

SERVICE QUALITY STUDY ON CUSTOMER SATISFACTION AT KSP ASRI BONDOWOSO

Chairil Anam¹, Nurul Qomariah², Rusdiyanto³

¹²³Universitas Muhammadiyah Jember

Artikel History:

Artikel masuk: 15/07/2024

Artikel revisi: 19/07/2024

Artikel diterima: 31/07/2024

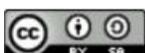
Keywords: *service quality, customer satisfaction.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, yaitu tangible (layanan bukti fisik), reliability (layanan kehandalan), responsiveness (layanan tanggapan), assurance (layanan jaminan) dan empathy (layanan empati) pada kepuasan nasabah KSP Asri Bondowoso. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausalitas. Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah KSP Asri Bondowoso dengan sampel sebanyak 90 orang nasabah penabung. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik Non probability. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuisisioner. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tangible (layanan bukti fisik), Reliability (layanan kehandalan) dan responsiveness (layanan tanggapan), assurance (layanan jaminan) dan empathy (layanan empati) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of service quality, namely tangible (physical evidence service), reliability (reliability service), responsiveness (response service), assurance (guarantee service) and empathy (empathetic service) on KSP Asri Bondowoso customer satisfaction. This type of research is quantitative causality research. The population in this study were all KSP Asri Bondowoso customers with a sample of 90 saving customers. Sampling was carried out using non-probability techniques. Data collection techniques were carried out using questionnaires. Data analysis was carried out using multiple regression analysis techniques. The research results show that tangible (physical evidence services), reliability (reliability services) and responsiveness (response services), assurance (guarantee services) and empathy (empathetic services) have a partially positive and significant effect on customer satisfaction



INTRODUCTION

Koperasi pada umumnya beranggotakan masyarakat disuatu wilayah tertentu yang memiliki tujuan yang sama. Pada daerah pedesaan koperasi memegang kendali yang sangat penting dalam menjadi penggerak perekonomian masyarakat. Antara lain Koperasi Unit Desa (KUD) berperan dalam penyaluran sarana produksi pertanian dan dalam pemasaran ke masyarakat umum maupun Bulog. Selain Koperasi Unit Desa (KUD), koperasi yang juga berperan dalam menjadi lokomotif keuangan masyarakat adalah Koperasi Simpan Pinjam (KSP). Koperasi Simpan Pinjam merupakan salah satu lembaga keuangan yang bergerak dibidang simpan pinjam yang pengelolaannya dilakukann olah para anggota koperasi. Oleh sebab itu, segala aktivitas investasi, produksi dan konsumsi masyarakat Indonesia khususnya di pedesaan tidak lepas dari peranan koperasi (Kuswanto, 2020).

Menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian adalah untuk meningkatkan kesejahteraan para anggotanya. Tidak dapat dipungkiri bahwa banyak masyarakat saat ini meminjam dana untuk memenuhi kebutuhan sekunder dan tersier mereka. Banyak juga meminjam dana pada lembaga keuangan untuk memenuhi kebutuhan konsumtif mereka. (Sari & Paludi, 2020). Tujuan dibentuknya koperasi ini adalah untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya melalui asas gotong royong dan tolong menolong (Qomariah, 2014). Asas ini melahirkan subuah nilai yaitu nilai keberamaan dan saling percaya. Nilai inilah yang menjadi kekuatan bagi koperasi untuk mampu bersaing dan bertahan menghadapi lembaga keuangan lainnya. Koperasi yang berjalan baik dan sukses dalam mencapai tujuan akan ikut menyukseskan pembangunan di daerah. Usaha koperasi mempunyai tujuan akhir Untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat sekitarnya, diharapkan dapat berkembang menjadi lembaga ekonomi yang kuat dan menjadi tempat untuk membina kemampuan usaha golongan ekonomi lemah. (Kuswanto, 2020).

