

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN JASA  
KOPERASI PANDAWA JAYA PABELAN  
KARTASURA**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Disusun Oleh :**

**MUH HALIM SAPUTRA  
NIM. B 100 060 174**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2010**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Krisis ekonomi yang kini masih berlangsung di Indonesia, menuntut organisasi (perusahaan) untuk meningkatkan daya saing bisnis. Semakin ketatnya persaingan di pasar yang menuntut profesionalisme dalam pengelolaan bisnis terlebih agar mampu bersaing dalam memberikan pelayanan nasabah, sehingga akhirnya diharapkan nasabah menjadi loyal terhadap perusahaan yang dikelola tersebut.

Semakin ketatnya persaingan karena semakin banyak perusahaan yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, menyebabkan perusahaan harus menempatkan orientasi pada loyalitas nasabah sebagai tujuan utama (Agus, 2001: 28). Kebutuhan pelanggan sangat banyak dan bervariasi di satu sisi, sementara pada sisi lain perusahaan menghadapi kendala untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. Perusahaan harus mampu mempertemukan antara apa yang dapat ditawarkan kepada pelanggan dengan apa yang diharapkan pelanggannya atas produk atau jasa yang ditawarkan tersebut. Dengan demikian maka perusahaan dipaksa memilih produk atau jasa apa yang dapat ditawarkan melalui proses-proses kunci yang inovatif sehingga pelanggan puas, yang akhirnya pelanggan kembali lagi mempercayakan segala kebutuhannya pada perusahaan yang bersangkutan.

Dengan demikian kualitas pelayanan akan memberikan loyalitas nasabah tertentu pada konsumennya. Parasuman, dkk. dalam Sabihaini (2002: 30) mengatakan loyalitas nasabah kualitas layanan dapat dilihat sebagai tanda terjadinya *retensi* (bertahan) dan *defeksi* (berpindah). Apabila kualitas layanan yang diterima menyenangkan, maka konsumen akan tetap setia pada perusahaan. Sebaliknya, apabila kualitas layanan yang diterima tidak menyenangkan maka konsumen akan meninggalkan perusahaan tersebut.

Untuk perilaku konsumen yang setiap saat selalu berubah dan perbedaan perilaku konsumen yang satu dengan yang lain, disebabkan adanya karakteristik yang berbeda untuk setiap individu, misalnya : umur, jenis kelamin, pekerjaan, dan sebagainya. Pemahaman terhadap perilaku konsumen itu sangat penting agar pihak bank dapat menentukan kebijakan-kebijakan pemasaran selanjutnya.

Pelayanan berkualitas memberikan kepuasan kepada konsumen. Karena sesuatu yang dibutuhkan dan diharapkan oleh konsumen tersebut ternyata sesuai dengan diberikan oleh penyedia jasa. Jasa yang berkualitas berdampak pada pemenuhan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya akan meningkatkan keberhasilan perusahaan. Sedangkan rendahnya kualitas yang diberikan akan membangun citra buruk bagi bank, dimana nasabah yang tidak puas cenderung menceritakan kepada rekan-rekannya. Begitu juga sebaliknya, semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan menjadi nilai plus bagi bank, sebagaimana yang diungkapkan para ahli pemasaran bahwa iklan terbaik kita adalah pelanggan yang puas. (Kotler, dkk., 1999:259).

Dalam penulisan ini penulis melakukan evaluasi pada Koperasi Pandawa Jaya Pabelan Kartasura. Ketertarikan penulis dalam penelitian ini adalah mengenai kualitas pelayanan yang diberikan Koperasi Pandawa Jaya Pabelan Kartasura, apakah akan menimbulkan loyalitas nasabah yang positif atau negatif. Sesuai dengan UU No. 10 th. 1998, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Kasmir: 2002). Dalam hal ini Koperasi Pandawa Jaya Pabelan Kartasura merupakan koperasi yang beroperasi di wilayah kecamatan yang menerima simpanan serta memberikan kredit kepada masyarakat.

Konsep penilaian atau pengukuran kualitas pelayanan yang pernah dikembangkan oleh Parasuman, Zeithaml, dan Berry dalam Sabihaini (2000: 79) yang dikenal dengan *Service Quality* (SERVQUAL), terdapat lima dimensi kualitas layanan, yaitu: *Responsive* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Tangibles* (bukti fisik), *Empathy* (perhatian), dan *Reliability* (kehandalan).

Dari berbagai latar belakang dan pemikiran di atas membuat penulis menjadi tertarik untuk mencoba mengadakan penelitian dengan mengambil judul : “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN JASA KOPERASI PANDAWA JAYA PABELAN KARTASURA”.

## **B. Perumusan Masalah**

Perumusan masalah merupakan bagian penting dalam sebuah penelitian yang nantinya menjadi arah bagi langkah-langkah penelitian selanjutnya. Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Adakah dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *responsive, assurance, tangible, empathy dan reliability*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen jasa Koperasi Pandawa Jaya Pabelan Kartasura?
2. Diantara ke lima dimensi kualitas pelayanan tersebut, dimensi manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas konsumen jasa Koperasi Pandawa Jaya Pabelan Kartasura?

## **C. Batasan Masalah**

1. Dimensi kualitas layanan yang diteliti penulis mengacu Parasuraman (1998) yang terdiri dari *responsive, assurance, tangible, empathy dan reliability*.
2. Penelitian ini difokuskan pada loyalitas konsumen jasa Koperasi Pandawa Jaya.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun dari tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh dimensi kualitas layanan (*responsive, assurance, tangible, empathy* dan *reliability*) terhadap loyalitas konsumen jasa Koperasi Pandawa Jaya Pabelan Kartasura.
2. Menganalisis dimensi kualitas layanan yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen jasa Koperasi Pandawa Jaya Pabelan Kartasura.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Sedangkan Manfaat Penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis  
Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai media dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang selama ini diperoleh di meja kuliah.
2. Bagi koperasi  
Dari hasil penelitian ini dapat memberikan dasar pertimbangan manajer koperasi untuk pengambilan keputusan peningkatan kualitas pelayanan dalam rangka menciptakan loyalitas konsumen jasa.
3. Bagi pihak lain  
Melalui penelitian ini, diharapkan dapat dijadikan bahan untuk studi perbandingan serta dapat menambah referensi bagi penelitian pada bidang yang sama di masa mendatang.

## **F. Sistematika**

Dalam sistematika ini akan dibahas hal-hal sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan diuraikan beberapa hal yang menguraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini mengemukakan teori-teori dari hasil studi pustaka yang erat hubungannya dengan bidang penelitian, hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi penentuan populasi dan sampel, data dan sumber data, dan rencana alat analisa yang digunakan dalam penelitian.

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini memuat gambaran umum perusahaan, analisa dan pembahasan serta hasil penelitian.

### **BAB V PENUTUP**

Berisi kesimpulan dan saran.