unit Unit Listrik, Unit Waserda, Unit Perkreditasi/SPAJ, dan Unit Lahan Perkebunan Sawit. Periode awal berdirinya

Badan Usaha Unit Desa (BUUD) yaitu padatanggal 14 Maret 1990, berdasarkan atas intruksi Presiden No. 2 tahun 1990, ditingkat kecamatan harus segera dibentuk suatu lembaga ekonomi masyarakat dengan nama Badan Usaha Unit Desa (BUUD) kemudian oleh 35 orang tokoh masyarakat di Kuamang Kuning II Muara Bungo Jambi. Selanjutnya dengan turunnya Instruksi Presiden No. 2 Tahun 1990 pada tanggal 5 Juli 1990, Pengurus BUUD di Kuamang Kuning II dalam upaya menindak lanjuti inpers tersebut, segera melaksanakan musyawarah kembali untuk menentukan langkah selanjutnya, tentang perubahan BUUD menjadi Koperasi Unit Desa (KUD).

Visi KUD Citra Makarti Kuamang Kuning II Muara Bungo Jambi adalah menjadi koperasi yang amaliah, modern, sehat organisasi, sehat usaha, dan sehat mental serta tunggal di tingkat regional dan internasional, dan misi KUD Citra makarti kuamang kuning II muara bungo jambi adalah taat dan patuh terhadap Pancasila, UUD 1945, Undang-Undang Perkoperasian serta peraturan-peraturan perundang-undangan lain yang berlaku dan melaksanakan amanah keputusan Rapat Anggota; Memotivasi anggota secara mandiri untuk meningkatkan harkat derajat sendiri sekaligus mengangkat citra Perkoperasian dan Meningkatkan kompetensi sumber daya Koperasi.

Struktur organisasi di dalam suatu badan usaha mempunyai peranan yang sangat penting karena merupakan gambaran dari wewenang dan tanggung jawab tiap-tiap bagian atau divisi terhadap pencapaian tujuan dan fungsi khususnya. Wewenang dan tanggung jawab tiap-tiap bagian dapat terlihat jelas tanpa harus mencampuri kegiatan atau wewenang dari bagian lain, sehingga dapat tercipta suatu sistem koordinasi yang baik dan dapat menghilangkan otoriterasi pekerjaan. Maka dari itu untuk mencapai tujuan yang diharapkan, perusahaan harus memiliki struktur organisasi dan deskripsi jabatan.

Pengujian Validitas dan Reabilitas Data Uji Validitas

Sebelum pengujian hipotesis dilakukan karena adanya sifat data yang ordinal yang terdiri dari item-item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur sebuah variabel, maka terlebih dahulu harus dilakukan uji instrument yang meliputi validitas dan reliabilitas. Menurut Supranto (2005:28) uji validitas adalah sebuah uji yang digunakan untuk mengukur sejauh mana

pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat mengukur apa yang sebenarnya ingin diukur, analisis ini dilakukan dengan menggunakan faktor analisis. Hasil faktor loadingnya menunjukkan > 0,40 dianggap signifikan artinya hasil uji validitas dari semua item pertanyaan dapat diketahui valid. Berdasarkan hasil pengujian data ditemukan hasil seperti yang terlihat pada tabel 8 dibawah ini yaitu:

Tabel 1: Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan KUD (X)

