

---

---

## Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Koperasi Artha Wiguna Utama di Desa Kelating, Kerambitan, Tabanan

Kadek Krisna Prawira Dirgantara<sup>(1)</sup>

Mirah Ayu Putri Tranintya<sup>(2)</sup>

I Made Suasti Puja<sup>(3)</sup>

<sup>(1)(2)(3)</sup>Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia  
e-mail : krisnaprawira2505@gmail.com

### ABSTRACT

*Member satisfaction has an important role in the sustainability of the Cooperative. The satisfaction felt by consumers can be a benchmark for post-purchase customer behavior that has been made. Factors that influence member satisfaction are trust and quality of service in an institution. The purpose of this study was to determine the effect of trust and service quality on member satisfaction at the Artha Wiguna Utama Cooperative. The research was conducted at the Artha Wiguna Utama Cooperative located in Kelating Village, Kerambitan, Tabanan. The number of samples in this study were 193 respondents. Methods of data collection by observation, interviews. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that trust partially has a positive and significant effect on member satisfaction in the Artha Wiguna Utama Cooperative with a significant value of 0.002 and a t-count of 3,201. Service quality partially has a positive and significant effect on member satisfaction at the Artha Wiguna Utama Cooperative with a significant value of 0.000 and a t-count of 7,022. Trust and Service Quality simultaneously have a positive and significant effect on Member Satisfaction in the Artha Wiguna Utama Cooperative with an F value of 52,603 with a significant value of 0.000.*

**Keywords: Trust; Service Quality; Member Satisfaction**

### ABSTRAK

Kepuasan anggota memiliki peranan penting dalam keberlangsungan Koperasi. Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen dapat menjadi sebuah tolok ukur pada perilaku pelanggan pasca pembelian yang telah dilakukan. Faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota adalah kepercayaan dan kualitas pelayanan pada suatu instansi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Artha Wiguna Utama. Penelitian dilakukan di Koperasi Artha Wiguna Utama yang berada di Desa Kelating, Kerambitan, Tabanan. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 193 orang responden. Metode pengumpulan data dengan observasi, wawancara. Teknik analisis yang digunakan adalah dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota pada Koperasi Artha Wiguna Utama dengan nilai signifikan sebesar 0,002 dan nilai t hitung 3.201. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota pada Koperasi Artha Wiguna Utama dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dan nilai t hitung 7.022. Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota pada Koperasi Artha Wiguna Utama dengan nilai F sebesar 52.603 dengan nilai signifikan sebesar 0,000.

---

---

**Kata Kunci: Kepercayaan; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Anggota****Pendahuluan**

Koperasi merupakan salah satu organisasi ekonomi dan sosial yang hidup di Indonesia berupaya meningkatkan kesejahteraan para anggotanya dan masyarakat sekitarnya, dan memberikan sumbangan dasar kepada pembangunan serta perkembangan sosial ekonomi. (Septi Purwaningsih, 2017). Menurut Quayet (2019) meningkatkan kualitas layanan yang lebih baik kepada pelanggan dan memberikan pelayanan yang superior akan meningkatkan kepuasan pada pelanggan. Pelanggan yang dimaksud adalah anggota koperasi. Menurut Quayet (2019) meningkatkan kualitas layanan yang lebih baik kepada pelanggan dan memberikan pelayanan yang superior akan meningkatkan kepuasan pada pelanggan. Pelanggan yang dimaksud adalah anggota koperasi. Menurut Thungasal (2019) kepuasan anggota ditentukan oleh dua hal yaitu keluluhan dan harapan pelanggan terhadap jasa yang di terima. Apabila menerima sikap yang baik, sesuai, dan memuaskan, pelanggan hendak merasa terpenuhi harapannya ditandai dengan perasaan yang senang, sebaliknya apabila menerima perilaku yang buruk baik atau tidak sesuai, memberi kesan yang negatif dan tidak sesuai harapan, yang menimbulkan anggota mengeluh, keluhan tersebut menunjukkan bahwa anggota merasa kecewa. Maka dari itu salah satu cara yang harus koperasi lakukan adalah membangun kepercayaan anggotanya.

Kepercayaan menurut Barnes adalah keyakinan jika seseorang akan mendapatkan apa yang diharapkan pada mitra penukaran (Chulatif & Setyowati 2018). Kepercayaan ini mengaitkan kesiapan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena kepercayaan, jika seorang ingin membagikan apa yang di harapkannya dan suatu harapan dimiliki seseorang kata janji dan kepercayaan orang lain yang bisa di percaya. Kepercayaan adalah salah satu kunci jangka panjang untuk meningkatkan penjualan produk. Kepercayaan juga sangat mempengaruhi komitmen pelanggan karena adanya keyakinan bahwa mitra akan memberikan apa yang diharapkan. Menurut Kotler (2021), kepercayaan adalah kesediaan suatu perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Kepercayaan dapat mendorong kesediaan untuk membeli atau menggunakan suatu produk dengan meyakinkan keraguan (Kotler & Keller, 2021). Sehingga dari itu proses pelayanan sangat penting bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa.