Dunia pemasaran dan jasa sangat kompleks. Dalam perusahaan jasa, "peopel" atau orang-orang yang berada di dalamnya sangat penting dan memiliki dampak

yang signifikan terhadap kinerja perusahaan itu sendiri. Peopel ini memiliki banyak arti, mulai dari pelayanan individu hingga jasa sebagai produk. Kemampuan karyawan untuk memberikan informasi yang jelas dan keahlian dalam bidang mereka masing-masing merupakan cara untuk mengukur pelayanan yang baik. Kualitas total (TQM) dipandang secara luas, termasuk proses, lingkungan, dan manusia, selain hasil. Hal ini jelas menurut (Winata & Fiqri 2019) kualitas didefinisikan sebagai suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

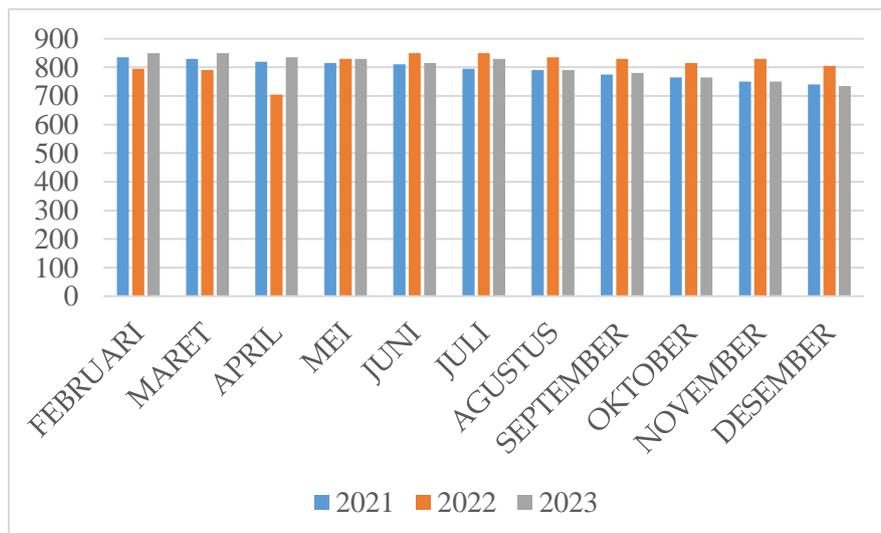
Perusahaan harus peka terhadap perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen. Pembeli akan bergerak setelah menentukan nilai penawaran; kepuasan setelah pembelian bergantung pada kinerja penawaran dibandingkan dengan harapan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan apa yang mereka rasakan (hasil atau kinerja) dengan apa yang mereka harapkan. (Setiawan & Qomariah, 2023). Perusahaan harus dapat bersaing dengan perusahaan lain. Bisnis tidak dapat berhasil tanpa kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas dengan nilai yang mereka dapatkan dari layanan retail lebih cenderung menjadi pelanggan setia.

Berdasarkan teori diatas, maka objek penelitian yang dipilih ialah pada Koperasi Simpan Pinjam Asri Bondowoso. Koperasi Simpan Pinjam Asri Bondowoso adalah Koperasi yang bergerak dibidang jasa simpan pinjam. Banyaknya pesaing dibidang simpan pinjam mendorong Koperasi Simpan Pinjam Asri untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap anggota dan calon anggota. Jenis jenis layanan di Koperasi Asri meliputi : Pinjaman dengan 3 cara pembayaran yaitu pembayaran angsuran, bunga menurun, serta bunga panen dan simpanan. Tidak tercapainya target dalam jasa pinjaman salah satunya dipengaruhi oleh dimensi yang diberikan oleh Koperasi Simpan Pinjam Asri. Adanya keluhan anggota yang diberikan anggota membuktikan bahwa pelayanan di Koperasi Simpan Pinjam Asri belum memuaskan anggota. Hal ini dapat kita lihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 1.
Data Keluhan Anggota KSP Asri Tahun 2021-2023

No	Tahun	Jenis Keluhan				Jumlah Keluhan Per-Tahun
		Lambat	Kotor	Tidak rapi	Tidak Ramah	
1	2021	72	66	67	79	284
2	2022	80	72	73	85	310
3	2023	83	83	86	92	344
Jumlah Permasalahan		235	221	226	256	

Berdasarkan data tabel 1. diatas masih banyak keluhan anggota atas kualitas pelayanan yang kurang memuaskan yaitu dengan adanya lambat dalam pelayanan, ruangan yang kotor, pelayanan tidak ramah dan tidak rapi. Dengan adanya hal tersebut mengakibatkan kepuasan nasabah berkurang sehingga calon anggota semakin berkurang ditunjukkan dengan tabel dibawah ini:



