

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PRIMER KOPERASI PEGAWAI RUMAH SAKIT TNI AL DR. MINTOHARDJO

Sri Agustini
Politeknik STIA LAN Jakarta
Sri.agustini@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at the Primary Employee Cooperative of the TNI AL Dr. Mintohardjo. The research method used is the verification method using simple linear regression with a quantitative approach, while the main data collection instrument is a questionnaire with a simple random sampling technique, namely taking the sample members from the population randomly without paying attention to the strata in the population of 682 members of the PRIMKOPAL cooperative. Using the Slovin formula, 273 research samples were obtained. Then the results of this study were analyzed with SPSS 25.0 software. The results of this study indicate that H_a is accepted, meaning that it has been proven that the independent variable service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at the Primary Employee Cooperative at the TNI AL Dr. Mintohardjo. And the results of the study showed that the effect of service quality was 68.2% and the remaining 31.2% was influenced by other variables outside the research. Suggestions for research results, namely for further research, can add other variables outside the study such as customer value and reduce the research error margin to the level of 1% so that the research results are more accurate.

Keywords: service quality, customer satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Primer Koperasi Pegawai Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo. Metode penelitian yang digunakan adalah metode verifikatif menggunakan regresi linier sederhana dengan pendekatan kuantitatif, sedangkan yang menjadi instrumen pengumpulan data utama adalah kuesioner dengan teknik *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi 682 anggota koperasi PRIMKOPAL menggunakan rumus Slovin diperoleh 273 sampel penelitian kemudian hasil penelitian ini dianalisa dengan alt bantu software SPSS 25.0. Hasil penelitian ini menunjukkan H_a diterima artinya telah terbukti variabel independen kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Pada Primer Koperasi Pegawai Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo. Serta hasil penelitian menunjukkan pengaruh kualitas layanan berpengaruh sebesar 68,2 % dan sisanya 31,2 % dipengaruhi variabel lain diluar penelitian. Saran hasil penelitian yatitu untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain diluar penelitian seperti nilai pelanggan dan mengurangi margin eror penelitian ketaraf 1% sehingga hasil penelitian semakin akurat.

Kata kunci: Kualitas layanan, kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, banyak melahirkan perusahaan yang bergerak dalam bidang produk dan jasa, salah satu perusahaan produk dan jasa yang cukup diminati masyarakat adalah lembaga keuangan bank yang menawarkan berbagai layanan produk

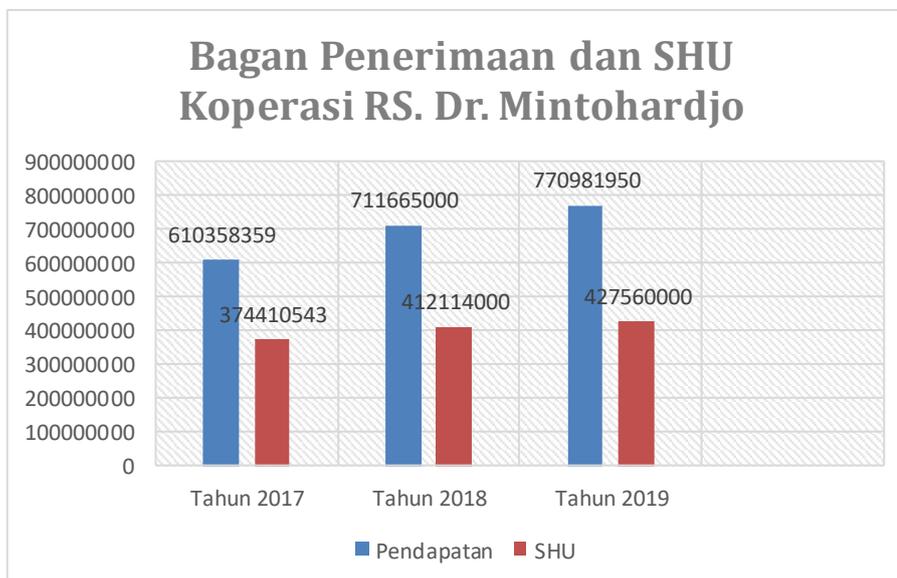
dan jasa kepada masyarakat seperti memberi kredit pinjaman, menjual jasa asuransi, jasa giro, jual beli valuta asing, dan sebagainya. Sedangkan lembaga keuangan bukan bank melakukan kegiatan di bidang keuangan namun tidak menerima dana masyarakat dalam bentuk tabungan, giro, dan deposito. Bentuk lembaga keuangan bukan bank seperti koperasi simpan pinjam.

Menurut UU No 17 Tahun 2012 tentang perkoperasian, tujuan utama dari koperasi adalah untuk meningkatkan kesejahteraan para anggotanya. Dimana undang-undang Nomor 17 tahun 2012 tentang Perkoperasian menegaskan pemerintah memiliki peran dalam menetapkan kebijakan serta menempuh langkah yang mendorong koperasi sehingga dapat tumbuh dan berkembang dengan baik. Untuk mendorong langkah tersebut, pemerintah wajib menghormati jati diri, keswadayaan, otonomi, dan independensi koperasi tanpa melakukan campur tangan terhadap urusan internal Koperasi.

Oleh karenanya Tentara Nasional Indonesia Angkatan Laut mendirikan Koperasi Pegawai Primer Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo yang bertujuan sama dengan koperasi pada umumnya yaitu menyejahterakan anggotanya melalui visi menyejahterakan prajurit PNS dan keluarganya, meningkatkan kesejahteraan ekonomi sosial para anggotanya, serta berperan serta secara aktif dalam mempertinggi kualitas kehidupan tentara hal tersebut.