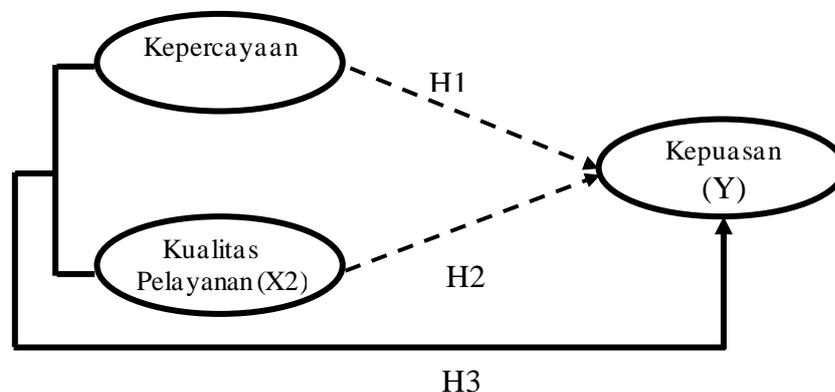
Koperasi Artaha Wiguna Utama merupakan koperasi yang berada di Desa Kelating, Kecamatan Kerambitan, Tabanan. Koperasi serba usaha yang dalam perkembangannya ditujukan untuk memelihara kepentingan dan memenuhi kebutuhan anggotanya. Kehadiran koperasi Artaha Wiguna Utama sangat bermanfaat bagi para anggotanya karena koperasi Artaha Wiguna Utama sangat menolong dalam permasalahan pinjam meminjam uang baik dalam waktu jangka pendek

maupun waktu jangka panjang. Pelayanan yang kurang memuaskan membuat anggota belum bisa mendapatkan kepuasan dalam produknya seperti simpanan hari raya (SHR) yang belum ada bunga yang di berikan, dan harapan anggota bagi koperasi harus bisa memberikan kemudahan dalam peminjaman, itu artinya koperasi belum bisa dalam memberikan yang terbaik kepada anggotanya, salah satu faktor yang menghambat adalah dari pegawainya yang kurang memberikan pelayanan. Hal ini mengakibatkan anggota seharusnya mendapatkan pelayanan yang baik malah mendapatkan pelayanan yang buruk, selain itu koperasi juga belum bisa memberikan solusi yang tepat bagi anggotanya sehingga anggota tersebut memilih badan keuangan yang lain yang bisa di percaya.

Tujuan ini adalah (1) untuk mengetahui pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Artha Wiguna Utama. (2) untuk mengetahui kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Artha Wiguna Utama. (3) untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Artha Wiguna Utama.

### Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Koperasi Artha Wiguna Utama yang berada di Desa Kelating, Kec. Kerambitan, Kab. Tabanan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh anggota yang terdaftar pada Koperasi Artha Wiguna Utama sebanyak 193 Anggota. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability*, yaitu Sampling Jenuh (sensus) dengan semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel, sehingga total sampel sebanyak 193. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Metode pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan kuesioner. Pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skala 1-5 untuk mewakili pendapat dari responden. Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

## Hasil Dan Pembahasan

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan terhadap 30 responden maka dapat diketahui bahwa masing-masing indikator memiliki nilai koefisien korelasi  $> 0,30$  sehingga masing-masing indikator untuk variabel kepercayaan, kualitas pelayanan dan kepuasan dinyatakan valid. Dan berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat diketahui bahwa instrumen penelitian variabel kepercayaan, kualitas pelayanan dan kepuasan dinyatakan reliabel karena memiliki nilai reliabilitas lebih besar dari 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa pengukuran tersebut dapat memberi hasil yang konsisten, apabila dilakukan pengukuran kembali pada subjek yang sama.

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas**

		One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
		Unstandardized Residual	
N			193
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.64147050
	Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive		.110
		Negative	-.082
Test Statistic			.110
Asymp. Sig. (2-tailed)			.109 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,109. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti dapat dikatakan bahwa variabel tersebut adalah berdistribusi normal.

**Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics			
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
B	Std. Error	Beta						
1 (Constant)	4.409	1.132			3.896	.000		
X1	.193	.060	.212		3.201	.002	.771	1.297
X2	.387	.055	.466		7.022	.000	.771	1.297

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah 2023

Pada Tabel 2 menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,771 lebih besar dari 0,1 serta variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan memiliki nilai VIF sebesar 1,297 kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi multikolinieritas.

**Tabel 3. Hasil Pengujian Gejala Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	1.691	.790		2.140	.034
X1	-.091	.042	-.176	-2.154	.133
X2	.060	.039	.127	1.563	.120

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber: Data Diolah 2023

Dari Tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi antara variabel kepercayaan dengan nilai *absolut residual* (ABS\_RES) lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,133 dan nilai signifikansi antara variabel kualitas pelayanan dengan nilai *absolut residual* (ABS\_RES) lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,120. Hal ini berarti tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas pada model regresi.