Gambar 1.
Grafik Jumlah Anggota

Berdasarkan gambar grafik 1. Dengan melihat jumlah anggota di atas, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah semakin berkurang sebagai akibat dari banyaknya keluhan yang diajukan oleh anggota tentang kualitas pelayanan. Berdasarkan data di atas, peneliti menemukan bahwa banyaknya keluhan tentang kualitas pelayanan telah menyebabkan penurunan jumlah anggota. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi beberapa komponen yang dianggap penting untuk <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/dmj>

meningkatkan kepuasan pelanggan dan berkontribusi pada peningkatan jumlah anggota KSP Asri Bondowoso. Salah satu faktor tersebut adalah kualitas pelayanan, yang ditunjukkan dengan peningkatan kepuasan pelanggan (tangible, reliability, assurance, dan empathy).

LITERATURE REVIEW

Dari pemaparan diatas terdapat gap research penelitian yang dilakukan (Setiawan & Qomariah, 2023) Ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan berkorelasi positif dengan kualitas pelayanan secara keseluruhan. Hasil pengujian yang mencakup kepercayaan, keyakinan, kenyataan, empati, dan kepercayaan secara bersamaan berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada penelitian (Ichsan & Karim, 2021) disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Jasa Raharja Medan, hasil penelitian (Pratiwi, 2021) Variabel bukti fisik, jaminan, ketanggapan, keandalan, perhatian dan kepuasan masing - masing berpengaruh signifikan dan simultan terhadap loyalitas nasabah. Dari gap riset yang dilakukan oleh peneliti menggunakan alat analisis regresi linier berganda dan dari hasil penelitian tersebut menyatakan tidak adanya signifikan dan adanya bersinifikan pada variabel tersebut.

PEMASARAN JASA

Menurut (Kotler & Keller, 2021) Dalam definisi ini, manajemen pemasaran juga mencakup analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan, serta mencakup barang, jasa, dan gagasan, berdasarkan pertukaran dan tujuannya adalah untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan organisasi.

KUALITAS JASA

Koperasi sangat sensitive terhadap pelayanan termasuk di dalamnya kecepatan, ketepatan, kesiapan dalam memenuhi kebutuhan para nasabah yang semuanya akan mencerminkan kepercayaan nasabah koperasi terhadap karyawan dan pengelola. Memberikan layanan yang lebih baik dan konsisten pada setiap

kesempatan serta layanan yang lebih baik dari pesaing adalah salah satu cara untuk meningkatkan hubungan dengan anggota. Menurut (Kotler & Kevin, 2021) kualitas merupakan suatu kondisi yang harus di penuhi mengenai hubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

TANGIBLE (Bukti Fisik)

Bukti Langsung (tangible) Adalah tanggapan nasabah terhadap faktor penampilan fisik seperti gedung dan ruangan Front Office yang ada pada perusahaan (Setiawan & Qomariah, 2023).

Reliability (Keandalan)

Kehandalan (reliability) Adalah tanggapan anggota terhadap kemampuan KSP Asri Bondowoso untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan (Setiawan & Qomariah, 2023).

Responsiveness (Daya Tanggap)

Daya Tanggap (responsiveness) Adalah tanggapan nasabah terhadap bentuk respon cepat karyawan dalam membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang tepat dan tanggap (Setiawan & Qomariah, 2023).

Assurance (Jaminan)

Jaminan (assurance) Adalah tanggapan nasabah terhadap bentuk respon atau kecepatan karyawan dalam memberikan solusi terhadap pelanggan dan memberikan pelayanan yang tepat dan tanggap (Setiawan & Qomariah, 2023).

Empathy (Empati)

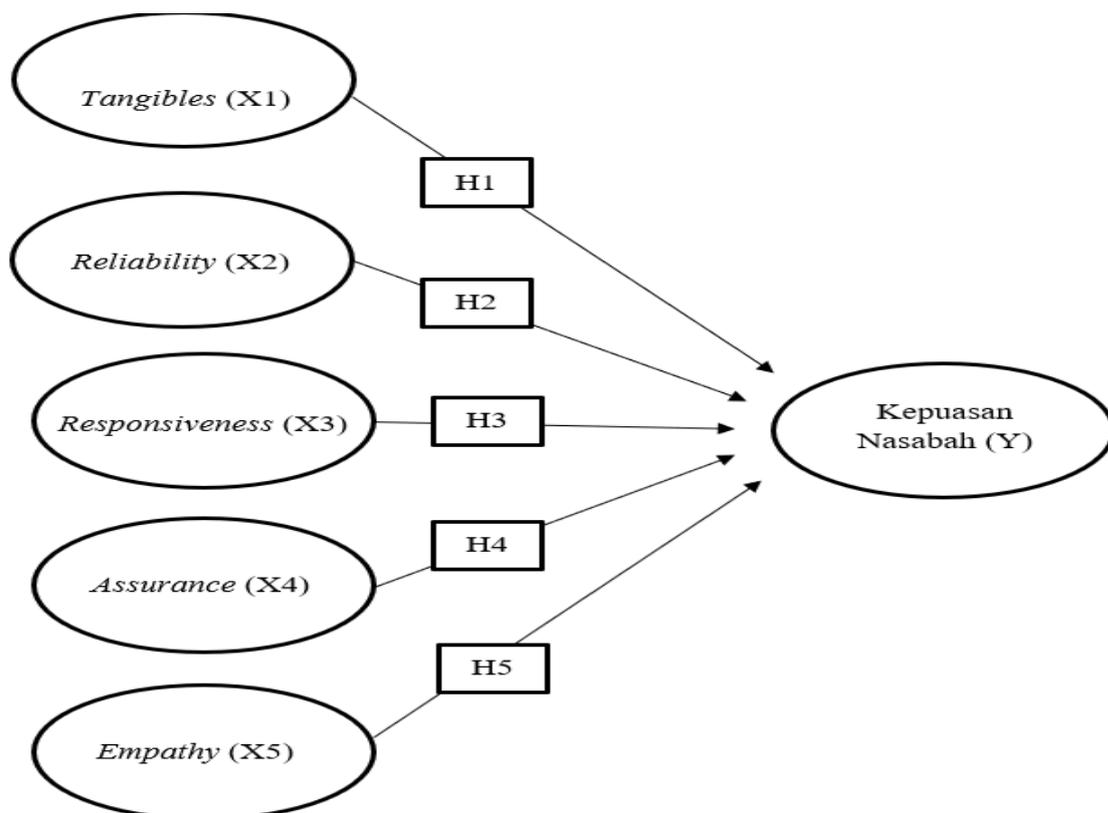
Setiap aktivitas atau kegiatan pelayanan memerlukan pemahaman dan pemahaman tentang asumsi atau kepentingan yang berkaitan dengan suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas jika setiap pihak yang berkepentingan dengannya memiliki empati dalam menyelesaikan, mengurus, atau memiliki komitmen yang sama. (Setiawan &

Qomariah, 2023). Empati (empathy) Adalah tanggapan nasabah terhadap faktor perhatian secara individu yang diberikan perusahaan, kepada nasabahnya.

Kepuasan Konsumen

Menurut (Ardista, 2021) Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil (kinerja) yang ia alami dengan harapannya. Menurut Nugroho, kepuasan pelanggan merupakan bagian penting dari meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat meningkatkan frekuensi pembelian. Jika Anda mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang ideal, Anda akan mendorong loyalitas pelanggan. Sejauh mana harapan pelanggan dipenuhi menentukan kepuasan pelanggan(Qomariah, 2016).

KERANGKA KONSEP



Gambar 2.
Kerangka Konseptual Penelitian

Sumber : Data diolah peneliti (2024)

METHODS

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sujarweni (2014), penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan temuan dengan menggunakan teknik kuantitatif. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2017) Metode sebab akibat yang dikenal sebagai pendekatan kuantitatif kausal digunakan untuk mengevaluasi hipotesis yang telah ditetapkan dan menentukan bagaimana variabel bebas dan variabel terikat berpengaruh satu sama lain. Variabel dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Data yang terkumpul kemudian diolah dengan menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Kemudian di sajikan dengan hasil analisis data dan terakhir diberikan kesimpulan serta saran. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan *SPSS 25 for Windows*.

Populasi

Menurut (Sugiyono, 2018) Populasi juga disebut "universum universe", yang berarti "keseluruhan", dan adalah keseluruhan dari objek atau individu yang memiliki karakteristik (sifat) tertentu yang akan diteliti. Berdasarkan penjelasan di atas, subjek penelitian ini adalah nasabah KSP Asri Bondowoso.

Sampel

Menurut (Sugiyono, 2018) Faktor yang membentuk sampel penelitian adalah jumlah populasi dan atributnya. Dalam metode pengambilan sampel non-probability, setiap anggota populasi tidak diberi kesempatan atau peluang yang sama saat dipilih sebagai sampel. Dalam penelitian ini menggunakan rumus (Ferdinand, 2015) karena jika jumlah pelanggan lebih dari 100, ukuran sampel sebaiknya dikalikan dengan jumlah indikator dikalikan antara 1-5. Berikut adalah pertimbangan ukuran sampel berdasarkan pendapat. (Ferdinand, 2015).

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 5 \\ &= 18 \times 5 \\ &= 90 \text{ Sampel}\end{aligned}$$

DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

Tangible

Bukti Langsung (tangible) Adalah tanggapan nasabah terhadap faktor penampilan fisik seperti gedung dan ruangan Front Office yang ada pada KSP Asri Bondowoso (Setiawan & Qomariah, 2023). Yang termasuk indikator variabel bukti fisik adalah:

1. Kantor KSP Asri Bondowoso menarik, bersih, nyaman dan aman.
2. Penempatan pamflet, brosur, formulir yang tertata rapi, menarik dan tersedia dengan baik.
3. Kerapian karyawan.

Reliability

Kehandalan (reliability) Adalah tanggapan nasabah terhadap kemampuan KSP Asri Bondowoso untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan (Setiawan & Qomariah, 2023). Yang termasuk indikator variabel kehandalan adalah:

1. KSP Asri Bondowoso memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan.
2. Proses pencairan kredit cepat dan tepat waktu (dalam hal ini kurang dari dua minggu).
3. Mekanisme pengajuan permohonan kredit sangat baik

Responsiveness (X3)

Daya Tanggap (responsiveness) Adalah tanggapan nasabah terhadap faktor respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tepat dan tanggap yang ada pada KSP Asri Bondowoso (Setiawan & Qomariah, 2023). Yang termasuk indikator variabel daya tanggap adalah:

1. Anggota tidak harus menunggu terlalu lama untuk memperoleh pelayanan di KSP Asri Bondowoso.
2. Sesibuk apapun, karyawan KSP Asri Bondowoso dengan senang hati bersedia membantu anggota.
3. Karyawan KSP Asri Bondowoso memberikan pelayanan secara cepat dan efisien.

Asurance (X4)

Jaminan (assurance) Adalah tanggapan nasabah terhadap faktor kemampuan karyawan atas pengetahuan tentang produk secara tepat yang ada pada KSP Asri

Bondowoso (Setiawan & Qomariah, 2023). Yang termasuk indikator variabel jaminan adalah:

1. Karyawan KSP Asri Bondowoso bersikap sopan, ramah, profesional, dan memberikan rasa aman kepada anggota.
2. Cara karyawan melayani anggota menimbulkan kepercayaan anggota kepada KSP Asri Bondowoso.
3. Karyawan KSP Asri Bondowoso mempunyai pengetahuan yang cukup untuk memberikan jawaban atau penjelasan yang tepat atas pertanyaan anggota.

Empathy (X5)

Empati (empathy) Adalah tanggapan nasabah terhadap faktor perhatian secara individu yang diberikan KSP Asri Bondowoso (Setiawan & Qomariah, 2023), kepada nasabahnya. Yang termasuk indikator variabel empati adalah:

1. KSP Asri Bondowoso memberikan perhatian secara individual dan sepenuh hati kepada anggota.
2. Dalam memberikan pelayanan, KSP Asri Bondowoso tidak membedakan anggota.
3. Karyawan memberikan kemudahan pada anggota dalam melakukan transaksi.

