

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepercayaan Pelanggan Pada Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Pelita Sejahtera Bantarkalong Kabupaten Tasikmalaya

Kurnia Taupik^{1*}, Dian Candra Fatihah²
^{1,2}Politeknik Piksi Ganesha
*kurniatau.kt@gmail.com

Abstrak – Kepercayaan pelanggan adalah salah satu hal penting bagi keberlangsungan sebuah perusahaan yang mana bisa didapatkan apabila telah memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan. Penelitian ini dalam rangka mencapai tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh pelayanan prima terhadap kepercayaan pelanggan pada Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Pelita Sejahtera Bantarkalong Kabupaten Tasikmalaya. Metode penelitian yang dipakai adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan penilaian sesuai skala Likert 5 poin yang diberikan kepada 30 orang sampel yaitu pelanggan pada Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Pelita Sejahtera Bantarkalong Kabupaten Tasikmalaya dan diolah menggunakan IBM SPSS versi 28. Uji parsial (Uji t) dan Uji simultan (Uji F) menampakkan adanya hubungan dan pengaruh signifikan antara pelayanan prima dengan kepercayaan pelanggan. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang positif dari pelayanan prima sebesar 17,5% terhadap kepercayaan pelanggan.

Kata Kunci: Pelayanan Prima, Kepercayaan Pelanggan

Abstract – Customer trust is one of the important things for the sustainability of a company which can be obtained if it has provided excellent service to customers. The goal of this research was to determine how much influence provided by excellent service on customers' trust in the Savings and Loans Cooperative (KSP) Pelita Sejahtera Bantarkalong, Tasikmalaya Regency. The study method used is quantitative with a descriptive and associative approach. Data collection using a questionnaire with an assessment due to the Likert scale 5 points given to 30 samples of customers at the Pelita Sejahtera Bantarkalong Savings and Loan Cooperative (KSP) in Tasikmalaya Regency and processed using IBM SPSS version 28. Partial test (t test) and simultaneous test (F test) show that there is a significant relationship and influence between excellent service and customers' trust. The results indicated that there is a positive influence of excellent service of 17.5% on customer trust.

Keywords: Excellent Service, Customer Trust

A. Pendahuluan

Di abad ke-21 sekarang ini keberadaan manajemen pelayanan prima tetap memerankan satu bagian komponen yang tak bisa dipisahkan dalam dunia bisnis, bahkan merupakan komponen yang penting untuk suatu perusahaan dalam menghadapi ketatnya persaingan tidak terkecuali pada perusahaan jasa dikarenakan selalu adanya tuntutan pelayanan berkualitas. Menurut CNBC dalam (Windasuri *et al.*, 2017) terdapat 10 alasan bangkrutnya suatu bisnis pada perusahaan dimana satu alasannya adalah karena masalah menyangkut kualitas/mutu pelayanan.

Usaha yang dapat dilakukan untuk menciptakan keunggulan dalam bersaing salah satunya adalah mengembangkan pelayanan yang baik/prima, karena pelayanan prima juga sebagai komponen utama pada keberhasilan perusahaan (Bilgah, 2021). Maka dari itu perusahaan sudah seharusnya perusahaan untuk memiliki standar pelayanan yang baik dengan menerapkan elemen-elemen *excellent service/service excellence* (pelayanan prima)

Pelayanan terbaik atau sebutan populernya pelayanan prima yaitu wujud kepedulian perusahaan kepada pelanggan yang dapat memberikan banyak banyak manfaat bagi perusahaan sebagai pihak pemberi layanan, salah satunya adalah terciptanya kepercayaan

pelanggan. Kepercayaan pelanggan tidak bisa muncul begitu saja tetapi harus diupayakan melalui fungsi manajemen pelayanan primanya (Guspul, 2014). Selain itu pelanggan secara keseluruhan, yakni pelanggan dalam/internal & pelanggan luar/eksternal dapat merasakan manfaat dari pelayanan terbaik. Pelanggan sebagai pihak penerima layanan dapat dipenuhi harapan dan kebutuhannya melalui pelayanan prima oleh perusahaan (Daryanto & Setyobudi, 2014). Maka dengan pelayanan prima dapat terjadinya keuntungan antara kedua belah pihak (perusahaan dan pelanggan).