Tujuan baik tersebut perlu mendapatkan dukungan dari prajurit hal tersebut dapat dilihat dari perkembangan Koperasi Pegawai Primer Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo dapat dilihat dari laporan pertanggung jawaban pengurus seperti bagan dibawah ini:

Gambar 1.1 Bagan Penerimaan Koperasi



Sumber: LPJ PRIMKOPAL RSMTH TB (2019)

Gambar diatas menunjukkan Koperasi Pegawai Primer Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo senantiasa berkembang setiap tahunnya, hal tersebut dapat dilihat dari pertambahan pendapatan dari tiga tahun terakhir serta peningkatan SHU pegawai di tiga tahun terakhir. Oleh karenanya salah satu strategi yang dikembangkan koperasi Pegawai Primer Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo adalah dengan memberikan layanan yang berkualitas dan bermutu yang memenuhi tingkat kepuasan pelanggan dalam

menjalankan unit usaha simpan pinjam, unit usaha Primart dan unit rekanan dinas sehingga berdampak terhadap kesejahteraan anggota koperasi.

Sebagaimana diutarakan Kotler dan Armstrong (2010), Perusahaan yang dapat menghasilkan kualitas pelayanan dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, maka dapat dikatakan perusahaan tersebut telah dapat memuaskan pelanggannya dan dapat juga disebut perusahaan yang berkualitas. Dalam penelitian Silaban (2015), menemukan pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan koperasi simpan pinjam. Mendukung penelitian diatas, penelitian Yusuf dan Raheni (2019) menemukan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada koperasi Pegawai Telkom Anutapura Palu dengan mengukur kepuasan pelanggan pegawai Telkom Anutapura melalui dimensi pelayanan efisien dan efektif yang berdampak terhadap kepuasan pelanggan dengan terpenuhinya persepsi dan harapan dari pelanggan.

Akan tetapi variabel kualitas layanan yang telah terbukti mempengaruhi kepuasan pelanggan, pada koperasi PRIMKOPAL belum berjalan sesuai standar yang telah ditentukan, hal tersebut diakibatkan minimnya jumlah struktur dan pegawai dari koperasi PRIMKOPAL yang berjumlah 9 personil dengan total anggota koperasi sebesar 862 anggota serta belum independennya koperasi dari garis struktural angkatan laut sehingga manajemen koperasi belum sepenuhnya independensi yang berakibat pada belum maksimalnya kualitas layanan dalam menciptakan kepuasan anggota.

Kepuasan merupakan tujuan utama dari dibentuknya koperasi sebagaimana hal tujuan dibentuk koperasi dalam rangka menyejahterakan anggotanya, hal tersebut selaras dengan pengertian Kotler dan Keller (2016:138), menjelaskan kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Maka dari latar belakang diatas, kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila sebuah produk atau jasa memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, dalam hal ini faktor kualitas layanan amat mempengaruhinya dan faktor tersebutlah yang akan dibuktikan oleh peneliti dalam penelitian ini guna meningkatkan kinerja Koperasi Pegawai Pegawai Primer Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo yang berdampak terhadap peningkatan pendapatan dan SHU koperasi guna peningkatan kesejahteraan anggota koperasi kembali.

Maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Primer Koperasi Pegawai Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo.

KAJIAN LITERATUR

Manajemen Pelayanan

Merupakan suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas interaksi antara produsen dengan konsumen yang melibatkan usaha-usaha dan menggunakan peralatan dalam menghasilkan produk-produk yang bersifat tidak kasat mata. Menurut Sugiarto (2002) pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan seseorang terhadap orang lain melalui penyajian produk/jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku pada produk/jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhan orang lain yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani. Jika dalam upaya saling memuaskan tersebut tidak terjadi hubungan timbal balik, kesinambungan pada interaksi berikutnya dapat terhambat. Sementara menurut Gronroos (dalam Ratmianto dan Winarsih, 2013), menjelaskan pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian

aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2017, menjelaskan pelayanan dalam pelayanan publik yaitu kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan.

Dari definisi diatas penulis menyimpulkan pelayanan merupakan perihal atau cara yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, bersifat tidak kasat mata dalam hal membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan pelanggan/seseorang. Dalam konteks pelayanan koperasi untuk menyejahterakan anggota pelayanan dibagi menjadi 3 yaitu:

1. Pelayanan kepada anggota sebagai individu Pelayanan koperasi kepada anggotanya telah diatur dalam UU No.17 Tahun 2012 tentang perkoperasian pasal 29 ayat 2 yang berbunyi setiap anggota mempunyai hak memanfaatkan jasa yang disediakan oleh koperasi. Koperasi harus selalu memegang prinsip memberikan pelayanan yang terbaik bagi anggotanya karena dengan demikian koperasi akan selalu mendapatkan simpati dari para anggotanya.
2. Pelayanan dalam memenuhi kebutuhan anggota Majid (2009), menjelaskan pelayanan yang baik dan berkualitas akan mampu memenuhi harapan pelanggan, dan pelanggan yang harapan-harapannya terpenuhi dapat dipastikan pelanggan tersebut merasakan suatu kepuasan. Dalam hal ini intensitas kepuasan yang dikehendaki para pelanggan itu sangat berkaitan erat dengan seberapa jauh barang dan jasa tersebut dapat memenuhi kebutuhan anggota.
3. Pelayanan terhadap usaha anggota Bentuk pelayanan koperasi terhadap anggota dapat dilakukan melalui bisnis antar usaha anggota dengan koperasi. Hubungan bisnis ini dapat dikaji secara mikro dimana anggota berfungsi sebagai produsen tetapi juga berfungsi sebagai konsumen. Demikian juga dengan koperasi, dapat berfungsi sebagai produsen tetapi juga dapat berfungsi sebagai konsumen dari anggotanya. Anggota memiliki hak-hak yang harus dapat dipenuhi oleh koperasi agar dapat memberikan kepuasan kepada anggota. Sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang No.17 Tahun 2012 Pasal 29 ayat 2.

