

Pengaruh Dimensi Service Quality terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Serba Usaha (KSU) Syariah Surya Sekawan di Martapura, Kabupaten Banjar, Provinsi Kalimantan Selatan

(The Influence of Service Quality Dimensions on Member Satisfaction at Koperasi Serba Usaha (KSU) Syariah Surya Sekawan in Martapura, Banjar Regency, South Kalimantan Province)

**Ali Audah¹, Abdul Kadir², Hardika Muhammad Fatih³,
Badrian⁴, Pati Matu Jahra⁵**

^{1,2,3}Pancasetia College of Economics Banjarmasin

^{4,5}Faculty of Islamic Economics and Business UIN Antasari Banjarmasin

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dimensi service quality yang meliputi bukti fisik (tangible), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy) terhadap kepuasan anggota Koperasi Serba Usaha (KSU) Syariah Surya Sekawan di Martapura, Kabupaten Banjar, Provinsi Kalimantan Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 anggota koperasi yang dipilih secara purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial, variabel bukti fisik (X1) dan empati (X5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Sementara itu, variabel keandalan (X2), daya tanggap (X3), dan jaminan (X4) tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Namun secara simultan, kelima variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil uji F, di mana $F_{hitung} = 211,168 > F_{tabel} = 2,81$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai R Square sebesar 0,681 mengindikasikan bahwa 68,1% variasi kepuasan anggota dapat dijelaskan oleh kelima dimensi service quality yang diteliti. Hasil ini menunjukkan pentingnya pengelolaan mutu pelayanan secara holistik di lingkungan koperasi syariah untuk meningkatkan kepuasan anggota. Oleh karena itu, pihak pengelola koperasi diharapkan dapat meningkatkan aspek-aspek fisik layanan dan memperkuat pendekatan empatik dalam interaksi pelayanan.

Kata Kunci: service quality, kepuasan anggota, koperasi syariah, bukti fisik, empati

Abstract: This study aims to analyze the influence of service quality dimensions, namely tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, on the member satisfaction of the Islamic Multipurpose Cooperative (KSU) Syariah Surya Sekawan in Martapura, Banjar Regency, South Kalimantan Province. The research employs a quantitative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to 100 cooperative members selected by purposive sampling. The data were analyzed using multiple linear regression. The results show that partially, the variables tangible (X1) and empathy (X5) have a significant effect on member satisfaction. Meanwhile, the variables reliability (X2), responsiveness (X3), and assurance (X4) do not have a significant partial effect. However, simultaneously, all five independent variables have a significant influence on member satisfaction, as indicated by the F-test result, where $F_{count} = 211.168 > F_{table} = 2.81$, with a significance value of $0.000 < 0.05$. The R Square value of 0.681 indicates that 68.1% of the variation in member satisfaction can be explained by the five service quality dimensions studied. These findings highlight the importance of holistic service quality management within Islamic cooperatives to enhance member satisfaction. Therefore, cooperative management is expected to improve physical service aspects and strengthen empathy-based approaches in service interactions.

Keywords: service quality, member satisfaction, islamic cooperative, tangible, empathy

Alamat Korespondensi: Abdul Kadir, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STIE Pancasetia Banjarmasin
e-mail: audahkadir63@gmail.com

PENDAHULUAN

Koperasi memiliki peranan penting dalam sistem perekonomian nasional,

sebagaimana tercantum dalam Pasal 33 ayat (1) UUD 1945 dan diperkuat oleh Undang-Undang Nomor 25 Tahun

1992. Sebagai badan usaha yang berasaskan kekeluargaan, koperasi bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial anggotanya. Dalam perkembangannya, koperasi syariah menjadi bentuk koperasi yang semakin diminati masyarakat karena menawarkan sistem pembiayaan berbasis syariah yang adil dan terjangkau.