Kepercayaan pelanggan sangatlah penting karena keberlangsungan perusahaan akan didukung oleh keberadaan pelanggan yang dimana artinya mereka menaruh kepercayaan terhadap perusahaan bersangkutan. Kepercayaan pelanggan kepada perusahaan menyiratkan bahwa perusahaan terkait adalah lokasi yang tepat bagi mereka. Dengan adanya kepercayaan maka akan terciptanya rasa aman dan mengurangi pandangan pelanggan akan risiko bertransaksi dengan suatu jaminan yang pasti. Semakin tinggi rasa percaya yang dirasakan oleh pelanggan, maka akan bertambahnya minat untuk sering menggunakan produk/jasa atau melakukan transaksi pada perusahaan dan menjadi pelanggan yang loyal atau hubungan jangka panjang (Siregar, 2021).

Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Pelita Sejahtera Bantarkalong yang berlokasi di Kabupaten Tasikmalaya ialah satu dari sekian banyak perusahaan dengan konsentrasi khusus pada jasa yakni simpan pinjam antara lain: menerima penyimpanan uang dan menyalurkan kredit dengan ekspansi meliputi memberikan pinjaman kepada guru ASN/PNS dan honorer, pegawai swasta, pensiunan, dan masyarakat dengan pinjaman mikro. Koperasi Simpan Pinjam (KSP) merupakan badan usaha non bank yang mempunyai peran penting sebagai salah satu lembaga pendukung dan penggerak dalam kemajuan ekonomi di Indonesia yang mana memiliki tujuan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Begitu pula dengan Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Pelita Sejahtera Bantarkalong Kabupaten Tasikmalaya berpartisipasi aktif pada roda ekonomi masyarakat yang menjadi pelanggan di perusahaan tersebut, khususnya masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Tasikmalaya. Perusahaan dengan nomor badan hukum 15/BH/KDK-10.15/VIII/2003 tersebut telah mampu menunjukkan eksistensinya selama \pm 18 tahun. Keberlangsungan perusahaan tersebut tentu saja diduga tidak terlepas dari peran implementasi pelayanan yang prima sehingga menimbulkan kepercayaan pada para pelanggannya.

Sebelumnya telah dilakukan penelitian mengenai pelayanan prima dan pengaruhnya terhadap kepercayaan pelanggan. Berdasarkan penelitian (Saputro *et al.*, 2019), hasil analisis menunjukkan bahwa pelayanan prima memiliki pengaruh pada kepercayaan konsumen atau pelanggan & pengalaman konsumen atau pelanggan, serta pengalaman konsumen atau pelanggan memiliki pengaruh pada kepercayaan konsumen atau pelanggan. Adanya pengaruh langsung lebih tinggi yang ditunjukkan oleh pelayanan prima terhadap kepercayaan konsumen atau pelanggan dibandingkan pengaruh yang ditunjukkan oleh pelayanan prima terhadap pengalaman konsumen atau pelanggan. Berdasarkan penelitian (Susanto & Susanti, 2020), hasil penelitian mengindikasikan bahwa pelayanan prima sangat memiliki pengaruh dan memiliki dampak yang positif (baik) terhadap kepercayaan nasabah atau pelanggan. Berdasarkan penelitian (Mayasari, 2015), hasil analisis memberikan penggambaran yakni terdapat hubungan positif yang signifikan antara variabel pelayanan prima (*service*

excellence) dengan kepercayaan (*trust*) nasabah atau pelanggan.

Bertitik tolak pada latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka pokok permasalahan yang menarik minat penulis dalam melakukan penelitian ini yaitu mengenai seberapa besar Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepercayaan Pelanggan Pada Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Pelita Sejahtera Bantarkalong Kabupaten Tasikmalaya.

B. Landasan Teori

Pelayanan Prima

Menurut Barata (2003) dalam (Syara & Handayani, 2020) menjelaskan bahwa pelayanan prima merupakan sikap peduli kepada pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik dalam rangka memberikan fasilitas yang memudahkan mencukupi kebutuhan & mewujudkan perasaan puas, supaya pelanggan loyal/setia kepada-perusahaan.