		Correlations												Kualitas Pelayanan (X)
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	
X1	Pearson Correlation	1	.572**	.317*	.181	.172	.178	.262	.179	-.101	.231	.195	.177	.468**
	Sig. (2-tailed)		.000	.025	.209	.234	.216	.066	.215	.484	.107	.175	.219	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2	Pearson Correlation	.572**	1	.362**	.162	.222	.153	.224	.183	-.024	.163	.146	.229	.472**
	Sig. (2-tailed)	.000		.010	.262	.122	.289	.118	.204	.869	.257	.313	.110	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X3	Pearson Correlation	.317*	.362**	1	.195	.002	.239	.224	.099	.180	.056	.342*	.130	.477**
	Sig. (2-tailed)	.025	.010		.174	.991	.095	.118	.493	.212	.701	.015	.367	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X4	Pearson Correlation	.181	.162	.195	1	.019	.440**	.399**	.288*	-.027	.268	.830**	.234	.617**
	Sig. (2-tailed)	.209	.262	.174		.897	.001	.004	.042	.851	.060	.000	.102	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X5	Pearson Correlation	.172	.222	.002	.019	1	.290*	.461**	.722**	.043	.515**	.064	.410**	.496**
	Sig. (2-tailed)	.234	.122	.991	.897		.041	.001	.000	.764	.000	.657	.003	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X6	Pearson Correlation	.178	.153	.239	.440**	.290*	1	.711**	.505**	.208	.635**	.403**	.505**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.216	.289	.095	.001	.041		.000	.000	.148	.000	.004	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X7	Pearson Correlation	.262	.224	.224	.399**	.461**	.711**	1	.634**	.309*	.745**	.514**	.496**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.066	.118	.118	.004	.001	.000		.000	.029	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X8	Pearson Correlation	.179	.183	.099	.288*	.722**	.505**	.634**	1	.477**	.481**	.372**	.308*	.708**
	Sig. (2-tailed)	.215	.204	.493	.042	.000	.000	.000		.000	.000	.008	.029	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X9	Pearson Correlation	-.101	-.024	.180	-.027	.043	.208	.309*	.477**	1	.120	.100	.053	.326*
	Sig. (2-tailed)	.484	.869	.212	.851	.764	.148	.029	.000		.406	.491	.716	.021
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X10	Pearson Correlation	.231	.163	.056	.268	.515**	.635**	.745**	.481**	.120	1	.276	.485**	.660**
	Sig. (2-tailed)	.107	.257	.701	.060	.000	.000	.000	.000	.406		.053	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X11	Pearson Correlation	.195	.146	.342*	.830**	.064	.403**	.514**	.372**	.100	.276	1	.340*	.706**
	Sig. (2-tailed)	.175	.313	.015	.000	.657	.004	.000	.008	.491	.053		.016	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X12	Pearson Correlation	.177	.229	.130	.234	.410**	.505**	.496**	.308*	.053	.485**	.340*	1	.608**
	Sig. (2-tailed)	.219	.110	.367	.102	.003	.000	.000	.029	.716	.000	.016		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Kualitas Pelayanan (X)	Pearson Correlation	.468**	.472**	.477**	.617**	.496**	.718**	.819**	.708**	.326*	.660**	.706**	.608**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.021	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan instrumen pertanyaan yang mengukur variabel kualitas pelayanan (X) seperti yang terlihat pada tabel dapat disimpulkan bahwa dari 12 item pertanyaan yang seluruh item pertanyaan dinyatakan valid sehingga dapat terus untuk digunakan. Untuk item-item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan (X) dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan yang membentuk variabel kualitas pelayanan dinyatakan validitas yang tinggi sehingga dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Berdasarkan hasil pengujian data ditemukan hasil seperti yang terlihat pada tabel 9 dibawah ini yaitu: instrumen

pertanyaan yang mengukur variabel kepuasan nasabah (Y) seperti yang terlihat pada tabel dapat disimpulkan bahwa dari 15 item pertanyaan yang seluruh item pertanyaan dinyatakan valid sehingga dapat terus untuk digunakan. Untuk item-item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan nasabah (Y) dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan yang membentuk variabel kepuasan nasabah dinyatakan validitas yang tinggi sehingga dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Tabel 2: Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