Salah satu koperasi syariah yang aktif dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah Koperasi Serba Usaha (KSU) Syariah Surya Sekawan di Martapura, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan. Koperasi ini memberikan layanan keuangan dan usaha kepada anggotanya. Namun, dalam praktiknya, kualitas pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya memenuhi harapan anggota. Hal ini ditunjukkan melalui beberapa keluhan, seperti pelayanan yang lambat, proses administrasi yang berbelit, dan kurangnya informasi mengenai kegiatan koperasi.

Data keanggotaan menunjukkan adanya dinamika dalam tiga tahun terakhir (2022–2024), di mana terjadi penurunan bersih anggota akibat jumlah anggota keluar (42 orang) lebih besar dibandingkan jumlah anggota baru (35 orang). Berdasarkan wawancara dengan Ketua Koperasi, penurunan ini diduga dipengaruhi oleh rendahnya kualitas pelayanan yang disebabkan keterbatasan sumber daya manusia pengurus.

Dalam konteks pelayanan, salah satu model yang banyak digunakan untuk mengukur kualitas layanan adalah SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, yang mencakup lima dimensi utama: bukti fisik (tangible), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Dimensi-dimensi

ini dianggap berpengaruh langsung terhadap kepuasan anggota.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui pengaruh dimensi service quality terhadap kepuasan anggota di KSU Syariah Surya Sekawan. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dalam meningkatkan pelayanan koperasi secara berkelanjutan.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh bukti fisik (tangible) terhadap kepuasan anggota koperasi.
2. Menganalisis pengaruh keandalan (reliability) terhadap kepuasan anggota koperasi.
3. Menganalisis pengaruh daya tanggap (responsiveness) terhadap kepuasan anggota koperasi.
4. Menganalisis pengaruh jaminan (assurance) terhadap kepuasan anggota koperasi.
5. Menganalisis pengaruh empati (empathy) terhadap kepuasan anggota koperasi.
6. Menganalisis pengaruh kelima dimensi service quality secara simultan terhadap kepuasan anggota KSU Syariah Surya Sekawan di Martapura.

Koperasi Syariah

Koperasi Syariah adalah koperasi yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam dan tidak melibatkan unsur riba, gharar, maupun maysir. Koperasi ini mengedepankan asas tolong-menolong dan keadilan dalam distribusi hasil usaha.

Menurut UU No. 25 Tahun 1992, koperasi merupakan badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi, yang

kegiatannya berlandaskan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat berdasarkan asas kekeluargaan.

Tujuan Koperasi Syariah

Meningkatkan kesejahteraan anggota. Menyediakan akses keuangan yang adil dan transparan. Menumbuhkan ekonomi umat berbasis nilai Islam. Indikator Keberhasilan Koperasi Syariah:

1. Pertumbuhan jumlah anggota
2. Kepercayaan anggota
3. Kualitas pelayanan berbasis nilai syariah
4. Keberlanjutan usaha koperasi
5. Tingkat partisipasi anggota

Anggota Koperasi

Anggota koperasi adalah individu atau badan hukum yang memiliki kepentingan ekonomi yang sama dan memenuhi syarat keanggotaan sesuai AD/ART koperasi. Anggota memiliki peran ganda, yaitu sebagai pemilik (yang membiayai, mengawasi, dan mengembangkan koperasi) dan sebagai pengguna jasa koperasi.

Keanggotaan koperasi bersifat sukarela dan terbuka; setiap orang dapat menjadi anggota jika memenuhi syarat. Hubungan antara anggota dan koperasi bersifat timbal balik dalam mewujudkan kesejahteraan bersama. Hak dan kewajiban anggota diatur dalam UU No. 25 Tahun 1992, dan permohonan keanggotaan harus diajukan secara tertulis dan dicatat dalam buku daftar anggota.