Dimensi pelayanan prima yang diklasifikasikan oleh Barata (2003) dalam (Syara & Handayani, 2020) meliputi enam macam yakni: Kemampuan (*Ability*), Sikap (*Attitude*), Penampilan (*Appearance*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), & Tanggung jawab (*Accountability*).

Kepercayaan Pelanggan

Mayer *et al.* (1995) menjelaskan bahwa kepercayaan pelanggan adalah wujud atau bentuk kesediaan memercayai orang lain oleh suatu orang yang memiliki titik harapan bahwa orang lain itu siap melakukan tindakan tertentu yang penting bagi dirinya (Susanti & Hadi, 2013).

Mayer *et al.* (1995) dalam (Susanti & Hadi, 2013) mengembangkan tiga macam dimensi kepercayaan pelanggan meliputi: Kemampuan (*Ability*), Kebajikan (*Benevolence*), & Integritas (*Integrity*).

C. METODOLOGI

Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipilih penulis adalah berjenis kuantitatif dengan memakai pendekatan deskriptif dan asosiatif.

Berdasarkan pengertian (Sugiyono, 2015), penelitian yang kuantitatif adalah bentuk metode penelitian yang tidak baru lagi karena sudah cukup lama digunakan dalam penelitian, dan disebut sebagai metode kuantitatif dikarenakan data penelitiannya yaitu berbentuk banyak angka dan menggunakan statistik sebagai analisisnya. Penelitian kuantitatif deskriptif ialah metode yang dimanfaatkan dalam memberikan analisis melalui gambaran kondisi subjek atau objek penelitian sesuai dengan keadaan nyata pada lapangan. Sedangkan metode penelitian kuantitatif asosiatif ialah suatu metode yang dimanfaatkan untuk mencari corelation atau hubungan dimana melibatkan dua variabel atau lebih.

Definisi Operasional Variabel

(Sugiyono, 2015) menjelaskan bahwa definisi operasional adalah petunjuk mengenai bagaimana variabel dapat diukur sebagai unsur pemberi bantuan komunikasi ketika melakukan penelitian. Baik atau buruknya pengukuran suatu variabel akan didapatkan dengan

membaca definisi operasionalnya tersebut.

Menurut (Sugiyono, 2015) variabel adalah value dari objek dengan variasi khas dan ditetapkan peneliti untuk kemudian dipelajari dan dibuat kesimpulan. Terdapat dua variabel yang digunakan penulis yakni:

1. Variabel yang bebas (Independen) adalah variabel dimana asumsinya memengaruhi, yaitu Pelayanan Prima dikatakan menjadi Variabel X.
2. Variabel yang terikat (Dependen) adalah variabel dimana asumsinya dipengaruhi, yaitu Kepercayaan Pelanggan dikatakan menjadi Variabel Y.

Populasi dan Sampel

Populasi merujuk pada (Sugiyono, 2015) adalah daerah yang disamaratakan terdiri oleh objek atau subjek yang memiliki nilai & sifat khas kemudian peneliti menetapkannya untuk dipelajari lalu dibuat kesimpulannya.

(Sugiyono, 2015) mendefinisikan Sampel sebagai satu bagian dari populasi yang terjangkau dan mempunyai sifat atau karakteristik sama dengan populasi.

Sebagaimana yang disebutkan Roscoe (1982) dalam (Sugiyono, 2015) bahwa ukuran sampel dalam penelitian dapat dikatakan layak jika jumlahnya antara 30 sampai dengan 500. Maka populasi yang kemudian dijadikan sebagai sampel oleh penulis pada penelitian ini adalah para pelanggan pada Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Pelita Sejahtera Bantarkalong Kabupaten Tasikmalaya, dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling: sampling* kuota sebanyak 30 orang pelanggan.

Jenis dan Sumber Data

Data Primer ialah kumpulan data yang bisa didapatkan secara langsung dari sumber asli atau sumber utamanya (Wijaya & Susanty, 2017). Data primer pada penelitian ini yakni data yang didapatkan dari responden melalui sebaran kuesioner berisi pernyataan-pernyataan mengenai pelayanan prima dan kepercayaan pelanggan dengan skala ordinal/Likert 5 poin (Sugiyono, 2015).

