

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA PADA KOPERASI PEDAGANG PASAR INDUK KRAMAT JATI, TAHUN 2015

**Dasni Gusreza<sup>1</sup> dan Sakti Brata Ismaya<sup>2</sup>**

1). Mahasiswa Fakultas Administrasi Niaga

2). Dosen Fakultas Administrasi Niaga

Universitas Respati Indonesia Jakarta

Jl. Bambu Apus I No. 3 Cipayung Jakarta Timur 13890

Email : [urindo@indo.net.id](mailto:urindo@indo.net.id)

### ABSTRAK

Keberhasilan pengusaha untuk menarik dan mempertahankan pelanggan membutuhkan usaha dan kerja keras, sebab banyak sekali lembaga keuangan yang menawarkan produk/jasa dengan kualitas menjanjikan, sehingga konsumen selektif dalam menentukan pilihan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa pada Koperasi Pedagang Pasar Induk Kramat Jati. penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah anggota dan nasabah Koperasi Pedagang Pasar Induk Kramat Jati yang berjumlah 1.571 orang. Sampel yang diambil 94 orang. Data diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden dengan cara *Accidental Sampling*. Berdasarkan analisis pengolahan koefisien korelasi. Hasil uji korelasi menunjukkan hubungan yang sedang antara kualitas pelayanan dan keputusan menggunakan jasa yaitu sebesar 0,605. Hasil uji hipotesis dengan  $Z_{hitung} (5,834) > Z_{tabel} (1,96)$ , artinya bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel keputusan menggunakan jasa. Berdasarkan koefisien determinasi dijelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa sebesar 37% sedangkan sisanya 63% dipengaruhi variabel lain seperti lokasi ataupun perilaku konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Keputusan Menggunakan Jasa

### 1. PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Keberhasilan pengusaha untuk menarik dan mempertahankan pelanggan membutuhkan usaha dan kerja keras. Pada Perusahaan jasa hal utama adalah memprioritaskan inisiatif meningkatkan pelayanan dan berinovasi pada produk layanan dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Untuk memahami bagaimana mengevaluasi perilaku pembelian konsumen jasa mencakup semua aktivitas ekonomi, outputnya adalah pada waktu yang sama dengan nilai tambah yang diberikan dalam bentuk kenyamanan, kecepatan yang secara prinsip *intangibile* bagi pembeli pertamanya. Salah satunya adalah lembaga keuangan koperasi.

Koperasi adalah badan hukum sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat berazaskan kekeluargaan sesuai UU No. 25 tahun 1992. Maka salah satu cara membangun ekonomi kerakyatan adalah memberdayakan koperasi. Karena koperasi mengutamakan kemakmuran masyarakat juga optimalisasi manfaat serta

kesejahteraan bagi anggotanya (*sosial oriented*). Oleh karena itu pengembangan usaha koperasi diarahkan agar mampu mengembangkan prakarsa dan swakarsa.

Salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang diterima akan mempengaruhi konsumen untuk kembali menggunakan jasa tersebut atau tidak.

Dari data Koperasi Pasar Induk Kramat Jati, yang sudah tiga tahun terakhir tidak ada peningkatan nasabah, bahkan jumlah anggotanya menurun perlu diperhatikan kelancaran koperasi kedepannya. Salah satu cara terbaik mempertahankan dan menambah jumlah anggota/nasabah adalah dengan memberikan kemudahan bertransaksi pada saat penyeteroran dan penarikan dengan cara jemput bola. Sehingga nasabah tidak perlu repot beranjak dari toko atau datang ke kantor, cukup dengan dititipkan kepada petugas kolektor.

Koperasi Pedagang Pasar Induk Kramat Jati mencoba untuk selalu tumbuh, meningkatkan

kualitas diri dan selalu berkembang dalam aktivitas pelayanan operasional, pada unit perdagangan/ supplier maupun unit simpan pinjam.

**2. TUJUAN PENELITIAN**

Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa pada Koperasi Pasar Induk Kramat Jati.

**3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif, dengan cara asosiatif (korelasi sebab akibat), menggunakan instrumen berupa kuesioner, analisis data dengan koefisien korelasi dan determinasi serta pengujian

hipotesis. Populasi dan sampel adalah seluruh karyawan dan nasabah Koperasi Pasar Induk Kramat Jati. dan pengambilan sample dengan teknik *accidental sampling*. kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan Rumus Slovin :

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

Dimana : n = Sampel

N = Populasi

**3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian**

Tempat : Koperasi Pedagang Pasar Induk Kramat Jati, Jalan Raya Bogor Km.21, Jakarta Timur.

Waktu : Maret - Juni 2015

**4. HASIL dan PEMBAHASAN**

4.1. Karakteristik Responden Penelitian

**Tabel 1. Distribusi Responden Koperasi Pasar Induk Kramat Jati**

No	Variabel	Frekuensi	Persentase (%)
1	<b>Jenis Kelamin</b>		
	-Laki-laki	54	57,45
	-Perempuan	40	42,55
2	<b>Usia</b>		
	-21-30 tahun	38	40,42
	-31-40 tahun	42	44,68
	-41-50 tahun	10	10,64
	> 50 tahun	4	4,26
3	<b>Pendidikan</b>		
	-SD	14	14,89
	-SMP	42	44,68
	-SLTA	35	37,23
	-Akademi/Sarjana	3	3,19

Sumber : Penelitian tahun 2015

**4.2. Hasil Uji Hipotesis dan Pembahasan**

**4.2.1. Uji Validitas, adalah sebagai berikut :**

**Tabel 4.1. Uji Validitas Kualitas Pelayanan**

Responden	X	Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>	XY
94	408	4787	1796	244951	20861

Pada perhitungan ini ditetapkan besarnya  $r_{tabel}(94, 5\%) = 0,201$ . perhitungan uji validitas untuk tabel kualitas pelayanan butir pernyataan no 1 terdapat dibawah ini, Dimana :

$$\begin{aligned}
 n &= 94 & \sum xy &= 20861 \\
 \sum x &= 408 & \sum x^2 &= 1796 \\
 \sum y &= 4787 & \sum y^2 &= 244951
 \end{aligned}$$

$$= \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

$$r = \frac{94(20861) - (408)(4787)}{\sqrt{\{94(1796) - (408)^2\}\{94(244951) - (4787)^2\}}}$$

$$r = \frac{1960934 - 1953096}{\sqrt{\{168824 - 166464\}\{23025394 - 22915369\}}}$$

$$r = \frac{7838}{\sqrt{\{2360\}\{110025\}}}$$

$$r = \frac{7838}{\sqrt{259659000}}$$

$$r = 0,486$$

Diperoleh  $r_{hitung}0,486 > r_{tabel}0,201$ . Artinya variabel (X) Kualitas Pelayanan dinyatakan valid.

**Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas Butir Pernyataan Kualitas Pelayanan ( Variabel X)**

Indikator Jawaban	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,486	0,201	Valid
2	0,463	0,201	Valid
3	0,371	0,201	Valid
4	0,604	0,201	Valid
5	0,473	0,201	Valid
6	0,596	0,201	Valid
7	0,582	0,201	Valid
8	0,553	0,201	Valid
9	0,692	0,201	Valid
10	0,685	0,201	Valid
11	0,548	0,201	Valid
12	0,549	0,201	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data

Berdasarkan perhitungan diatas ditetapkan besarnya  $r_{tabel} (94, 5\%) = 0,201$ . perhitungan uji validitas untuk tabel keputusan menggunakan jasa pada butir no 1 dapat dilihat dibawah ini :

$$\begin{array}{l} n = 94 \qquad \qquad \qquad \Sigma xy = 19655 \\ \Sigma x = 394 \qquad \qquad \qquad \Sigma x^2 = 1676 \\ \Sigma y = 4674 \qquad \qquad \qquad \Sigma y^2 = 233858 \end{array}$$

$$r = \frac{n(\Sigma xy) - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{\{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\}\{n\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}}$$

$$r = \frac{94(19655) - (394)(4674)}{\sqrt{\{94(1676) - (394)^2\}\{94(233858) - (4674)^2\}}}$$

$$r = \frac{1847570 - 1841556}{\sqrt{\{157544 - 155236\}\{21982652 - 21846276\}}}$$

$$r = \frac{6014}{\sqrt{\{2308\}\{136376\}}}$$

$$r = \frac{6014}{\sqrt{314755808}}$$

$$r = \frac{6014}{17741,35869} = 0,339$$

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh  $r_{hitung} 0,339 > r_{tabel} 0,201$ . Yang berarti butir no 1 variabel (Y) Keputusan Menggunakan Jasa dinyatakan valid.

**Tabel 4.2. Uji Validitas Keputusan Menggunakan Jasa**

Responden	X	Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>	XY
94	394	4674	1676	233858	19655

**Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Keputusan Menggunakan Jasa**

Indikator Jawaban	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,339	0,201	Valid
2	0,467	0,201	Valid
3	0,439	0,201	Valid
4	0,321	0,201	Valid
5	0,443	0,201	Valid
6	0,637	0,201	Valid
7	0,526	0,201	Valid
8	0,442	0,201	Valid
9	0,635	0,201	Valid
10	0,643	0,201	Valid
11	0,610	0,201	Valid
12	0,576	0,201	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data



Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh  $r_i = 0,855 > r_{tabel} (94, 5\%) = 0,201$ . artinya 12 pernyataan variabel Kualitas Pelayanan dinyatakan reliabel.

Sedangkan pada tabel 4.2 butir pernyataan keputusan menggunakan jasa yang dinyatakan valid sebanyak 12 butir, kemudian dibelah (tengah), butir ganjil sebagai belahan pertama dan butir genap sebagai belahan kedua

**Tabel 4.3**  
**Data Rekapitulasi Hasil Variabel Keputusan Menggunakan Jasa Belahan I**

Total Responden	Skor untuk item no :						Skor total
	1	3	5	7	9	11	
94	394	392	980	387	396	382	2331

**Tabel 4.4**  
**Data Rekapitulasi Hasil Variabel Keputusan Menggunakan Jasa Belahan II**

Total Responden	Skor untuk item no :						Skor total
	2	4	6	8	10	12	
94	380	387	402	388	390	396	2343

**Tabel 4.5**  
**Uji Validitas Belahan Tengah Tabel Keputusan Menggunakan Jasa**

Total Responden	X	Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>	XY
94	2331	2343	58217	58843	58399

Sedangkan untuk menguji reliabilitas, berdasarkan tabel belahan tengah keputusan menggunakan jasa adalah sebagai berikut :

Dimana,  $n = 94$                        $\sum XY = 58399$   
 $\sum X = 2331$                        $\sum X^2 = 58217$   
 $\sum Y = 2343$                        $\sum Y^2 = 58843$

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

$$r = \frac{94(58399) - (2331)(2343)}{\sqrt{\{94(58217) - (2331)^2\}\{94(58843) - (2343)^2\}}}$$

$$r = \frac{5489506 - 5461533}{\sqrt{\{5472398 - 5433561\}\{5531242 - 5489649\}}}$$

$$r = \frac{27973}{\sqrt{\{38837\}\{41593\}}}$$

$$r = \frac{\sqrt{1615347341}}{27973}$$

$$r = \frac{40191,38391}{27973}$$

$$r_b = 0,696$$

$$r_i = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

$$r_i = \frac{2(0,696)}{1 + 0,696}$$

$$r_i = \frac{1,392}{1,696}$$

$$r_i = 0,821$$

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh  $r_i = 0,821 > r_{tabel} (94, 5\%) = 0,201$ . Yang berarti 12 pernyataan variabel Keputusan Menggunakan Jasa dinyatakan reliabel

**Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas Hubungan Antara Kualitas Pelayanan (X) dengan Keputusan Menggunakan Jasa (Y)**

Instrumen	Pernyataan	R	$r_i$	$r_{tabel}$	Keterangan
Kualitas Pelayanan	12	0,747	0,855	0,201	Reliabel
Keputusan Menggunakan Jasa	12	0,696	0,821	0,201	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data

4.3.3. Metode Analisa Data

A. Untuk mencari hubungan antara kualitas pelayanan dan keputusan menggunakan jasa digunakan rumus rank korelasi sebagai berikut:

$$r = 1 - 6 \frac{\sum d^2i}{n(n^2 - 1)}$$

**Tabel 4.7. Data Hasil Kualitas Pelayanan dan Keputusan Menggunakan Jasa**

Sampel (n)	Kualitas Pelayanan (X)	Keputusan Menggunakan Jasa (Y)
94	4787	4674

**Tabel 4.8. Rank Korelasi**

Total sampel	$\sum X$	$\sum Y$	Rank X	Rank Y	d	$d^2$
94	4787	4674	-	-	0	54606

Sumber: hasil olah data Uji Validitas Belahan Tengah Tabel Keputusan Menggunakan Jasa

Analisa Rank Korelasi Kualitas Pelayanan (X) dan Keputusan Menggunakan Jasa (Y) dengan menggunakan rumus :

$$r = 1 - 6 \frac{\sum d^2i}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan :

r = Koefisien rank korelasi

n = Banyaknya pasangan

$d^2$  = Selisih rank antara X ( $R_x$ ) dan Y ( $R_y$ )

$$r = 1 - 6 \frac{54606}{94(94^2 - 1)}$$

$$r = 1 - \frac{327636}{94(8835)}$$

$$r = 1 - \frac{327636}{830490}$$

$$r = 1 - 0,395 = 0,605$$

Dengan nilai  $r = 0,605$  maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan keputusan menggunakan jasa adalah cukup berarti. Artinya apabila kualitas pelayanan meningkat maka

keputusan menggunakan jasa juga akan naik sebaliknya apabila kualitas pelayanan menurun maka keputusan menggunakan jasa juga turun dalam tingkatan sedang.

B. Perhitungan Nilai Koefisien Determinasi

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

$$Kd = 0,605^2 \times 100\%$$

$$Kd = 0,37 \times 100\%$$

$$Kd = 37 \%$$

Dari konstruksi diatas dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa yaitu sebesar 37% .Sedangkan sisanya 63% dipengaruhi variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Misalnya lokasi.

C. Selanjutnya uji statistik dilakukan untuk menguji hipotesa dengan langkah-langkah sebagai berikut :

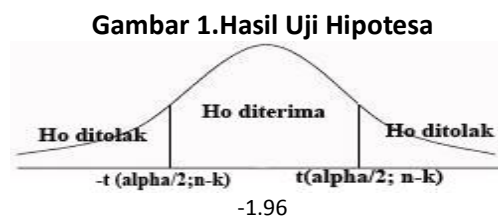
1. Formulasi Hipotesis

$H_0$  : Tidak ada pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa (Y)

$H_a$  : Ada pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa (Y)

1. Taraf nyata ( $\alpha$ ) dan z tabel

Taraf nyata ( $\alpha$ ) = 5 % (0,05)  $\alpha/2 = 0,025 \rightarrow$  Nilai  $Z_{tabel}$  dengan  $\alpha = 0,025$ ,  $Z_{0,025} = 1.96$  Kriteria Pengujian



$H_0$  diterima ( $H_a$  ditolak) apabila  $- 1,96 \leq Z_0 \leq 1,96$  (tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa).

$H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima) apabila  $Z_0 > 1,96$  atau  $Z_0 < - 1,96$  (ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa).

1. Nilai Uji statistik (nilai  $r_s$ )

$$Z = r_s \sqrt{(n - 1)}$$

$$Z = 0,605 \sqrt{(94 - 1)}$$

$$Z = 0,605 \sqrt{93}$$

$$Z = 0,605 (9.643)$$

$$Z = 5,834$$

Berdasarkan perhitungan diatas,  $Z_{hitung} = 5,834 > Z_{tabel} = 1,96$  berarti  $H_0$  ditolak (  $H_a$  diterima)

Berdasarkan uji hipotesis diatas diketahui  $Z_{hitung} = 5,8334 > Z_{tabel} = 1,96$  sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa pada Koperasi Pedagang Pasar Induk Kramat Jati terbukti. Artinya jika kualitas pelayanan meningkat, maka keputusan menggunakan jasa akan meningkat, begitupun sebaliknya.

## 5. KESIMPULAN dan SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dan keputusan menggunakan jasa. dengan nilai korelasi  $r=0,605$ . Artinya bila kualitas pelayanan meningkat maka keputusan menggunakan jasa juga akan naik begitupun sebaliknya. Demikian juga dengan uji hipotesis dengan menggunakan uji Z didapatkan hasil  $Z_{hitung} = 5,8334 > Z_{tabel} = 1,96$  yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan

menggunakan jasa pada Koperasi Pedagang Pasar Induk Kramat Jati terbukti. Artinya jika

kualitas pelayanan meningkat, maka keputusan menggunakan jasa akan meningkat, begitupun sebaliknya.



#### 5.4. Saran

Koperasi Pasar Induk Kramat Jati disarankan lebih memperhatikan kualitas pelayanan kepada para nasabahnya. Dan diharapkan dapat memiliki pengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa pada koperasi. seperti lokasi ataupun perilaku konsumen. Dengan demikian diharapkan memberikan kontribusi yang berarti khusus untuk menambah jumlah nasabah dalam memutuskan menggunakan jasa koperasi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Dimiyati, Mohammad. 2008. Pemasaran Jasa, Edisi pertama. Jember: Universitas Jember.
- Engel, James F, et.al. 1994. *Consumer Behavior*. diterjemahkan oleh F.X Budiyanto. Perilaku konsumen. Edisi keenam. cetakan pertama jilid II. Jakarta. Binarupa Aksara
- Hasan, Iqbal dan Misbahuddin. 2013. Analisis Data Penelitian Dengan Statistik Edisi ke-2. Jakarta: Bumi Aksara
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran, Terjemahan: Hendra Teguh, Roni A. Rusli dan Benjamin Molan, Edisi Milenium, Jakarta, Penerbit PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. 2004. Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi kesembilan. Jakarta : PT Indeks
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. Manajemen Pemasaran. Jilid kedua. Edisi duabelas. Alih Bahasa: Benyamin Molan. Jakarta: PT. Indeks,
- Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran di Indonesia, Edisi Pertama, Jakarta; Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan pengendalian. Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi, rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktek. Jakarta: PT Salemba Empat.
- Lupiyoadi, rambat. dan Hamdani, A. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek). Jakarta: Salemba Empat
- Mowen, John C. dan Michael Minor. 2002. Perilaku Konsumen, Jilid I, Edisi Kelima. Jakarta : Erlangga.
- Ratminto dan atik Winarsih. 2005. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2004. Perilaku Konsumen, Edisi ketujuh. Jakarta : PT Indeks.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Bisnis, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. cetakan ke-16. Bandung : Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kombinasi. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono 2003. *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung : Alfabeta.
- Supranto. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Cetakan Ketiga, Jakarta : Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. Strategi Pemasaran, Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi
- Journal of Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. The behavioral consequences of service quality Marketing Research, 1996, hal 31–46.
- Aditya Danny, 2012. Analisis pengaruh lokasi, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa warnet. Ejournal. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang. <http://eprints.undip.ac.id/view/subjects/H1.html>. Diakses tanggal 20 Januari 2014. Hal 1-14.
- Melisa E.B. Go., J. Lapien., S. Moniharapon. *Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Jasa Stir Mobil Melati di Manado*. Universitas Sam Ratulangi, Manado. Jurnal EMBA, ISSN 2303-1174, Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1150-1161