**Tabel 4. Hasil Analisis Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.781 <sup>a</sup>	.659	.599	1.43851

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan Tabel 4 hasil perhitungan dengan SPSS diperoleh nilai koefisien determinasi (*R Square*) adalah 0,659. Ini berarti besarnya kontribusi antara kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota adalah 65,9% sedangkan sisanya 34,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

**Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	4.409	1.132		3.896	.000
X1	.193	.060	.212	3.201	.002
X2	.387	.055	.466	7.022	.000

a. Dependent Variable: y

Sumber: Data Diolah 2023

## 1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota

Dari hasil uji-t diperoleh koefisien regresi variabel Kepercayaan (X1) sebesar 3,201 dan uji t variabel Kepercayaan (X1) memiliki tingkat signifikan sebesar  $0,002 < 0,05$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kepercayaan (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota (Y). Hal ini berarti jika Kepercayaan pada *Koperasi Artha Wiguna Utama* semakin baik, maka kepuasaan juga akan semakin baik.

## 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota

Dari hasil uji-t diperoleh koefisien regresi variabel Kualitas pelayanan (X2) sebesar 7,022 dan uji t variabel Kualitas pelayanan (X2) memiliki tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota (Y). Hal ini berarti jika Kualitas pelayanan pada *Koperasi Artha Wiguna Utama* semakin baik, maka Kepuasan Anggota juga akan semakin baik.

**Tabel 5. Hasil Perhitungan Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	286.453	2	143.226	52.603	.000 <sup>b</sup>
Residual	517.330	190	2.723		
Total	803.782	192			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data Diolah 2023

## 3. Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai uji F sebesar 52.603 dan signifikansi F adalah  $0,000 < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada *Koperasi Artha Wiguna Utama*. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan (H3) diterima.

## Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka didapat simpulan hasil penelitian sebagai berikut (1). Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota, (2). Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota, (3). Kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada *Koperasi Artha Wiguna Utama*.

---

---

Berdasarkan simpulan yang telah dipaparkan, maka dapat dirangkum saran yaitu, Koperasi Artha Wiguna Utama harus meningkatkan kenyamanan anggota atau nasabah dalam melakukan transaksi, meningkatkan kualitas pelayanan terutama pada kekonsistenan dalam menepati janji, meningkatkan lagi kualitas produk jasa yang ditawarkan misalnya dengan membangun kepercayaan nasabah dan anggota dengan cara selalu menginformasikan dengan baik dan jelas tentang produk dan jasa. Selain itu kualitas dapat di tingkatkan dengan memberikan pelayanan yang ramah, sigap dan tepat waktu baik itu dalam bertransaksi maupun menyelesaikan masalah.

### Daftar Pustaka

- Ambarwati, I. A. T., Kawiana, I. G. P., & Mahayasa, I. G. A. (2022). Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pada PT Prisma Elekrika Bali. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(3), 832-843.
- Buchari. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Keenam*. Alfabeta.
- Fatmawati, dkk. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Keluarga Karunia Sejahtera (K3S) Gresik. *JEK - Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif*, 5 No 2(60).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* Edisi Sembilan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, N., & Barus, I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(2), 554–568. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i2.430>
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Karwur, H. S. L., Mangantar, M., & Rogi, M. H. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian IPC Tumpaan di Desa Pinamorongan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 1718–1727.
- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5096>
- KHOLIFATUN NISA. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ISLAMI DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI BRI SYARI'AH KC SEMARANG. *Progress in Retinal and Eye Research*, 561(3), S2–S3.
- Kotler Philip dan Kevin L. Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 14, Global Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Krismantara, K. H., Suartina, I. W., & Mahayasa, I. G. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Paon Kembar Desa Peguyangan Kangin Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(4), 790-798.
- Lupiyoadi, R. A. H. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Lutfiyani, V., & Soliha, E. (2019). Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan (Studi pada KSPPS Bondho Ben Tumoto Semarang)". *Proceeding Seminar Nasional Dan Call for Papers, September*, 62–68. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/madic/article/view/7523%0Ahttps://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/madic/article/download/7523/2499>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

- 
- 
- Syahwi, M., & Pantawis, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus pada PT. Telkom Kota Semarang). *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 3(2), 150–163. <https://doi.org/10.35829/econbank.v3i2.202>
- Wahyuni, C., Siregar, Z. M. E., & Rambe, B. H. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Secara Online Di Kalangan Mahasiswa Dengan Mediasi Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Universitas Labuhanbatu). *Journal of Educational and Language Research*, 1(11), 1669–1676.
- Wulandari, S. (2017). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Asuransi Jiwa. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 1–18.
- Yuliawan, E. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan). *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 12(1), 34–49. <https://doi.org/10.33558/optimal.v12i1.1016>