Data Sekunder ialah data yang bisa dikumpulkan dari studi kepustakaan, beberapa peraturan tertulis, dokumentasi yang masih berkaitan dengan permasalahan dan literatur yang bisa digunakan untuk mendukung data primer (Wijaya & Susanty, 2017). Penulis mendapatkan data sekunder dari dokumen, buku dan jurnal, serta publikasi lainnya yang masih relevan dengan permasalahan penelitian.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan mencakup pada seluruh variabel pada penelitian ini yaitu dengan: pengujian validitas, uji reliabilitas, & uji normalitas *p-plot*. Setelah itu dilakukan juga pengujian korelasi *spearman rank*, analisis regresi linear sederhana menyesuaikan pada variabel yang dipakai dalam penelitian ini dimana hanya terdapat dua macam variabel, lalu pengujian hipotesis (parsial & simultan), serta pengujian koefisien determinasi.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Responden yang dikumpulkan pada penelitian ini yakni para pelanggan di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Pelita Sejahtera Bantarkalong Kabupaten Tasikmalaya, yaitu sebanyak 30 orang dengan persebaran karakteristiknya adalah dengan jenis kelamin laki-laki yakni 18 orang sedangkan perempuan yakni 12 orang. Responden berdasarkan usia 21-30 tahun sebanyak: 14 orang, 31-40 tahun: 10 orang, 41-50 tahun: 4 orang, dan lebih dari ≥ 51 tahun: 2 orang. Pekerjaan responden yaitu sebagai ASN/PNS berjumlah 4 orang, Karyawan swasta berjumlah 25 orang, dan Wirausaha berjumlah 1 orang. Latar belakang pendidikan terakhir responden antara lain: lulusan SMP/Sederajat sebanyak 3 orang, SMA/Sederajat sebanyak 15 orang, dan D1-D3 sebanyak 1 orang, serta D4/S1 sebanyak 11 orang.

Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2015) uji validitas merupakan suatu pengujian data dimana yang salah satu bagian dari kegiatannya yaitu peneliti mengonsultasikan instrumen dengan indikator-indikator variabel bersangkutan.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas (Sugiyono, 2015) adalah bilamana menghasilkan nilai r Hitung $>$ r Tabel diiringi nilai r Hitung adalah positif, maka indikator atau variabel tersebut valid dan diinterpretasikan sebaliknya bilamana menghasilkan nilai kebalikannya.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y

| No. | Variabel | Indikator | Nilai r Hitung | Nilai r Tabel | Keterangan Hasil |
|-----|------------------------------|---------------------------------|-------------------|------------------|---------------------|
| 1. | Pelayanan Prima (X) | Pemyataan 1 (X ₁) | 0,570 | 0,361 | Valid |
| | | Pemyataan 2 (X ₂) | 0,533 | 0,361 | Valid |
| | | Pemyataan 3 (X ₃) | 0,604 | 0,361 | Valid |
| | | Pemyataan 4 (X ₄) | 0,611 | 0,361 | Valid |
| | | Pemyataan 5 (X ₅) | 0,473 | 0,361 | Valid |
| | | Pemyataan 6 (X ₆) | 0,419 | 0,361 | Valid |
| | | Pemyataan 7 (X ₇) | 0,563 | 0,361 | Valid |
| | | Pemyataan 8 (X ₈) | 0,558 | 0,361 | Valid |
| | | Pemyataan 9 (X ₉) | 0,392 | 0,361 | Valid |
| | | Pemyataan 10 (X ₁₀) | 0,584 | 0,361 | Valid |
| | | Pemyataan 11 (X ₁₁) | 0,568 | 0,361 | Valid |
| | | Pemyataan 12 (X ₁₂) | 0,566 | 0,361 | Valid |
| 2. | Kepercayaan Pelanggan (Y) | Pemyataan 1 (Y ₁) | 0,755 | 0,361 | Valid |
| | | Pemyataan 2 (Y ₂) | 0,867 | 0,361 | Valid |
| | | Pemyataan 3 (Y ₃) | 0,749 | 0,361 | Valid |
| | | Pemyataan 4 (Y ₄) | 0,699 | 0,361 | Valid |
| | | Pemyataan 5 (Y ₅) | 0,861 | 0,361 | Valid |
| | | Pemyataan 6 (Y ₆) | 0,789 | 0,361 | Valid |

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan *IBM SPSS V28.0 for Windows* (2021)