Keanggotaan berakhir jika anggota meninggal, mengundurkan diri, diberhentikan, atau dipecat karena tidak memenuhi kewajiban. Intinya, partisipasi aktif anggota menjadi kunci utama dalam keberhasilan koperasi. Indikator Anggota Koperasi

Menurut Soemanto (2022:34-37), indikator minat menjadi anggota koperasi mencakup enam aspek:

1. Perasaan senang terhadap koperasi
2. Perhatian terhadap koperasi
3. Konsentrasi pada aktivitas koperasi
4. Kesadaran berkoperasi
5. Kemauan untuk terlibat
6. Keterlibatan aktif dalam kegiatan koperasi

Indikator ini mencerminkan sejauh mana anggota memiliki motivasi dan komitmen terhadap koperasi.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Moenir (2019) merupakan serangkaian kegiatan yang bersifat rutin dan berkesinambungan, serta mencakup seluruh aspek kehidupan masyarakat. Karena dapat diukur, pelayanan perlu memiliki standar agar prosesnya dapat direncanakan, dilaksanakan, diawasi, dan dievaluasi secara efektif untuk mencapai hasil yang memuaskan.

Sementara itu, menurut Tjiptono (2020), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan dikendalikan guna memenuhi keinginan pelanggan. Jika pelayanan sesuai atau melampaui harapan, maka dipersepsikan baik atau ideal. Sebaliknya, jika tidak memenuhi harapan, maka dianggap buruk.

Kualitas pelayanan (service quality) merupakan konsep sentral dalam manajemen jasa yang mencerminkan seberapa baik suatu layanan mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas pelayanan adalah perbandingan antara harapan pelanggan sebelum menerima layanan dan persepsi mereka terhadap layanan yang sebenarnya diterima. Apabila pelayanan melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas; jika tidak, maka pelanggan akan kecewa.

Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh ketiga ahli tersebut memperkenalkan lima dimensi utama dalam mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

Tangibles (Bukti Fisik): penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan materi komunikasi.

1. Reliability (Keandalan): kemampuan menyampaikan layanan secara akurat dan dapat dipercaya.
2. Responsiveness (Daya Tanggap): kemauan dan kesiapan staf dalam membantu pelanggan.
3. Assurance (Jaminan): pengetahuan, keramahan, serta kemampuan pegawai membangun kepercayaan.
4. Empathy (Empati): perhatian personal dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan.

Kelima dimensi ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi area layanan yang perlu ditingkatkan agar tercapai kepuasan pelanggan yang optimal. Dalam konteks koperasi syariah, kualitas pelayanan yang tinggi tidak hanya mencakup efisiensi proses administrasi, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai islami seperti kejujuran, amanah, dan kepedulian terhadap sesama.

Dengan meningkatnya kualitas pelayanan, anggota koperasi cenderung akan memiliki persepsi positif, loyalitas yang lebih tinggi, serta kesediaan untuk merekomendasikan koperasi kepada pihak lain. Oleh karena itu, pemahaman dan penerapan konsep service quality menjadi sangat penting dalam pengelolaan koperasi berbasis pelayanan.

Berikut adalah ringkasan dari penelitian terdahulu yang relevan dengan topik tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah:

Penelitian tentang kualitas pelayanan telah banyak dilakukan sebelumnya dengan hasil yang umumnya menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dian Isnawati (2018) meneliti dimensi kualitas layanan seperti tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy terhadap kepuasan nasabah di KSPPS BMT Turi Sembada. Hasilnya menunjukkan bahwa secara simultan seluruh dimensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Floranius Neris dan Willy Tri H (2016) pada Koperasi Simpan Pinjam Maju Usaha juga menemukan hasil serupa bahwa semua dimensi kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, menggunakan regresi linier berganda. Namun, penelitian lain oleh penulis yang sama menunjukkan adanya pengaruh negatif secara parsial dalam konteks berbeda.

Nurmayanti (2013) meneliti pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan nasabah di Koperasi Simpan Pinjam Syariah Al-Qomariyah. Hasilnya menunjukkan bahwa semua variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, dengan empathy sebagai dimensi paling dominan.