Kepuasan Nasabah (Y)

Menurut (Hadisurya, 2019) indikator kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kesesuaian harapan adalah tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan kinerja produk yang sebenarnya dirasakan oleh pelanggan.
2. Minat untuk kembali berkunjung, merupakan kesempatan bagi konsumen untuk mengunjungi kembali atau membeli barang yang terkait.
3. Kesiediaan untuk merekomendasikan: Istilah ini mengacu pada kecenderungan pembeli untuk menyarankan barang yang telah mereka rasakan kepada teman atau keluarga mereka.

HASIL

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2. Hasil Regresi Linear Berganda

Mode	Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients
1		B	Std. Error
1 (Constant)		2.157	.731
<i>Tangibles</i>		.125	.044
<i>Reliability</i>		.158	.057
<i>Responsiveness</i>		.391	.052
<i>Assurance</i>		.303	.092
<i>Empathy</i>		.184	.089

Sumber : Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan pada tabel Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda diatas dapat disusun dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 2,157 + 0,125 X1 + 0,158 X2 + 0,391 X3 + 0,303 X4 + 0,184 X5 + e$$

Berikut adalah penjelasan dari persamaan diatas :

1. Persamaan tersebut disimpulkan bahwa konstanta sebesar positif 2,157 yang artinya apabila Tangibles (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4) Empathy (X5) nilainya tetap (konstan), maka kepuasan nasabah (Y) memiliki nilai sebesar 2,157.
2. Koefisien Tangibles sebesar 0,125 dan positif, bahwa variabel Tangibles (X1) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan secara signifikan.
3. Koefisien Reliability sebesar 0,158 dan positif , bahwa variabel Reliability (X2) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan secara signifikan.
4. Koefisien Responsiveness sebesar 0,391 dan positif, bahwa variabel Responsiveness (X3) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan secara signifikan.
5. Koefisien Assurance sebesar 0,303 dan positif, bahwa variabel Assurance (X4) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan secara signifikan.
6. Koefisien Empathy sebesar 0,184 dan positif, bahwa variabel Empathy (X5) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan secara signifikan

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 3. Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	Signifikansi Hitung	Taraf Signifikansi	t hitung	t tabel
<i>Tangibles</i>	0,006	0,05	2.830	1,988
<i>Reliability</i>	0,006	0,05	2.794	1,988
<i>Responsiveness</i>	0,000	0,05	7.542	1,988
<i>Assurance</i>	0,001	0,05	3.299	1,988
<i>Empathy</i>	0,042	0,05	2.061	1,988

Sumber :Data diolah peneliti 2024

Berdasarkan tabel dapat diperoleh hasil uji t (Parsial) sebagai berikut :

Variabel Tangible memiliki nilai signifikansi sebesar 0,042 bahwa nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Sedangkan untuk t hitung Diketahui bahwa hasil dari uji t diatas menunjukkan nilai signifikansi hitung < dari taraf signifikansi (0,05) dan nilai t hitung > dari t tabel (1,988), dapat disimpulkan bahwa Variabel Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah

Hasil Koefisien Determinasi (Uji R²)

Tabel 4. Hasil Koefisien Determinasi R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,885 ^a	0,783	0,770	1,675

a. Predictors: (Constant), Tiktok, Instagram, E-commerce

Sumber : Data diolah peneleti (2024)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.16 maka dapat diperoleh nilai adjusted R-square sebesar 0,783 atau 78%. Hal tersebut memiliki arti bahwa kemampuan variabel independent dalam penelitian ini mempengaruhi variabel dependen (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy) sebesar 78%. Sebaliknya, sebesar 22% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel independent (Kepuasan Nasabah).

PEMBAHASAN

Pengaruh Tangibles Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa variabel Tangibles berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah. Hasil tersebut menunjukkan dapat diartikan kualitas layanan dalam bentuk nyata yang diberikan kepada nasabah di KSP Asri Bondowoso mempunyai pengaruh yang kuat terhadap peningkatan kepuasan nasabah, hal ini mencakup fasilitas kantor yang bersih dan menarik serta aman, informasi yang diberikan melalui media masa cetak jelas dan karyawan yang berpenampilan rapi akan membuat nasabah merasa nyaman dengan pelayanan yang di berikan oleh KSP Asri Bondowoso, begitupun sebaliknya apabila KSP Asri Bondowoso tidak memperhatikan hal tersebut akan mengakibatkan kepuasan sabahan terhadap layanan yang diberikan akan semakin menurun.