Pengujian validitas ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan indikator dinyatakan valid (lihat Tabel 1). Dimana nilai r Hitung didapatkan dari hasil pengolahan data menggunakan *IBM SPSS Statistics V28.0 for Windows*. Sementara itu nilai r Tabel didapatkan dari r Tabel dengan persamaan $df=n-k$, dengan n ialah Σ sampel sebanyak 30 responden, kemudian dikurangi oleh k adalah jumlah variabel yaitu sebanyak 2 (1 variabel bebas dan 1 variabel terikat), maka df (*degrees of freedom*) yang diperoleh yaitu sama dengan 28 menghasilkan nilai r Tabelnya 0,361.

Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2015) reliabilitas dapat ditunjukkan pada pengertian suatu

dimensi dapat dipercaya penggunaannya sebagai pengumpul data dengan sebab dimensi itu sudah baik.

(Cahyani et al., 2020) menguraikan bahwa titik tolak pengukuran uji reliabilitas yaitu bilamana nilai *Cronbach alpha* > r Tabel, artinya butir-butir kuesioner dinyatakan konsisten atau reliabel dan diinterpretasikan sebaliknya bilamana menghasilkan nilai kebalikannya.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

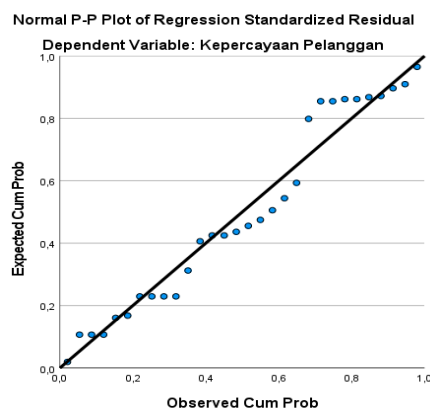
| Variabel | Cronbach's Alpha | Nilai r Tabel | Keterangan Hasil |
|---------------------------|------------------|---------------|------------------|
| Pelayanan Prima (X) | 0,766 | 0,361 | Reliabel |
| Kepercayaan Pelanggan (Y) | 0,860 | 0,361 | Reliabel |

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan *IBM SPSS V28.0 for Windows* (2021)

Pada pengujian realibilitas didapatkan bahwa butir-butir dari kedua variabel X dan Y adalah reliabel atau dapat dipercaya (lihat Tabel 2). Hal ini diketahui karena hasil dari *Cronbach's Alpha* untuk kedua variabel memiliki nilai > r Tabel, yaitu pada variabel pelayanan prima $0,766 > 0,361$ sedangkan variabel kepercayaan pelanggan $0,860 > 0,361$.

Uji Normalitas P-Plot

Dalam penelitian ini penulis menggunakan uji normalitas dengan pendekatan *P-Plot*. Dalam bukunya (Firdaus, 2021) menyebutkan bilamana titik-titik lokasinya menyebar pada sekitaran garis diagonal diikuti menyusuri garis diagonal tersebut, maka dapat dibuat keputusan bahwa data yang diperoleh memberikan distribusi normal dan begitu pula sebaliknya.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas P-Plot

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan *IBM SPSS V28.0 for Windows* (2021)

Berdasarkan pada hasil pengujian normalitas *p-plot* (lihat Gambar 1) bahwa lokasi titik-titik terlihat pada sekitar garis diagonal disertai membayang-bayangi garis diagonal tersebut, maka data-data yang didapatkan adalah memberikan distribusi normal.

Uji Korelasi Spearman Rank

Menurut (Ghodang & Hantono, 2020) Uji Korelasi Spearman Rank adalah salah satu uji statistik yang memiliki tujuan untuk melihat hubungan & tingkat kekuatan dua atau lebih variabel pada pengukuran berskala.