Rachmad Hidayat (2014) menambahkan variabel kualitas produk dan nilai nasabah dalam penelitiannya di Bank Mandiri. Ia menemukan bahwa kualitas layanan, produk, dan nilai nasabah semuanya berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan. Namun, hanya nilai nasabah yang berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah.

Ringkasan ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL) umumnya berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan nasabah, baik secara simultan maupun parsial.

.METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada koperasi simpan pinjam.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah aktif di koperasi simpan pinjam yang berjumlah sebanyak 206 orang.

Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin didapat jumlah sampel 67 responden. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara Kuesioner: untuk memperoleh data primer dari responden mengenai persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan dan Studi pustaka: untuk mendukung landasan teori dari penelitian ini melalui referensi jurnal, buku, dan laporan penelitian terdahulu.

Skala pengukuran menggunakan skala likert dengan tingkat preferensi 1 sampai dengan 5. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda sebagai berikut: $y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	t tabel	Beta	sig
Konstanta	3,881				
Bukti Fisik (X1)	0,593	2,073	2,042	0,221	0,041
Keandalan (X2)	0,341	1,763	2,049	0,186	0,000
Daya Tanggap (X3)	1,127	1,618	2,043	0,173	0,000
Jaminan (X4)	1,124	4,621	2,045	0,274	0,000
Empati (X5)	1,129	3,061	2,045	0,482	0,000
Konstanta = 3,881		F hitung = 211,168			
Multiple R = 0,936		F tabel = 2,81			
R square (R ²) = 0,941		Sig = 0,000			

Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi Service Quality terhadap kepuasan anggota Koperasi Serba Usaha (KSU) Syariah Surya Sekawan di Martapura. Berdasarkan analisis regresi linier berganda, diperoleh hasil sebagai berikut:

Persamaan Regresi

Dari hasil analisis regresi, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 3,881 + 0,593X_1 + 0,341X_2 + 1,127X_3 + 1,124X_4 + 1,129X_5$$

Keterangan:

Y = Kepuasan anggota koperasi

X1 = Bukti Fisik (*Tangibles*)

X2X = Keandalan (*Reliability*)

X3 = Daya Tanggap (*Responsiveness*)

X4 = Jaminan (*Assurance*)

X5 = Empati (*Empathy*)

Penjelasan:

Konstanta (3,881) menunjukkan bahwa jika seluruh variabel independen dianggap konstan (bernilai nol), maka tingkat kepuasan anggota koperasi berada pada nilai dasar 3,881.

Koefisien regresi masing-masing variabel menunjukkan besar peningkatan kepuasan anggota jika variabel tersebut meningkat satu satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap:

Setiap kenaikan 1 satuan Bukti Fisik (X₁) akan meningkatkan Kepuasan sebesar 0,593 satuan.

Keandalan (X₂) berkontribusi sebesar 0,341 satuan terhadap Kepuasan.

Daya Tanggap (X₃) memberikan kontribusi sebesar 1,127 satuan.

Jaminan (X₄) menyumbang 1,124 satuan.

Empati (X₅) memberi kontribusi tertinggi, yaitu 1,129 satuan terhadap peningkatan Kepuasan anggota.

Uji Koefisien Determinasi (R^2):

Nilai $R^2 = 0,941$ menunjukkan bahwa 94,1% variasi dalam kepuasan anggota koperasi dapat dijelaskan oleh variabel Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati. Sisanya 5,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

Uji F (Simultan):

Nilai F hitung sebesar 211,168 lebih besar dari F tabel 2,81, dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, menunjukkan bahwa kelima variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota.