Ciri-ciri pelayanan:

- a. Tidak kasat mata
Pelayanan adalah usaha guna menghasilkan produk-produk yang tidak kasat mata, artinya produk yang dihasilkan dapat dirasakan langsung oleh konsumen dan dapat dirasakan manfaatnya namun tidak dapat diraba keberadaannya. Seperti contoh: Pelayanan pembuatan KTP, disana ada beberapa rangkaian tahapan, misalnya pelayanan melalui RT, RW, Kelurahan dan Kecamatan. Disana kita mendapatkan pelayanan administrasi dari pihak-pihak yang terkait, disitu kita dilayani mulai dari penyerahan syarat-syarat pembuatan, tanda tangan, sampai pemberian KTP. Hal ini dapat dikatakan tidak kasat mata, karena kita mendapatkan manfaat dari pelayanan yang telah dilakukan namun produk yang dihasilkan tidak dapat terlihat.
- b. Melibatkan Upaya Manusia/peralatan lain yang disediakan perusahaan penyelenggara pelayanan.

Yang dimaksud dengan melibatkan upaya manusia/ peralatan lain yang disediakan perusahaan penyelenggara pelayanan adalah tanpa adanya upaya yang datang dari manusia maka sebuah pelayanan tidak akan mungkin terselenggara dan semua peralatan lain yang disediakan perusahaan penyelenggara pelayanan digunakan sebagai pendukung penyelenggaraan pelayanan.

- c. Konsumen memiliki kenangan, pengalaman, atau memori tersebut tidak bisa dijual/diberikan kepada orang lain.
- d. Tujuannya adalah unik, setiap kontak/konsumen adalah spesial: unik disini maksudnya, pelayanan yang yang diberikan dapat disesuaikan dengan permintaan konsumen.
- e. Suatu pelayanan terjadi saat tertentu dan tidak dapat disimpan di gudang atau dikirim.
- f. Konsumen “rekanan” yang terlibat dalam proses produksi konsumen adalah rekanan, artinya bahwa dalam proses pelayanan tidak hanya satu arah hanya memberikan pelayanan, tetapi di dalam pelayanan ada proses interaksi atau umpan balik (*feedback*) sehingga dapat memberi masukan juga terhadap pemberi pelayanan, sehingga masukan dapat dijadikan referensi di dalam peningkatan kinerja pelayanan.
- g. Konsumen melakukan kontrol kualitas dengan cara membandingkan harapan dan pengalamannya :
Dalam pelayanan kontrol kualitas konsumen dapat membandingkan, pelayanan yang diharapkannya seperti apa apakah baik pelayanannya, mengecewakan atau tidak hal ini dapat diketahui disaat menghadapi pelayanan melalui pengalaman.
- h. Jika terjadi masalah, meminta maaf
- i. Moral karyawan berperan sangat menentukan :
Dalam pemberian pelayanan moral si pemberi pelayanan sangat berpengaruh terhadap proses pelayanan, tergantung dari sikap moral, apabila moral yang baik, maka pelayanannya pun baik. Begitu juga sebaliknya.

Aktivitas perusahaan akan sukses apabila ada aktivitas manajemen Pelayanan yang terstruktur. Manajemen pelayanan akan menjadi pedoman dalam menjalankan kelangsungan hidup perusahaan dalam hal ini Koperasi Pegawai Primer Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo dalam menjalankan unit usaha simpan pinjam, unit usaha Primart dan unit rekanan dinas lebih unggul dibandingkan para pesaingnya seperti perbankan, alfamart dan jasa rekanan pihak ketiga yang jauh lebih memiliki kekuatan modal financial.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas peneliti sampai pada pemahaman bahwa manajemen pelayanan adalah Proses penerapan ilmu dan seni untuk menyusun rencana, mengimplementasikan rencana, mengkoordinasikan dan menyelesaikan aktifitas-aktifitas pelayanan demi tercapainya tujuan-tujuan pelayanan. Hal tersebut sejalan dengan Menurut Atik dan Ratminto (2005), manajemen pelayanan merupakan suatu proses penerapan ilmu dan seni untuk menyusun rencana, mengimplementasikan rencana, mengkoordinasikan dan menyelesaikan aktivitas-aktivitas pelayanan demi tercapainya tujuan-tujuan pelayanan yang tegas dan ramah terhadap konsumen, terciptanya interaksi khusus dan kontrol kualitas dengan pelanggan. Serta Maddy (2009) menjelaskan manajemen pelayanan adalah suatu proses penerapan ilmu dan seni untuk menyusun rencana, mengimplementasikan rencana, dan menyelesaikan aktivitas-aktivitas pelayanan demi tercapainya tujuan-tujuan pelayanan.

Sasaran Manajemen Pelayanan adalah kepuasan pelanggan. Dalam menyelenggarakan pelayanan baik kepada pelanggan internal maupun eksternal, pihak penyedia dan pemberi layanan harus selalu berupaya untuk mengacu kepada tujuan utama pelayanan, yaitu kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*) atau kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dengan harapan agar tujuan perusahaan bisa tercapai dalam hal ini Koperasi Pegawai Primer Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo.

Dalam konsep manajemen pelayanan terdapat empat unsur pokok yang perlu diperhatikan menurut Swastha dan Handoko (1997: 5-6), yaitu:

1. Orientasi pada Pelanggan

Perusahaan yang ingin mempertahankan Pelanggannya harus menentukan kebutuhan pokok dari pembeli yang akan dipenuhi kebutuhannya dan keinginannya, menentukan produk dan program pemasarannya, dan menentukan strategi yang paling baik.

2. Integritas Pemasaran

Agar perusahaan tanggap dan mampu menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan, maka perlu diadakan analisis terhadap situasi.

Analisis ini memiliki tiga komponen, yaitu analisis terhadap pasar secara total, terhadap integral perusahaan dan terhadap lingkungan. Dari ketiga analisis tersebut akan diperoleh gambaran tentang *strength*, *weaknesses*, *opportunity*, *treath* atau dikenal dengan istilah SWOT yang ada pada perusahaan (Rangkuti 2013).

3. Kepuasan Pelanggan

Eksistensi dan kemampuan perusahaan mendapatkan laba dalam jangka panjang, secara tidak langsung dipengaruhi oleh perusahaan tersebut dalam memuaskan kebutuhan Pelanggan, hal yang sering diistilahkan dengan konsep pemasaran. Ada pandangan lain yang mengatakan bahwa tujuan sistem pemasaran adalah untuk menambah kepuasan Pelanggan, bukan konsumsi. kepuasan Pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja dengan harapannya (Menurut Kotler yang dikutip kembali oleh Fandi Tjiptono, 2015 : 312).

4. Pemasaran Jasa Perbankan

Perbankan merupakan suatu perusahaan yang menghasilkan suatu produk jasa, sedangkan jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan.

Koperasi

Banyak definisi dan pengertian tentang koperasi, berdasarkan UU No 17 Tahun 2012 tentang perkoperasian koperasi merupakan badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan berlandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan (Hendrojogi, 2007:21).

Sementara *International Labour Organization* dalam Subandi (2011:18-49) menjelaskan koperasi merupakan suatu kumpulan orang, biasanya yang memiliki kemampuan ekonomi terbatas, yang melalui suatu bentuk organisasi perusahaan yang diawasi secara demokratis, masing-masing memberikan sumbangan yang setara terhadap modal yang diperlukan dan bersedia menanggung resiko serta menerima imbalan yang sesuai dengan usaha yang mereka lakukan”

Jadi dapat diartikan koperasi merupakan kumpulan orang dan bukan kumpulan modal. Koperasi harus betul-betul mengabdikan kepada kepentingan perikemanusiaan semata-mata

dan bukan kepada kebendaan. Kerjasama dalam koperasi didasarkan pada rasa persamaan derajat, dan kesadaran para anggotanya. Koperasi merupakan wadah demokrasi ekonomi dan sosial. Koperasi adalah milik bersama para anggota, pengurus maupun pengelola. Usaha tersebut diatur sesuai dengan keinginan para anggota melalui musyawarah rapat anggota.

Lebih lanjut tujuan koperasi sebagaimana dicantumkan dalam UU No 17 Tahun 2012 tentang perkoperasian, tujuan utama dari koperasi adalah untuk meningkatkan kesejahteraan para anggotanya dan 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 berlandaskan Pancasila serta Undang-Undang Dasar 1945 (Rudianto, 2010:4).

Berdasarkan tujuan yang ditetapkan dalam No 17 Tahun 2012 itu, dapat dikatakan bahwa tujuan koperasi di Indonesia menurut garis besarnya meliputi tiga hal berikut:

1. Untuk memajukan kesejahteraan anggotanya,
2. Untuk memajukan kesejahteraan masyarakat,
3. Turut serta membangun tatanan perekonomian nasional.

Definisi Operasional Variabel dan Indikatornya

1. Variabel Kualitas Pelayanan

1.1 Definisi Kualitas Pelayanan

Salah satu cara agar penjualan Primer Koperasi Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo dalam bidang unit usaha simpan pinjam, unit usaha Primart dan unit rekanan dinas lebih unggul di bandingkan para pesaingnya seperti perbankan, toko alfa dan rekanan pihak ketiga lainnya yaitu dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan bermutu yang memenuhi tingkat kepentingan Pelanggan.

Kualitas pelayanan atau *service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima atau diperoleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Kualitas sebagai mana di interpretasi ISO 9000 merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016:143) kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan. Sementara menurut Tjiptono & Chandra (2011: 164), Konsep kualitas dianggap sebagai ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian (*conformance quality*).

Dari dua definisi diatas peneliti menarik kesimpulan kualitas merupakan sebuah bentuk pengukuran terhadap suatu nilai layanan yang telah diterima oleh Pelanggan dan kondisi yang dinamis suatu produk atau jasa dalam memenuhi harapan Pelanggan. Sedangkan jasa menurut Vargo & Lusch (dalam Tjiptono, 2015:3) menjelaskan *service is an interactive process of doing something for someone*, yang memiliki arti layanan atau jasa merupakan proses interaksi dalam melakukan sesuatu kepada seseorang.

Dari tersebut dapat disimpulkan bahwa layanan/ jasa adalah sebuah aktifitas atau tindakan interaksi antara pihak pemberi dan pihak penerima layanan/ jasa yang ditawarkan oleh pihak pemberi secara tidak berwujud sehingga tidak dapat dirasakan oleh fisik. Kesimpulan tersebut sejalan dengan definisi kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2015:59), yang menjelaskan kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan

yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Serta Lewis & Booms dalam Tjiptono & Chandra (2011 : 180), kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan pelanggan.

1.2 Dimensi Untuk Mengukur Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi harapan Pelanggan dengan memberikan pelayanan kepada Pelanggan pada saat berlangsung dan sesudah transaksi berlangsung. Kualitas atau mutu pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan dengan konsumen.

Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (*Service Quality*) yang dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*). Menurut Koetler yang dikutip kembali oleh Tjiptono & Chandra (2011: 232-233), terdapat lima dimensi kualitas jasa yang dijadikan pedoman oleh pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan jasa yaitu :

- (1) *Reliability* yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya dengan atributnya:
 - a. Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan,
 - b. Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan,
 - c. Menyampaikan jasa secara benar semenjak pertama kali,
 - d. Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan,
 - e. Menyimpan catatan/ dokumen tanpa kesalahan.
- (2) *Responsiveness* yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap dengan atributnya:
 - a. Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa
 - b. Layanan yang segera/ cepat bagi pelanggan
 - c. Kesiapan untuk membantu pelanggan
 - d. Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan
- (3) *Assurance* (Jaminan) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan dengan atributnya:
 - a. Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya para pelanggan
 - b. Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi
 - c. Karyawan secara konsisten bersikap sopan
 - d. Karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan
- (4) *Empathy* (Empati) yaitu peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan dengan atributnya:
 - a. Karyawan yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian
 - b. Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan
 - c. Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan
- (5) *Tangibles* yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan personil dengan atributnya:
 - a. Peralatan modern
 - b. Karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional
 - c. Materi-materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual

2. Variabel Kepuasan Pelanggan

2.1 Definisi Kepuasan Pelanggan

Perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan semakin besar karena pada dasarnya tujuan dari suatu perusahaan atau organisasi dalam hal ini Primer Koperasi Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo adalah untuk menciptakan rasa puas pada anggota koperasi. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan/anggota koperasi, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi Primer Koperasi Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo, namun apabila tingkat kepuasan yang dirasakan anggota kecil, maka terdapat kemungkinan bahwa anggota koperasi tersebut akan pindah ke jasa peminjaman lain seperti perbankan.

Menurut Tjiptono (2015 : 312) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya. Sementara Kotler dan Keller (2016 : 138) kepuasan atau *satisfaction* merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, Pelanggan akan tidak puas. Definisi tersebut dilengkapi *Oxford Advanced Learner's Dictionary* (dalam Tjiptono dan Chandra, 2011 : 292) mendeskripsikan kepuasan sebagai *the good feeling that you have when you achieved something or when something that you wanted to happen does happen and the act of fulfilling a need or desire*, yang diartikan bahwa kepuasan adalah perasaan menyenangkan yang dimiliki saat mendapatkan sesuatu atau ketika sesuatu yang diinginkan terjadi dan aksi terpenuhinya kebutuhan dan keinginan.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan sikap, penilaian dan respon emosional yang ditunjukkan oleh pelanggan setelah proses pembelian atau pemakaian jasa yang telah dilakukannya.

2.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan

Pelanggan merasa puas bila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas bila harapan pelanggan terlampaui. Menurut Irawan (2004: 37), ada lima dimensi utama kepuasan pelanggan, yaitu:

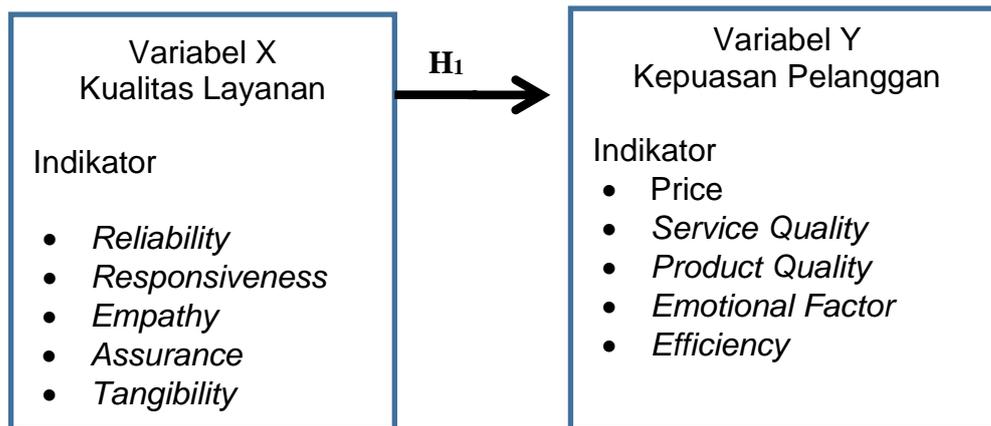
1. *Price*, untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.
2. *Service Quality*, sangat tergantung dari tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru karena pembentukan *attitude* dan *behaviour* yang seiring dengan keinginan koperasi bukanlah pekerjaan mudah. Pembentukan harus dilakukan mulai dari proses rekrutmen, training dan budaya kerja.
3. *Product Quality*, pelanggan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut apabila kualitas produk yang baik.
4. *Emotional Factor*, ditunjukkan oleh konsumen atas kepuasan yang diperoleh mereka dalam menggunakan suatu produk/jasa yang menimbulkan rasa bangga dan rasa percaya diri.
5. *Efficiency*, kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa tersebut dan kemudahan dalam pembayaran dapat membuat pelanggan akan semakin puas bila

relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau pelayanan.

Kerangka Berpikir

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran pengaruh variabel independen kualitas layanan (X) terhadap kepuasan Pelanggan (Y), maka dari kerangka penelitian digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Penelitian



Sumber : Kotler & Keller
(dalam Khuswati dan Triana 2019)

Sumber : Irawan
(dalam Pandiaj dan Widiastuti 2013)

Hipotesa Penelitian

Berdasarkan penelitian terdahulu penelitian Pratama (2020) yang meneliti 96 anggota dan calon anggota melalui *purposive sampling* dengan metode kuantitatif regresi linear menunjukkan terjadi pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan anggota dan calon anggota Kospin JASA Cabang Purwokerto. Penelitian Putri (2018), meneliti 77 responden dengan metode survai menemukan berdasarkan analisis IPA, atribut yang masih perlu ditingkatkan koperasi seperti kelengkapan fasilitas koperasi (Atribut Bukti Nyata), ketepatan waktu dalam mendapatkan uang hasil penjualan (Atribut Kehandalan), keterampilan atau pengetahuan pengurus (Atribut Jaminan), sanksi untuk anggota yang tidak mematuhi peraturan koperasi (Atribut Daya) dan bantuan sosial seperti biaya rumah sakit bila ada anggota yang sakit (Dimensi Perhatian). Sedangkan berdasarkan perhitungan, CSI keseluruhan mencapai nilai 77,40 % dalam rentang skala 61-80 % sehingga dapat dikatakan anggota merasa puas terhadap kinerja yang diberikan koperasi. Serta penelitian Yusuf dan Raheni (2019), yang menemukan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada koperasi Pegawai Telkom Anutapura Palu dengan mengukur kepuasan pelanggan pegawai Telkom Anutapura melalui dimensi pelayanan efisien dan efektif yang berdampak terhadap kepuasan pelanggan dengan terpenuhinya persepsi dan harapan dari pelanggan. Berdasarkan beberapa penelitian diatas dan kerangka penelitian yang dibuat peneliti, maka peneliti membuat hipotesa penelitian sebagai berikut:

H₀: Tidak terdapat Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Primer Koperasi Pegawai Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo

H_a: Terdapat Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Primer Koperasi Pegawai Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian untuk mengukur Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Primer Koperasi Pegawai Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2016:7) menjelaskan pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan untuk menguji hipotesa atau kesimpulan sementara dengan menggunakan analisis statistik berdasarkan pengumpulan data melalui instrumen penelitian yang diberikan kepada sampling dari populasi penelitian. Penelitian ini menggunakan metode verifikatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji kesimpulan awal penelitian atau hipotesa awal, apakah hipotesa penelitian diterima atau ditolak (Sugiyono, 2016:-06). Sedangkan teknik analisa data yang digunakan yaitu regresi linier sederhana dimana metode ini digunakan dalam situasi di mana suatu variabel bebas dihipotesiskan akan mempengaruhi satu variabel terikat untuk mengetahui dihitung melalui *software* aplikasi SPSS 25.0. Pada penelitian ini menggunakan data *cross sectional* karena datanya terdiri dari satu objek namun memerlukan sub objek-sub objek lainnya yang berkaitan atau yang berada di dalam objek induk pada satu waktu saja dan menggunakan media penyebaran kuesioner secara bersamaan kepada beberapa responden. Data *cross sectional* dapat dilakukan dengan data yang sekali dikumpulkan mungkin selama periode harian, mingguan atau bulanan dalam menjawab pernyataan dalam suatu penelitian (Sekaran, 2017). Penelitian ini dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada anggota primer koperasi pegawai Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Obyek Penelitian

Primer Koperasi TNI AL RS Dr. Mintohardjo sesuai dengan Akta Pendirian pada tahun 1971 Dengan Badan Hukum Nomor: 927/B.H/I pada tanggal 18 Juni 1971 yang berkedudukan di Jl. Bendungan Hilir Jakarta Pusat dan disahkan oleh Kepala Direktorat Koperasi Daerah Khusus Ibukota Jakarta, saat itu mempunyai 50 anggota dengan pengurus berjumlah 5 orang dan mempunyai 1 (satu) Unit Usaha yaitu Simpan pinjam, dengan kebijakan pimpinan dan bantuan dari Dinas berupa sarana dan prasarana, saat itu bantuan sarana prasarana dari Dinas sangat terbatas namun sangat mendukung keberadaan.

Koperasi untuk membantu memenuhi kebutuhan anggota, walaupun partisipasi anggota belum sepenuhnya mendukung keberadaan koperasi. Pada perjalanannya PRIMKOPAL telah beberapa kali melakukan perubahan Anggaran Dasar, Perubahan Anggaran Dasar yang terbaru sesuai dengan Akta Perubahan Nomor 10 tanggal 7 Juni 2017 dan telah disetujui dengan Surat Keputusan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor :001008/PAD/M.KUKM.2/III/2019 tentang persetujuan Perubahan Anggaran Dasar Koperasi Primer Koperasi TNI AL Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo pada tanggal 29 Maret 2019.

Meningkatnya tuntutan dari Dinas khususnya anggota terhadap Unit Usaha memaksa pihak pengurus koperasi melakukan upaya untuk semakin berkembang. Penataan Koperasi di lingkungan TNI AL merupakan tindak lanjut dari pelaksanaan

pengambilalihan aktivitas bisnis TNI yang telah ditetapkan dalam Peraturan Panglima TNI Nomor Perpang/93/XII/2009 tanggal 31 Desember 2009 tentang Penataan Koperasi, Yayasan dan Pemanfaatan Barang Milik Negara di lingkungan TNI. Pelaksanaan tentang Penataan Koperasi meliputi penataan susunan organisasi, kegiatan usaha dan penyertaan modal koperasi dalam badan usaha lain.

Aktivitas bisnis TNI AL secara tidak langsung adalah kegiatan usaha komersial yang dimiliki dan dikelola oleh TNI AL yang dilakukan melalui koperasi dan atau bekerja sama dengan pihak ketiga. Pemerintah dalam hal ini KEMHAN melakukan pengambilalihan terhadap aktivitas TNI AL yang dilakukan secara langsung. TNI Angkatan Laut khususnya sebagai sebuah organisasi yang besar memiliki kepentingan yang sama dalam menyejahterakan anggotanya, maka kebijakan pimpinan selanjutnya mendirikan sebuah organisasi koperasi yang berada diluar organisasi struktural yang mengakomodasi kepentingan tersebut. Pembentukannya adalah Inkopal (Induk Koperasi Angkatan Laut), yang membawahi Puskop (Pusat Koperasi) Kotama, dan paling bawah yaitu Primer Koperasi TNI AL Dr. Mintohardjo dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas pelayanan agar kepuasan konsumennya meningkat. Jumlah keanggotaan Koperasi PRIMKOPAL pada tahun 2020 berjumlah 862 orang.

Uji Pengolahan Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian instrumen penelitian melalui uji validitas dan reliabilitas merupakan syarat yang harus dilakukan dalam penelitian kuantitatif yang bersumber dari data primer menggunakan alat ukur kuesioner (Sugiyono, 2018:276). Uji Validitas Item adalah uji statistik yang digunakan untuk menentukan seberapa valid suatu item pertanyaan mengukur variabel yang diteliti. Uji Reliabilitas item adalah uji statistik yang digunakan guna menentukan reliabilitas serangkaian item pertanyaan dalam keandalannya mengukur suatu variabel.

a. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur, atau sejauh mana alat ukur yang digunakan mengenai sasaran. Semakin tinggi validitas suatu alat tes, maka alat tersebut semakin mengenai pada sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur. Suatu tes dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila alat tes tersebut menjalankan fungsi pengukurannya atau memberikan hasil ukuran sesuai dengan makna dan tujuan diadakannya tes atau penelitian tersebut. Dasar pengambilan keputusan uji validitas item menggunakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah nilai indeks valid dengan nilai indeks (Sugiyono, 2018 : 179). Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan (X)

Hasil pengujian validitas terhadap variabel kualitas layanan (X) yaitu 4.5, dan dapat dilihat bahwa nilai r hitung dari masing-masing indikator pertanyaan lebih besar dari 0,3 dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* terkecil 0.445. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan pada kuesioner adalah valid atau layak dalam mendefinisikan variabel kualitas layanan (X)

Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil pengujian validitas terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) dapat dilihat bahwa nilai r hitung dari masing-masing indikator pertanyaan *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari 0,3 dengan nilai r hitung terkecil 0.532. Dapat disimpulkan

bahwa pernyataan-pernyataan pada kuesioner adalah valid atau layak dalam mendefinisikan variabel kepuasan pelanggan (Y).

b. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu test merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran.

Dari data dapat disimpulkan bahwa untuk variabel kualitas layanan 0,891 memiliki reabilitas tinggi sedangkan kepuasan pelanggan mempunyai nilai Alpha adalah, 0,910 artinya memiliki reabilitas sempurna. Maka dapat dilanjutkan kepengujian berikutnya.

2. Uji Asumsi Klasik

Tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Uji asumsi klasik yang akan dibahas pada regresi linear sederhana meliputi uji normalitas dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Cara untuk mendeteksi residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Uji Kolmogorov-Smirnov merupakan uji normalitas yang umum digunakan karena di nilai lebih sederhana dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi. Berdasarkan hasil output menunjukkan nilai Kolmogorov-Smirnov signifikan pada $0,200 > 0,05$. Dengan demikian, residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Hasil pengujian heterokedastisitas menunjukkan, titik-titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas pada model regresi yang dibuat.

3. Model Regresi Linear Sederhana

Pengaruh kualitas layanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dalam koperasi PRIMKOPAL, dapat dilihat dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana.

Hasil dari analisis tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta persamaan diatas sebesar 8,495 angka tersebut menunjukkan bahwa jika X kualitas layanan sebesar 6,383.
2. X (kualitas layanan) menunjukkan nilai koefisien sebesar (0,569). Hal ini berarti bahwa jika terjadi kenaikan stres kerja sebesar 1% terhadap kinerja pegawai juga akan mengalami kenaikan sebesar variabel pengalinya 0,569 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis di atas, maka akan dilakukan pembahasan yang memberikan beberapa informasi secara rinci tentang hasil penelitian serta bagaimana pengaruh

masing-masing variabel terhadap variabel lainnya. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan. Pengujian hipotesis antara variabel independen dan variabel dependen dilakukan melalui hasil analisis SPSS 25.0, dengan pembahasan sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Layanan (X), terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil penelitian Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Primer Koperasi Pegawai Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo, menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dalam uji hipotesa statistik, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan hipotesis yang dibuat kualitas layanan (X) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan determinasi r square sebesar 68,2% artinya kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 68,2 % dan sisanya 31,8% dipengaruhi variabel diluar penelitian. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Pratama (2020) yang meneliti 96 anggota dan calon anggota melalui purposive sampling dengan metode kuantitatif regresi linear menunjukkan terjadi pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan anggota dan calon anggota Kospin JASA Cabang Purwokerto. Penelitian Putri (2018), meneliti 77 responden dengan metode survai menemukan berdasarkan analisis IPA, atribut yang masih perlu ditingkatkan koperasi seperti kelengkapan fasilitas koperasi (Atribut Bukti Nyata), ketepatan waktu dalam mendapatkan uang hasil penjualan (Atribut Keandalan), keterampilan atau pengetahuan pengurus (Atribut Jaminan), sanksi untuk anggota yang tidak mematuhi peraturan koperasi (Atribut Daya) dan bantuan sosial seperti biaya rumah sakit bila ada anggota yang sakit (Dimensi Perhatian). Sedangkan berdasarkan perhitungan, CSI keseluruhan mencapai nilai 77,40 % dalam rentang skala 61-80 % sehingga dapat dikatakan anggota merasa puas terhadap kinerja yang diberikan koperasi. Serta penelitian Yusuf dan Raheni (2019), yang menemukan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada koperasi Pegawai Telkom Anutapura Palu dengan mengukur kepuasan pelanggan pegawai Telkom Anutapura melalui dimensi pelayanan efisien dan efektif yang berdampak terhadap kepuasan pelanggan dengan terpenuhinya persepsi dan harapan dari pelanggan.

Sebagaimana diutarakan Kotler dan Armstrong (2010), Perusahaan yang dapat menghasilkan kualitas layanan dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, maka dapat dikatakan perusahaan tersebut telah dapat memuaskan pelanggannya. Oleh karenanya salah satu cara agar penjualan Primer Koperasi Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo dalam bidang unit usaha simpan pinjam, unit usaha Primart dan unit rekanan dinas lebih unggul di bandingkan para pesaingnya seperti perbankan, toko alfa dan rekanan pihak ketiga lainnya yaitu dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan bermutu yang memenuhi tingkat kepentingan Pelanggan.

Peningkatan kualitas layanan pegawai koperasi PRIMKOPAL dilakukan dengan menggunakan berbagai macam cara yang sesuai dengan kaidah-kaidah perkoperasian dimana usaha tersebut dapat meningkatkan kepercayaan anggota dalam meningkatkan kesejahteraan anggota. Dalam penelitian ini diukur melalui model SERVQUAL (*Service Quality*) yang dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang sesungguhnya dan diharapkan (*expected service*). Hal yang diharapkan dari koperasi PRIMKOPAL yaitu kepuasan yang diberikan oleh koperasi PRIMKOPAL terhadap anggota karena semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan/anggota koperasi, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi Primer Koperasi Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo, namun apabila tingkat kepuasan yang dirasakan anggota kecil, maka terdapat kemungkinan bahwa anggota koperasi tersebut akan pindah ke jasa peminjaman lain seperti perbankan.