Tabel 3. Pedoman Menentukan Interpretasi Korelasi Spearman Rank

| Tingkat Kekuatan Korelasi | Interval Koefisien |
|---------------------------|--------------------|
| Sangat lemah | 0,00 – 0,25 |
| Cukup | 0,26 – 0,50 |
| Kuat | 0,51 – 0,75 |
| Sangat kuat | 0,76 – 0,99 |
| Sempurna | 1,00 |

Sumber: (Ghodang & Hantono, 2020)

Tabel 4. Hasil Uji Korelasi Spearman Rank

| | | Correlations | | |
|----------------|-----------------------|-------------------------|-----------------|-----------------------|
| | | | Pelayanan Prima | Kepercayaan Pelanggan |
| Spearman's rho | Pelayanan Prima | Correlation Coefficient | 1,000 | ,376* |
| | | Sig. (2-tailed) | . | ,041 |
| | | N | 30 | 30 |
| | Kepercayaan Pelanggan | Correlation Coefficient | ,376* | 1,000 |
| | | Sig. (2-tailed) | ,041 | . |
| | | N | 30 | 30 |

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan IBM SPSS V28.0 for Windows (2021)

Berdasarkan pada tabel hasil pengujian korelasi *spearman rank* (lihat Tabel 4) bahwa nilai signifikansi variabel Pelayanan Prima adalah $0,041 < 0,05$ dengan nilai koefisien korelasinya yaitu 0,376 dan variabel Kepercayaan Pelanggan adalah $0,041 < 0,05$ dengan nilai koefisien korelasinya yaitu 0,376 juga, maka kedua variabel tersebut dapat dinyatakan berkorelasi positif atau searah dan memiliki hubungan yang cukup.

Analisis Regres Linear Sederhana

Analisis Regresi Linear Sederhana dipakai dalam rangka mengukur seberapa besar pengaruh variabel yang independen: pelayanan prima, terhadap variabel yang dependen: kepercayaan pelanggan, dan memprediksikan seberapa jauh perubahan nilai yang dihasilkan variabel dependen bilamana dinaikkan atau diturunkan pada variabel lain yang independen (Sugiyono, 2015). Bentuk persamaan analisis ini adalah:

$$Y = a + bX$$

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

| | | Coefficients ^a | | | | |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|-------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Coefficients Beta | | |
| 1 | (Constant) | 9,783 | 6,471 | | 1,512 | ,142 |
| | Pelayanan Prima | ,296 | ,121 | ,419 | 2,440 | ,021 |

a. Dependent Variable: Kepercayaan Pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan IBM SPSS V28.0 for Windows (2021)

Berdasarkan analisis regresi linear sederhana diatas, maka persamaan regresinya dapat dituliskan sebagai:

$$Y = 9,783 + 0,296X$$

Nilai *constant* (a) yang terlihat pada Tabel 5 adalah 9,783 yang artinya apabila X bernilai 0 maka variabel Y nilainya sebesar 9,783. Kemudian koefisien regresi variabel X (pelayanan prima) yaitu b adalah sebesar 0,296 yang artinya apabila mengalami kenaikan sebanyak 1%, maka nilai variabel Y (kepercayaan pelanggan) akan mengalami perubahan berupa pertambahan nilai sebesar 0,296. Koefisiennya memiliki nilai positif pengartiannya yakni hubungan sama arah atau positif antara pelayanan prima (*excellent service*) dengan kepercayaan pelanggan (*customer trust*)

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

(Sugiyono, 2014) mendefinisikan bahwa Uji Hipotesis t adalah pengujian dalam rangka mengetahui signifikansi fungsi antara variabel yang bebas: pelayanan prima, terhadap variabel yang terikat: kepercayaan pelanggan, dengan titik asumsi bahwa variabel independen dianggap konstan yang dilakukan secara parsial pada koefisien regresi.

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis Parsial

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|-----------------|-----------------------------|------------|----------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Coefficients Beta | | |
| 1 | (Constant) | 9,783 | 6,471 | | 1,512 | ,142 |
| | Pelayanan Prima | ,296 | ,121 | ,419 | 2,440 | ,021 |

a. Dependent Variable: Kepercayaan Pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan *IBM SPSS V28.0 for Windows* (2021)

Berdasarkan *output* Tabel 6 bisa diketahui bahwa pengujian menghasilkan besaran nilai t Hitung adalah sebesar 2,440 dengan kekuatan signifikansinya yaitu 0,021 sedangkan untuk nilai t Tabel ialah sebesar 1,701 dengan kekuatan signifikansinya 0,05. Artinya nilai t Hitung > t Tabel & kekuatan signifikansinya 0,021 < 0,05, maka bisa diputuskan yaitu Ho ditolak bersamaan arti Ha diterima, dimana mengindikasikan adanya hubungan atau correlation yang signifikan antara pelayanan prima dengan kepercayaan pelanggan.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Menurut (Sugiyono, 2014), Uji Hipotesis F adalah pengujian dalam rangka mengetahui pengaruh semua variabel yang bebas: pelayanan prima, terhadap variabel yang terikat: kepercayaan pelanggan dimana tahapannya dilakukan secara bersamaan atau simultan pada koefisien regresi.

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis Simultan

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 32,861 | 1 | 32,861 | 5,951 | ,021 ^b |
| | Residual | 154,606 | 28 | 5,522 | | |
| | Total | 187,467 | 29 | | | |

a. Dependent Variable: Kepercayaan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Pelayanan Prima

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan *IBM SPSS V28.0 for Windows* (2021)

Berdasarkan *output* pada Tabel 7 diatas yang menyajikan mengenai pengujian uji F (Anova) diperoleh F Hitung sebesar 5,951 dimana kekuatan signifikannya sebesar 0,021 sedangkan F Tabel (df1,28) adalah sebesar 4,196 dengan tingkat signifikan 0,05. Dari perhitungan tersebut maka ditarik keputusan yaitu dimana F Hitung > F Tabel adalah 5,951 > 4,196 dan signifikansinya 0,021 < 0,05, artinya Ho ditolak bersamaan arti bahwa Ha diterima, oleh sebab itu mengindikasikan terdapat pengaruh yang signifikan melibatkan pelayanan prima terhadap kepercayaan pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi

Bilamana ingin mencari seberapa besar persenan pengaruh suatu varians variabel terhadap suatu varians variabel yang lain, maka dapat digunakan perhitungan koefisien determinasi (Sugiyono, 2015). Koefisien determinasi dihitung melalui tahapan kuadrat pada hasil hitung koefisien korelasi, setelah itu melakukan tahap pengkalian dengan 100%.

Koefisien determinasi penentunya dinyatakan dalam bentuk persen (%).

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,419 ^a | ,175 | ,146 | 2,350 |

a. Predictors: (Constant), Pelayanan Prima

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan IBM SPSS V28.0 for Windows (2021)

Pengujian koefisien determinasi menghasilkan nilai/value *R square* atau determinasi yakni 0,175 dan nilai pangkat dua dari koefisien korelasinya sebesar 0,419a seperti pada Tabel 8, maka *R square* dapat disebut sebagai nilai determinasi sebesar 17,5% pengaruh variabel pelayanan prima (independen) terhadap kepercayaan pelanggan (dependen), sedangkan residunya sebesar 82,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel atau beberapa faktor yang lain diluar dari pelayanan prima.

E. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis tanggapan responden berkenaan dengan Pelayanan Prima pada Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Pelita Sejahtera Bantarkalong Kabupaten Tasikmalaya secara keseluruhan adalah baik, dengan keunggulan pada dimensi Sikap (*Attitude*), diikuti oleh Kemampuan (*Ability*), Penampilan (*Appearance*), Tindakan (*Action*), Perhatian (*Attention*), dan Tanggung jawab (*Accountability*).

Berdasarkan hasil analisis tanggapan responden mengenai Kepercayaan Pelanggan pada Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Pelita Sejahtera Bantarkalong Kabupaten Tasikmalaya bisa dikatakan baik, terutama pada dimensi Integritas (*Integrity*), diikuti oleh Kemampuan (*Ability*), dan Kebajikan (*Benevolence*).

Berdasarkan hasil pengujian korelasi *spearman rank* antara pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepercayaan Pelanggan pada Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Pelita Sejahtera Bantarkalong Kabupaten Tasikmalaya, diperoleh bahwa terdapat hubungan berarah positif dengan keeratan hubungan yang cukup dimana melibatkan pelayanan prima dengan kepercayaan pelanggan.

Berdasarkan hasil perhitungan tanggapan responden antara pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepercayaan Pelanggan pada Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Pelita Sejahtera Bantarkalong Kabupaten Tasikmalaya, diperoleh nilai determinasi sebesar 17,5% dimana artinya adalah pelayanan prima memberikan pengaruh sebesar 17,5% terhadap kepercayaan pelanggan, sedangkan sisanya 82,5% dipengaruhi beberapa faktor lainnya.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis antara pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepercayaan Pelanggan pada Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Pelita Sejahtera Bantarkalong Kabupaten Tasikmalaya, diperoleh bahwa pelayanan prima memberikan pengaruh signifikan baik secara parsial & simultan terhadap kepercayaan pelanggan.