Kualitas layanan dalam dimensi layanan yang nyata (Tangibles) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah di KSP Asri Bondowoso. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Masadah et al., 2020) dan, (Setiawan et al., 2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel (tangibles) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Reliability Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa variabel Reliability berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah. Hasil tersebut menunjukkan dapat diartikan kualitas layanan dalam bentuk kehandalan yang diberikan kepada nasabah di KSP Asri Bondowoso mempunyai pengaruh yang kuat terhadap peningkatan kepuasan nasabah, hal ini mencakup perasaan nyaman nasabah terhadap pelayanan yang diberikan, respon cepat terhadap berbagai keluhan nasabah dan mudah memahai alur proses administrasi sehingga membuat nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh KSP Asri Bondowoso.

Kualitas layanan dalam dimensi layanan kehandalan (Reability) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah di KSP Asri Bondowoso. Hal ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Septia et al., 2023) dan (Setiawan & Qomariah, 2023) hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa (reliability) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT.Borwita Citra Prima Bondowoso.

Pengaruh Responsiveness Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa variabel Responsiveness berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah. Hasil tersebut menunjukkan dapat diartikan kualitas layanan dalam bentuk daya tanggap yang diberikan kepada nasabah di KSP Asri Bondowoso mempunyai pengaruh yang kuat terhadap peningkatan kepuasan nasabah, hal ini mencakup respon cepat terhadap pelayanan, membantu nasabah secara personal dan memberikan pelayanan yang cepat dan efisien hal terhadap nasabah, hal tersebut akan membuat kepuasan nasabah akan semakin meningkat.

Kualitas layanan dalam dimensi daya tanggap (Responsiveness) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan nasabah. Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Monica & Marlius, 2023) dan (Setiawan et al., 2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel (responsiveness) sebagai dimensi kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Borwita Citra Prima Bondowoso.

Pengaruh Assurance Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa variabel Assurance berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah. Hasil tersebut menunjukkan dapat diartikan kualitas layanan dalam bentuk jaminan yang diberikan kepada nasabah di KSP Asri Bondowoso mempunyai pengaruh yang kuat terhadap peningkatan kepuasan nasabah, hal ini mencakup sikap yang diberikan kepada nasabah, menciptakan kepercayaan nasabah terhadap pelayanan serta solusi penyelesaian masalah yang

sedang di hadapi nasabah, hal tersebut akan membuat kepuasan semakin meningkat pada KSP Asri Bondowoso.

Kualitas layanan dalam dimensi jaminan (Assurance) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan nasabah. Pernyataan tersebut Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ichsan & Karim, 2021) dan (Khuswati & Relita, 2019) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel assurance memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah koperasi.

Pengaruh Empathy Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa variabel Empathy berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah. Hasil tersebut menunjukkan dapat diartikan kualitas layanan dalam bentuk empati yang diberikan kepada nasabah di KSP Asri Bondowoso mempunyai pengaruh yang kuat terhadap peningkatan kepuasan nasabah, hal ini mencakup memberikan perhatian sepenuh hati secara individu, tidak membedakan pelayanan yang di berikan kepada nasabah ke nasabah yang lain serta kemudahan dalam proses transaksi, hal tersebut akan membuat kepuasan semakin meningkat pada KSP Asri Bondowoso.

Terjalannya dengan baik rasa empati terhadap nasabah akan merasakan kepuasan layanan yang diberikan oleh perusahaan. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Septia et al., 2023) dan (Setiawan & Qomariah, 2023) hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel empathy berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan interpretasi yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut ini :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dalam dimensi pelayanan yang nyata (Tengibles) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada KSP Asri Bondowoso, dengan demikian

hipotesis yang dinyatakan bahwa tangibles memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah telah terbukti. Hasil dari temuan ini berarti semakin baik fasilitas fisik yang baik dan menarik, ruangan yang aman dan bersih serta karyawan yang berpenampilan baik dan rapi akan membuat kepuasan nasabah akan semakin meningkat.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dalam dimensi pelayanan kehandalan (Reliability) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada KSP Asri Bondowoso, dengan demikian hipotesis yang dinyatakan bahwa Reliability memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah telah terbukti. Hasil dari temuan ini berarti semakin mengutamakan perusahaan nyaman yang diterima oleh nasabah, pendampingan secara baik mengenai alur administrasi akan membuat kepuasan nasabah akan semakin meningkat.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dalam dimensi pelayanan daya tanggap (Responsiveness) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada KSP Asri Bondowoso, dengan demikian hipotesis yang dinyatakan bahwa Responsiveness memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah telah terbukti. Hasil dari temuan ini berarti semakin meningkatkan kecepatan pelayanan, memberikan pendampingan secara individu serta memberikan pelayanan yang efektif dan efisien akan membuat kepuasan nasabah akan semakin meningkat.
4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dalam dimensi pelayanan mengenai jaminan (Assurance) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada KSP Asri Bondowoso, dengan demikian hipotesis yang dinyatakan bahwa Assurance memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah telah terbukti. Hasil dari temuan ini berarti semakin meningkatkan sikap baik terhadap nasabah, memberikan solusi permasalahan, akan membuat kepuasan nasabah akan semakin meningkat.
5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dalam dimensi pelayanan dalam bentuk empati (Empathy) memiliki pengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan nasabah pada KSP Asri Bondowoso, dengan demikian hipotesis yang dinyatakan bahwa Empathy memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah telah terbukti. Hasil dari temuan ini berarti semakin meningkatkan perhatian sepenuh hati terhadap nasabah secara individu dan tidak membedakan antara nasabah satu dengan yang akan membuat kepuasan nasabah akan semakin meningkat

Saran

1. Bagi KSP Asri Bondowoso

Dari hasil penelitian terkait hasil pada variabel Tangibles (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4) Empathy (X5) dalam mempengaruhi variabel kepuasan nasabah (Y) di KSP Asri Bondowoso untuk lebih meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah dengan tujuan timbulnya perasaan nyaman dalam diri nasabah, memperhatikan sarana prasarana yang menunjang nasabah agar lebih nyaman dalam melakukan pelayanan, memberikan pelayanan yang sepenuh hati secara individu dan tidak membedakan antara nasabah satu dan nasabah lainnya beberapa saran diatas akan membuat peningkatan kualitas pelayanan sehingga akan membuat nasabah akan merasakan kepuasan layanan yang diberikan oleh KSP Asri Bondowoso.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti dapat melanjutkan dengan memperluas cakupan objek penelitian mereka dan memperpanjang periode.

Daftar Pustaka

- Ardista, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Langit Membiru Wisata Bogor. *PARAMETER*, 6(1), 38–49.
<https://doi.org/10.37751/parameter.v6i1.160>
- Ferdinand. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dengan SEM: Pedoman Penelitian Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro Semarang.
- kotler philip dan Keller Kevin. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education, 2021.
- Kuswanto, A. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan
<http://jurnal.umt.ac.id/index.php/dmj>

- Nasabah. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 4(2), 125–134.
- Qomariah, N. (2014). *Ekonomi Skala Kecil Menengah dan Koperasi*. Cahaya Ilmu.
<https://scholar.google.com/scholar?cluster=112258519452519018&hl=en&oi=scholar>
- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adactive Strategy*. Cahaya Ilmu.
https://www.researchgate.net/publication/326623130_MARKETING_ADACTIVE_STRATEGY
- Sari, dyah kumala, & Paludi, S. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN UCCELLO Dyah Kumala Sari 1 , Salman Paludi 2 Mahasiswa STEIN Jakarta 1 , Dosen STEIN Jakarta 2. *Majalah Ilmiah Panorama Nusantara*, 15(1).
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JSMBI(Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)*, 9(2), 114–126.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32528/jsmbi.v9i2.2819>
- Subianto, T. (2017). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 3(3), 165–182.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif/Prof. Dr. Sugiyono*. Alfabeta.
- Winata, A., & Fiqri, Isnawan, A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Emersia Di Bandar Lampung. *Isnawan Ahlul F Jurnal Manajemen Magister*, 03(02), 133–149.