Kepuasan pelanggan dalam suatu perusahaan merupakan suatu sarana penting dalam melaksanakan tugas pekerjaannya, kepuasan itu terjadi apabila kebutuhan-kebutuhan individu sudah terpenuhi dan terkait dengan derajat kesukaan dan ketidaksukaan yang dikaitkan dengan pegawai. Kepuasan pelanggan terjadi pada tingkatan dimana perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi yang ada sehingga kunci dari kepuasan itu sendiri terletak pada bagaimana pegawai koperasi PRIMKOPAL dapat memberikan kualitas layanan yang baik sehingga anggota memperoleh kepuasan dan akan loyalitas terhadap koperasi PRIMKOPAL

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa :

1. H_a diterima artinya telah terbukti variabel independen kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Pada Primer Koperasi Pegawai Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo.
2. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Pada Primer Koperasi Pegawai Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo sebesar 68,2 % dan sisanya 31,2 % dipengaruhi variabel lain diluar penelitian.

Implikasi Manajerial

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi Primer Koperasi Pegawai Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi, menurunkan atau meningkatkan kualitas layanan koperasi sehingga meningkatkan mutu koperasi PRIMKOPAL. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti pada anggota koperasi PRIMKOPAL melalui kuesioner yang disebar terdapat beberapa item kuesioner yang bisa di jadikan masukan informasi kepada pengurus koperasi PRIMKOPAL:

1. Untuk mempertahankan *reliability* yakni dalam pernyataan butir ketiga yaitu pengurus PRIMKOPAL unit usaha simpan pinjam senantiasa melayani anggota koperasi yang membutuhkan pinjaman kesungguhan, pelayanan yang totalitas dari unit koperasi simpan pinjam memberikan kepuasan kepada anggota koperasi
2. Untuk meningkatkan dimensi *assurance* dalam pernyataan butir kesebelas saya merasa aman bekerjasama dalam pengadaan barang oleh Primer koperasi dikarenakan SPJ nya yang dapat dipertanggung jawabkan, keamanan dalam SPJ merupakan faktor utama dari Rumah Sakit untuk menjadikan koperasi PRIMKOPAL sebagai rekanan dalam pengadaan barang sehingga koperasi PRIMKOPAL dituntut menyediakan sumber daya yang profesional dalam membuat SPJ kerjasama.
3. Untuk mempertahankan *product quality* yang telah memberikan kepuasan terhadap pelanggan yakni butir keenam kuesioner pada pernyataan Saya puas dengan kualitas produk layanan jasa peminjaman keuangan memiliki suku bunga yang menguntungkan anggota koperasi artinya produk jasa peminjaman yang ditawarkan koperasi PRIMKOPAL menguntungkan anggota.

4. Untuk meningkatkan *efficiency* yakni pada butir pernyataan kesembilan sistem pembayaran primer koperasi unit simpan pinjam melalui pemotongan gaji di bank BNI memudahkan anggota dalam pembayaran, hal tersebut belumlah memuaskan anggota dikarenakan yang dapat menggunakan fasilitas tersebut bagi anggota yang menerima gaji melalui transfer bank BNI.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dapat diberikan saran,

1. Penelitian ini membuktikan hasil penelitian kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Pada Primer Koperasi Pegawai Rumah Sakit TNI AL Dr. Mintohardjo sebesar 68,2 % dan sisanya 31,2 % dipengaruhi variabel lain diluar penelitian, maka penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain diluar penelitian seperti nilai pelanggan dari Pratama (2020).
2. Penelitian selanjutnya dapat memperluas jumlah sampel penelitian dan mengurangi margin eror penelitian ketaraf 1% sehingga hasil penelitian semakin akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Atik,dan ratminto. (2005). Manajemen Pelayanan, disertai dengan pengembangan model konseptual, penerapan citizen's charter dan standar pelayanan minimal. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Basu Swasta DH., dan T. Hani Handoko. (1997). Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hendrojogi. (2007). Koperasi Asas-asas, Teori dan Praktik. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Husein, Umar. (2011). Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Irawan, H. (2004). Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSA. Jakarta : PT Alex Media Komputindo
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. (2010). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Maddy, Khairul. (2009). Hakikat dan Pengertian Pelayanan Prima, Jakarta ; Chama Digit
- Rangkuti, Freddy. (2013). Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Riduwan. (2012). *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta

Rudianto. (2010). *Akuntansi Koperasi Edisi Kedua*. Jakarta: Erlangga

Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat*

Subandi, 2011. *Ekonomi Koperasi (Teori dan Praktik)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiarto, Endar. (2002). *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Tjiptono & Chandra, G. (2011). *Service, Quality, & Satisfaction*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: ANDI

Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor: No 17 Tahun 2012 tentang perkoperasian

Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2017

Peraturan Ketua STIA LAN Jakarta Nomor: 111/STIA/HKS,02,1/2017, tentang Pedoman Penulisan Akhir Program Sarjana Terapan STIA LAN Jakarta

Artikel Jurnal

Yusuf, Dicky , Cahyaning Raheni, Cahyaning. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Koperasi Pegawai Telkom Anutapura Palu. *Jurnal Sinar Manajemen*. Vol. 6. No. 2: hal. 94-100

Silaban, Naomi Rentha Uli. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Koperasi Simpan Pinjam Rentha Jaya Purwakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.11. No.1: hal. 61–83

Pandjiaz, Adinda Tantri dan Tantri Widiastuti, Tantri. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada Toko Kosmetik Candra Semarang. *Jurnal Fokus Ekonomi* Vol. 8 No. 1: hal. 60 – 71

Khuswati, Enny dan Triana, Deasy Relita. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam (Ksp) Bhakti Lestari Kecamatan Sungai Tebelian. *JURKAMI*. Vol. 4. no 2: hal.89-98