		Correlations															Kepuasan Anggota (Y)
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	
Y1	Pearson Correlation	1	.581**	.391**	.169	.474**	.450**	.619**	.064	.268	.370**	.194	.084	.212	.138	.523**	.629**
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.241	.001	.001	.000	.659	.060	.008	.178	.564	.139	.339	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y2	Pearson Correlation	.581**	1	.518**	.342*	.725**	.526**	.599**	.093	.221	.309*	.270	.017	.426**	.186	.578**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.015	.000	.000	.000	.521	.122	.029	.058	.908	.002	.196	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y3	Pearson Correlation	.391**	.518**	1	.522**	.548**	.648**	.630**	.336*	.020	.151	.224	.085	.055	-.040	.276	.643**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000		.000	.000	.000	.000	.017	.891	.297	.117	.557	.704	.781	.053	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y4	Pearson Correlation	.169	.342*	.522**	1	.255	.340*	.253	.052	-.003	.114	.174	.408**	.140	.085	.022	.497**
	Sig. (2-tailed)	.241	.015	.000		.074	.016	.076	.720	.982	.431	.226	.003	.333	.557	.877	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y5	Pearson Correlation	.474**	.725**	.548**	.255	1	.746**	.473**	-.014	.122	.062	.022	-.098	.383**	.107	.272	.601**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.074		.000	.001	.921	.397	.669	.877	.497	.006	.459	.056	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y6	Pearson Correlation	.450**	.526**	.648**	.340*	.746**	1	.642**	.087	.134	.123	.139	.037	.211	.205	.256	.648**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.016	.000		.000	.547	.355	.395	.336	.799	.142	.154	.073	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y7	Pearson Correlation	.619**	.599**	.630**	.253	.473**	.642**	1	.161	.271	.369**	.311*	.090	.157	.050	.582**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.076	.001	.000		.265	.057	.008	.028	.534	.276	.733	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y8	Pearson Correlation	.064	.093	.336*	.052	-.014	.087	.161	1	.207	.347	.616**	.066	.033	.107	.018	.372**
	Sig. (2-tailed)	.659	.521	.017	.720	.921	.547	.265		.149	.014	.000	.648	.818	.458	.901	.008
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y9	Pearson Correlation	.268	.221	.020	-.003	.122	.134	.271	.207	1	.488**	.399**	.187	.243	.392**	.079	.445**
	Sig. (2-tailed)	.060	.122	.891	.982	.397	.355	.057	.149		.000	.004	.194	.090	.005	.586	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y10	Pearson Correlation	.370**	.309*	.151	.114	.062	.123	.369**	.347*	.488**	1	.675**	.428**	.475**	.348*	.263	.639**
	Sig. (2-tailed)	.008	.029	.297	.431	.669	.395	.008	.014	.000		.000	.002	.000	.013	.065	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y11	Pearson Correlation	.194	.270	.224	.174	.022	.139	.311*	.616**	.399**	.675**	1	.560**	.256	.332*	.196	.634**
	Sig. (2-tailed)	.178	.058	.117	.226	.877	.336	.028	.000	.004	.000		.000	.073	.018	.173	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y12	Pearson Correlation	.084	.017	.085	.408**	-.098	.037	.090	.066	.187	.428**	.560**	1	.175	.283*	-.046	.409**
	Sig. (2-tailed)	.564	.908	.557	.003	.497	.799	.534	.648	.194	.002	.000		.224	.046	.750	.003
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y13	Pearson Correlation	.212	.426**	.055	.140	.383**	.211	.157	.033	.243	.475**	.256	.175	1	.610**	.273	.555**
	Sig. (2-tailed)	.139	.002	.704	.333	.006	.142	.276	.818	.090	.000	.073	.224		.000	.055	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y14	Pearson Correlation	.138	.186	-.040	.085	.107	.205	.050	.107	.392**	.348*	.332*	.283*	.610**	1	.215	.466**
	Sig. (2-tailed)	.339	.196	.781	.557	.459	.154	.733	.458	.005	.013	.018	.046	.000		.134	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y15	Pearson Correlation	.523**	.578**	.276	.022	.272	.256	.582**	.018	.079	.263	.196	-.046	.273	.215	1	.505**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.053	.877	.056	.073	.000	.901	.586	.065	.173	.750	.055	.134		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Kepuasan Anggota (Y)	Pearson Correlation	.629**	.750**	.643**	.497**	.601**	.648**	.707**	.372**	.445**	.639**	.634**	.409**	.555**	.466**	.505**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.008	.001	.000	.000	.003	.000	.001	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

** .Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * .Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Analisis Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas data dengan bantuan program SPSS ditemukan instrumen kualitas pelayanan (X) dan kepuasan nasabah (Y) yang didukung masing-masing 15 item pertanyaan yang valid mampu menghasilkan *alpha cronbach* > 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa 30 item pertanyaan yang mendukung variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan nasabah (Y) adalah item pertanyaan yang handal dan dapat digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item yang mendukung variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan nasabah (Y) memiliki reliabilitas atau kehandalan data yang tinggi sehingga layak untuk terus digunakan untuk pengujian hipotesis selanjutnya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada table 10 berikut ini.

Tabel 3: Koefisien Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach	Reliabilitas
1	Kualitas Pelayanan	0,818	0,60
2	Kepuasan Nasabah	0,844	0,60

Pengujian Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi

Merupakan bagian uji hipotesis yang berguna untuk mengetahui variasi proporsi yang menjelaskan kontribusi variabel independen (kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah).

Tabel 4

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.816 ^a	.666	.659	2.99848

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X)

Dari tabel 4 diketahui nilai koefisien korelasi atau hubungan kualitasn pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Unit Desa (KUD) Citra Makarti Kuamang Kuning II Muara Bungo Jambi Kuamang – Kuning 1 SPA adalah sebesar 0,816, r-square atau koefisien determinasi sebesar 0,666 hal ini mengidentifikasi bahwa variasi proporsi yang menjelaskan kontribusi kualitasn pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Unit Desa (KUD) Citra Makarti Kuamang Kuning II Muara Bungo Jambi Kuamang – Kuning 1 SPA Muara Bungo Jambi adalah sebesar 0,666 atau 66,6%

sedangkan sisanya 33,4% lagi dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam model penelitian ini.

1. Uji t

Untuk membuktikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, maka penelitian ini dilanjutkan dengan melakukan pengujian statistik yang dilakukan dengan bantuan program SPSS. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang penulis lakukan dengan menggunakan uji t-test terlihat pada tabel 5 dibawah ini :

Tabel 5
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.691	4.214		6.334	.000
	Kualitas Pelayanan (X)	.801	.082	.816	9.776	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota (Y)

Berdasarkan tabel 5 nilai koefisien regresi yang dihasilkan dalam pengujian statistik dapat dibentuk kedalam sebuah persamaan regresi sederhana yaitu:

$$Y = 26,691 + 0,801x$$

Dari persamaan regresi yang terbentuk ditemukan nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan berslope positif sebesar 0,801 yang mengidentifikasi terjadinya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Unit Desa (KUD) Citra Makarti Kuamang Kuning II Muara Bungo Jambi dalam menabung yang secara nyata dibuktikan dengan hasil t-test dengan nilai sig value sebesar 0,000 sedangkan alpha yang digunakan adalah yang mendekati yaitu 0,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Unit Desa (KUD) Citra Makarti Kuamang Kuning II Muara Bungo Jambi secara parsial.

Pembahasan

Dari persamaan regresi yang terbentuk ditemukan nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan langsung berslope positif sebesar 0,816 yang mengidentifikasi terjadinya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan

nasabah pada Koperasi Unit Desa (KUD) Citra Makarti Kuamang Kuning II Muara Bungo Jambi sebesar 0,801 dengan asumsi faktor lain selain kualitas pelayanan dianggap tetap atau konstan.

Dari Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Koperasi Unit Desa (KUD) Citra Makarti Kuamang Kuning II Muara Bungo Jambi Kuamang-Kuning 1 SPA Muara Bungo Jambi. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini disebabkan oleh adanya rasa kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh Koperasi Unit Desa (KUD) Citra Makarti Kuamang Kuning II Muara Bungo Jambi Kuamang-Kuning 1 SPA Muara Bungo Jambi.

SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian pada analisis regresi linear sederhana yang telah dilakukan maka didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 26,691 + 0,801X$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui koefisien dari persamaan regresi adalah positif. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,801 (bertanda positif) terhadap kepuasan nasabah dan nilai t_{hitung} sebesar 9,776 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,005$. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa Diduga Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota KUD Citra Makarti Kuamang Kuning Muara Bungo Jambi dinyatakan **dapat diterima**.
2. Nilai koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,666. Hal ini berarti bahwa 66,6% kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan sisanya sebesar 33,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil yang ditemukan didalam penelitian ini maka penulis memberikan beberapa saran yang dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi perusahaan disarankan agar terus meningkatkan mutu dan kualitas serta terus berusaha menciptakan strategis yang kreatif untuk menarik minat nasabah/masyarakat terhadap KUD Citra Makarti Kuamang Kuning II, seperti melakukan eksepsi produk, pameran dan berbagai macam bentuk hadiah langsung yang menarik lainnya. Hal ini penting untuk meningkatkan pangsa pasar produk dan eksistensi produk dalam jangka panjang.
2. Bagi peneliti selanjutnya penulis menyarankan agar memperbanyak jumlah responden yang akan digunakan serta dilakukan dengan rentangan waktu yang lebih lama. Hal ini perlu dilakukan agar hasil yang ditemukan dalam penelitian tersebut nantinya akan lebih baik dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, Nur Rianto, 2010. *Dasar – Dasar Pemasaran Bank*, Alfabeta, Bandung.
- Al Quran Al Karim dan Terjemahannya, 1989. Toha Putra, Semarang.
- Aladip, Machfuddin. 1981, *Bulughul Maram*, Toha Putra, Semarang.
- Alma, Bukhari, 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Arifin. 2000. *Koperasi Mewujudkan Kebersamaan Dan Kesejahteraan: Menjawab Tantangan Global Dan Regionalisme Baru*.
- Arikunto, Suharsini. 2002, *Prosedur Penelitian dan Pendekatan Praktek*, Edisi Revisi II, Rineka Cipta, Jakarta,
- 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Azwar, Saifudin. 1998. *Metode Penelitian*, Pusaka Pelajar Offset, Yogyakarta.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi penelitian Kuantitatif*, Kencana, Jakarta.
- Dendawijaya, Lukman. 2001, *Manajemen Perbankan*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Ghozali, Imam, 2005, *Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program SPSS*, Toha Putra, Semarang.
- Hamka, 1984. *Tafsir Al Azhar*, Pustaka Panji mas, Jakarta.
- Handi Irawan D, 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Hasan Iqbal, 2002. *pokok pokok materi statistic 2*, Bumi Aksara, Jakarta.
- 2004. *Analisa Data Penelitian Dengan Statistik*, Sinar Grafindo Offset, Jakarta.
- Hendrojogi. 2008. *Azas-azas, Teori dan Praktek Koperasi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Jasfar. 2005. *Service Quality*. Manajemen Usahawan-Lembaga Management FE. UI. Jakarta.
- Julita. 2001. *Menuju Kepuasan Anggota Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan Koperasi*. <http://www.manbisnis.tripod.com/> jurnal. [14 April 2009].
- Kartasasmita G. 2007. *Mewujudkan Demokrasi Ekonomi Dengan Koperasi*. Disampaikan Pada Diskusi Nasional ICMI Bappenas Jakarta 27 Desember 2007. <http://www.Ginandjar.Com> [8 Maret 2009].
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*, Kencana, Jakarta.
- Kementrian Negara dan Koperasi. 2008. *Perkembangan Kinerja Koperasi di Indonesia*. <http://www.Smecca.Com> [15 April 2009].
- Kementrian Koperasi dan UKM. 2009. *Peringkat Jumlah Koperasi yang Berkualitas di Indonesia* <http://www.Smecca.Com> [15 April 2009].

Kotler, Philip Diterjemahkan oleh Hendra Teguh. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Gramedia, Jakarta.

-----, diterjemahkan oleh Herman Sudrajat. 1997. *Manajemen Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta.

Lupiyoadi Rambat, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.

Munir. 2001. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Gramedia. Jakarta.

Nasution . 2008. *Menjawab Kondisi Ekonomi Nasional*. Penerbit PIP dan LPEK. Jakarta Selatan.

Pudjiastuti 2002. Partisipasi Anggota Sebagai Upaya Pencapaian Kemandirian Koperasi. <http://www.educare.e-fkipunla.net/jurnal>. [14 Mei 2009].

Siagian. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara. Jakarta