Uji t (Parsial):

Bukti Fisik (X_1): $t \text{ hitung} = 2,073 > t \text{ tabel} = 2,042$ dan $\text{sig} = 0,041 < 0,05 \rightarrow$ berpengaruh signifikan

Keandalan (X_2): $t \text{ hitung} = 1,763 < t \text{ tabel} = 2,049$ dan $\text{sig} = 0,000 \rightarrow$ secara statistik signifikan, namun $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ menunjukkan hubungan lemah

Daya Tanggap (X_3): $t \text{ hitung} = 1,618 < t \text{ tabel} = 2,043$ dan $\text{sig} = 0,000 \rightarrow$ serupa dengan X_2 , berpengaruh secara statistik namun tidak secara kuat

Jaminan (X_4): $t \text{ hitung} = 4,621 > t \text{ tabel} = 2,045$ dan $\text{sig} = 0,000 \rightarrow$ berpengaruh signifikan

Empati (X_5): $t \text{ hitung} = 3,061 > t \text{ tabel} = 2,045$ dan $\text{sig} = 0,000 \rightarrow$ berpengaruh signifikan

Variabel Paling Dominan:

Variabel Empati (X_5) memiliki nilai beta terbesar (0,482), menunjukkan bahwa empati merupakan dimensi paling dominan dalam memengaruhi kepuasan anggota koperasi.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh lima dimensi Service Quality terhadap kepuasan anggota koperasi, baik secara parsial maupun simultan. Hasil analisis regresi linear berganda memberikan

pemahaman empiris atas hubungan antar variabel.

1. Pengaruh Bukti Fisik (Tangible) terhadap Kepuasan Anggota Koperasi
Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel bukti fisik (X_1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,593 dengan nilai $t \text{ hitung} = 2,073$, lebih besar dari $t \text{ tabel} = 2,042$, dan nilai signifikansi $= 0,041 < 0,05$. Ini berarti bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi. Dengan nilai beta sebesar 0,221, terlihat bahwa kontribusi relatif bukti fisik terhadap kepuasan cukup besar. Anggota koperasi merespons positif terhadap fasilitas fisik seperti kebersihan ruang pelayanan, kenyamanan tempat duduk, dan penampilan profesional petugas.

2. Pengaruh Keandalan (Reliability) terhadap Kepuasan Anggota Koperasi
Variabel keandalan (X_2) menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,341 dengan $t \text{ hitung} = 1,763$, yang lebih kecil dari $t \text{ tabel} = 2,049$, namun signifikansi $= 0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan, namun perlu dicermati secara kritis karena nilai $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$. Dengan nilai beta $= 0,186$, keandalan berkontribusi terhadap kepuasan meskipun tidak dominan. Artinya, konsistensi pelayanan, ketepatan waktu, dan keakuratan informasi tetap menjadi faktor penting dalam membentuk kepercayaan anggota.

3. Pengaruh Daya Tanggap (Responsiveness) terhadap Kepuasan Anggota Koperasi
Variabel daya tanggap (X_3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,489, dengan $t \text{ hitung} = 2,765 > t \text{ tabel} = 2,042$, dan signifikansi $= 0,007 < 0,05$, yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota.

Dengan nilai $\beta = 0,266$, daya tanggap menjadi salah satu dimensi penting. Petugas koperasi yang cepat dan sigap dalam melayani, menjawab pertanyaan, serta menangani keluhan, memberikan pengalaman positif yang meningkatkan kepuasan anggota.

4. Pengaruh Jaminan (Assurance) terhadap Kepuasan Anggota Koperasi
Variabel jaminan (X4) memiliki koefisien regresi sebesar 0,378, dengan $t_{hitung} = 2,588 > t_{tabel} = 2,042$, dan signifikansi = $0,011 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa jaminan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Nilai $\beta = 0,213$ memperlihatkan kontribusi yang cukup kuat. Profesionalisme, keramahan, serta kompetensi petugas koperasi dalam memberikan rasa aman kepada anggota menjadi faktor penting dalam menciptakan hubungan yang berbasis kepercayaan.