Saran

Untuk kedepannya Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Pelita Sejahtera Bantarkalong Kabupaten Tasikmalaya perlu memerhatikan dan melakukan evaluasi penerapan pelayanan prima dalam rangka meningkatkan kualitasnya tersebut agar dapat memenuhi semua dimensi

pelayanan prima yang seimbang dan sempurna serta mendapatkan kepercayaan penuh dari pelanggan.

Untuk pihak peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian pada Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Pelita Sejahtera Bantarkalong Kabupaten Tasikmalaya mengenai kepercayaan pelanggan sebagai variabel dependen agar dapat menambah dan menggunakan variabel independen lainnya yang diduga memberikan pengaruh terhadapnya.

F. ACKNOWLEDGMENTS

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Pelita Sejahtera Bantarkalong Kabupaten Tasikmalaya atas pemberian izin & penyediaan fasilitas, serta dukungan penuh baik secara fisik maupun non fisik dalam penyusunan penelitian ini.

G. REFERENSI

- Bilgah, N. J. (2021). Analisis Pengaruh Pelayanan Prima, Kepuasan Pelanggan, Dengan Budaya Kerja Pada PT Fastfood Indonesia Tbk KFC Cabang Plaza Kalibata Jakarta Selatan. *Jurnal AKRAB JUARA*, 6(2), 13–144.
- Cahyani, A., Rahayu, W. I., & Fatonah, R. N. S. (2020). *Panduan Pembuatan dan Penggunaan Aplikasi Implementasi Metode Servqual Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Hasil Penanganan Menggunakan Metode Weighted Product Pada PT. CDA* (1st ed.). Kreatif Industri Nusantara.
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Gava Media.
- Firdaus. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistics Version 26.0* (F. Ravida (ed.); 1st ed.). DOTPLUS Publisher.
- Ghodang, H., & Hantono. (2020). *METODE PENELITIAN Kuantitatif (Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS* (1st ed.). PT. Penerbit Mitra Grup.
- Guspul, A. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Kepercayaan dan Kepuasan Klien Untuk (Studi Kasus Klien Kospin Layanan Cabang Wonosobo). *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 1(1), 4–54. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v1i1.232>
- Mayasari, D. (2015). *Peran Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepercayaan (Trust) Nasabah di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Malang* [Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim]. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/1241>
- Saputro, R. F., Purwanto, E., & Pertiwi, T. K. (2019). Analisis Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Pengalaman Konsumen Pada Layanan Customer Service di Studio Adventure Surabaya. *PROSIDING SENAMA 2019 "Potensi Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia"*, 74–81.
- Siregar, M. (2021). Hubungan Antara Kepercayaan Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan Terhadap Online Shop. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan (J-P3K)*, 2(1), 83–88.
- Sugiyono. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. ALFABETA, CV.
- Sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)* (22nd ed.). ALFABETA, CV.
- Susanti, V., & Hadi, C. (2013). Kepercayaan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Gadget secara Online. *Jurnal Psikologi Industri Dan Organisasi*, 02(01), 55–33.
- Susanto, R., & Susanti, E. (2020). *Pelaksanaan Pelayanan Prima Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Jorong Kampung Tengah Pariaman*.
-

<https://doi.org/10.31219/osf.io/tnhsk>

Syara, A. R., & Handayani, J. (2020). Analisis Pengaruh Dimensi Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan BRI Kantor Cabang Kendal. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis (KEUNIS)*, 8(2), 135–146.

Wijaya, H., & Susanty, E. (2017). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Instansi Pemerintah Daerah Kabupaten Musi Banyuasin (Studi Kasus Dinas Pertambangan dan Energi Kabupaten Musi Banyuasin). *Jurnal Ecoment Global*, 2(1). <https://doi.org/10.35908/jeg.v2i1.213>

Windasuri, H., Susanti, H., & BussinessGrowth Team. (2017). *EXCELLENT SERVICE The Secrets of Building a Service Organization* (1st ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