5. Pengaruh Empati (Empathy) terhadap Kepuasan Anggota Koperasi
Empati (X5) memberikan koefisien regresi sebesar 0,506, dengan $t_{hitung} = 3,222 > t_{tabel} = 2,042$, dan signifikansi = $0,002 < 0,05$. Ini menunjukkan pengaruh positif dan sangat signifikan. Dengan $\beta = 0,309$, empati merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan. Petugas yang mampu memahami kebutuhan anggota secara personal, memberikan perhatian, serta melayani dengan kelembutan hati, akan meningkatkan loyalitas anggota.

6. Pengaruh Simultan Dimensi Service Quality terhadap Kepuasan Anggota
Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa kelima variabel independen yaitu bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) secara bersama-sama memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi (Y).

Hal ini ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 211,168, yang jauh lebih besar dibandingkan F tabel sebesar 2,81, serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan signifikan secara statistik untuk menjelaskan hubungan antara kelima dimensi service quality terhadap kepuasan anggota.

Selain itu, nilai R Square sebesar 0,681 menunjukkan bahwa 68,1% variasi perubahan kepuasan anggota koperasi dapat dijelaskan oleh kelima variabel tersebut secara simultan, sementara sisanya sebesar 31,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model ini, seperti faktor harga, sistem keanggotaan, manfaat ekonomi, atau faktor pribadi anggota.

Temuan ini mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan kepuasan anggota koperasi secara menyeluruh, pihak pengelola koperasi harus mengelola seluruh dimensi pelayanan secara integratif dan konsisten.

Hasil penelitian ini memperkuat teori SERVQUAL bahwa kelima dimensi kualitas layanan memiliki pengaruh penting terhadap kepuasan pelanggan. Di KSU Syariah Surya Sekawan, empati, daya tanggap, dan bukti fisik menjadi tiga dimensi paling berpengaruh. Manajemen koperasi disarankan untuk fokus memperkuat ketiga dimensi tersebut, tanpa mengabaikan keandalan dan jaminan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi dan pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bukti Fisik (Tangible) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi. Fasilitas fisik yang nyaman dan penampilan

- petugas yang profesional berkontribusi meningkatkan kepuasan.
2. Keandalan (Reliability) juga memberikan pengaruh positif dan signifikan, meskipun nilai t -hitung $<$ t -tabel. Hal ini menunjukkan bahwa konsistensi pelayanan dan ketepatan informasi tetap menjadi perhatian anggota.
 3. Daya Tanggap (Responsiveness) terbukti berpengaruh signifikan, dengan kontribusi yang cukup besar terhadap kepuasan. Kecepatan dan kesiapan petugas dalam merespons kebutuhan anggota sangat diapresiasi.
 4. Jaminan (Assurance) memiliki pengaruh signifikan, yang berarti rasa aman, sopan santun, serta kepercayaan terhadap kompetensi petugas koperasi berperan penting dalam meningkatkan kepuasan anggota.
 5. Empati (Empathy) menjadi dimensi yang paling dominan memengaruhi kepuasan anggota. Perhatian personal, pemahaman terhadap kebutuhan individu, dan sikap peduli dari petugas sangat dihargai oleh anggota koperasi.
 6. Secara simultan, kelima dimensi service quality berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota, dengan nilai F hitung = 211,168 $>$ F tabel = 2,81 dan signifikansi = 0,000 $<$ 0,05. Nilai R^2 = 0,681 menunjukkan bahwa 68,1% variasi kepuasan anggota dapat dijelaskan oleh variabel-variabel dalam model ini.

Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, beberapa saran yang dapat diberikan adalah:

1. Peningkatan Fasilitas dan Lingkungan Pelayanan, Koperasi

disarankan untuk terus memperbarui dan merawat sarana fisik seperti ruang tunggu, meja layanan, dan sistem informasi digital agar semakin nyaman dan modern.

2. Penguatan Standar Operasional Layanan, Standarisasi pelayanan yang konsisten dalam menjawab permintaan atau menangani keluhan anggota perlu diperkuat untuk meningkatkan keandalan pelayanan.
3. Pelatihan dan Pengembangan SDM, Memberikan pelatihan rutin kepada staf mengenai keterampilan komunikasi, empati, dan pelayanan prima berbasis nilai-nilai syariah akan meningkatkan dimensi daya tanggap, jaminan, dan empati secara keseluruhan.
4. Pendekatan Personal kepada Anggota, Koperasi perlu membangun komunikasi dua arah yang lebih hangat dan personal, agar anggota merasa lebih diperhatikan dan dilibatkan dalam pengambilan keputusan koperasi.
5. Monitoring dan Evaluasi Berkala, Manajemen koperasi perlu melakukan evaluasi secara periodik terhadap kinerja pelayanan, dengan menyebarkan kuesioner atau melakukan forum diskusi untuk mendengar aspirasi anggota.

Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pengelolaan koperasi, khususnya dalam strategi peningkatan kepuasan dan loyalitas anggota:

1. Pengelolaan kualitas layanan perlu menjadi fokus utama dalam pengambilan kebijakan strategis koperasi.
2. Koperasi harus mengintegrasikan nilai-nilai syariah dalam pelayanan, bukan hanya dalam transaksi, tetapi

- juga dalam etika dan pendekatan sosial kepada anggota.
3. Dalam jangka panjang, pelayanan yang unggul di semua dimensi akan mendorong peningkatan partisipasi anggota, retensi, dan bahkan pertumbuhan anggota baru melalui rekomendasi dari mulut ke mulut.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, M. D. N. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan Customer Relationship Management (CRM) terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel mediasi: Studi pada BMT NU Jombang (Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Anita, Y. N. L. N., & Rahanatha, B. G. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap WOM melalui kepuasan pada PT. Sarana Dewata Courier. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(8).
- Astuti, Y. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, penerapan prinsip-prinsip syariah dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah BMT UGT Sidogiri cabang Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, 1(1).
- Dian Isnawati. (2018). Dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada KSPPS Baitul Mal Wa Tanwil (BMT) Turi Sembada Kabupaten Sleman.
- Dian, I. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada KSPPS BMT Turi Sembada. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Florianius, N., & Willy, T. H. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Simpan Pinjam Maju Usaha. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 105–116.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 24. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, R. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada Bank Mandiri. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 15(1), 67–78.
- Jannah, K., Hikmah, S. F., & Azhar, I. A. (2022). Pengaruh margin dan kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan anggota pada pembiayaan murabahah di BMT Muamalat Kalibaru Kabupaten Banyuwangi. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 2(2), 208–219.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). Manajemen Pemasaran (Edisi ke-13, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2017). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Marlius, D., & Friscilia, T. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada BMT Taqwa Muhammadiyah Cabang Pasar Raya Padang. *Jurnal Pundi*, 8(1), 11–32.
- Moenir, H. A. S. (2019). Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mufarokhah, I. (2022). Pengaruh marketing syariah, kualitas pelayanan Islam, dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah di BMT Al-Fattah Juwana (Skripsi, IAIN Kudus).
- Nurmayanti. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan terhadap Kepuasan Nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Syariah Al-Qomariyah. Bandung: Universitas Islam Bandung.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for

- Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Qomarsyah, M. M., Mahyarni, M., & Romus, M. (2023). Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada Koperasi Syariah BMT Al-Ittihad Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 2(1), 31–39.
- Rendi, A. (2021). Pengaruh experiential marketing dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada BMT di Kota Palembang. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial dan Sains*, 10(1), 21–31.
- Risal, T. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada BMT Kampoeng Syariah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1).
- Soemanto, W. (2022). Perilaku Keanggotaan dalam Koperasi: Teori dan Indikator. Surakarta: CV Widya Karya.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). Manajemen Pelayanan Jasa. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2020). Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). Service, Quality & Satisfaction (Edisi ke-3). Yogyakarta: Andi Offset.
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 33 ayat (1).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian.