

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KOPERASI  
TERHADAP KEPUASAN KARYAWAN (STUDI  
PADA KOPERASI KARYAWAN PT.VALE)**



**IAIN PALOPO**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi  
(SE) pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri( IAIN) Palopo

Oleh:

**Nur Sri Ningsih**  
NIM 15.0401.0130

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) PALOPO  
2019**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KOPERASI  
TERHADAP KEPUASAN KARYAWAN (STUDI  
PADA KOPERASI KARYAWAN PT.VALE)**



**IAIN PALOPO**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh:

**Nur Sri Ningsih**  
NIM 15.0401.0130

**Dibimbing Oleh:**

- 1. Dr. MahadinShaleh, M.,Si.**
- 2. BurhanRifuddin, SE., MM**

**Diuji Oleh:**

- 1. Zainuddin, S.SE., M.Ak**
- 2. Alia Lestari, M.Si**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) PALOPO  
2019**

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi terhadap Kepuasan Karyawan (Studi pada Koperasi Karyawan PT. Vale)”** yang ditulis oleh **Nur Sri Ningsih** dengan NIM **15 0401 0130** Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis **22 Agustus 2019 M** bertepatan dengan **21 Dzhijjah 1440 H**, telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 13 September 2019 M  
13 Muharram 1441 H

### TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M.	Ketua Sidang	(.....)
2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A.	Sekretaris Sidang	(.....)
3. Zainuddin, S.SE., M.Ak.	Penguji I	(.....)
4. Alia Lestari, S.Si., M.Si.	Penguji II	(.....)
5. Dr. Mahadin Shaleh, M.,Si.	Pembimbing I	(.....)
6. Burhan Rifuddin, SE., M.M.	Pembimbing II	(.....)

### Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
  
**Dr. H. Ramlah M, M.M.**  
NIP. 196102081994032001

Ketua Program Studi  
Ekonomi Syariah  
  
**Dr. Fasma, M.El.**  
NIP. 198102132006042002

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Sri Ningsih  
NIM : 15.0401.0130  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

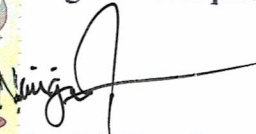
1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya, segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah **tanggung jawab saya.**

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana di kemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, Agustus 2019

Yang membuat pernyataan



  
Nur Sri Ningsih  
15.0401.0130



## NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Palopo, 04 Agustus 2019

Yth.

Di-

Palopo

*Assalamu' AlaikumWr.Wb.*

Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nur Sri Ningsih

NIM : 15.0401.0130

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi Terhadap Kepuasan Karyawan (Studi Pada Koperasi Karyawan PT.Vale)**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diujikan di Ujian Munaqasyah untuk proses selanjutnya.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

*Wassalamu' AlaikumWr.Wb.*

Pembimbing I



**Dr. MahadinShaleh, M., Si**  
**NIP.19561217 198303 1 011**



## NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Palopo, 04 Agustus 2019

Yth.

Di-

Palopo

*Assalamu' AlaikumWr. Wb.*

Setelahmelakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nur Sri Ningsih

NIM : 15.0401.0130

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

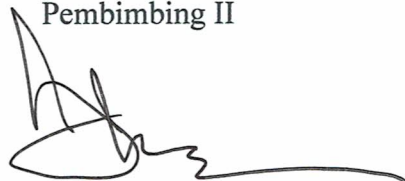
Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi Terhadap Kepuasan Karyawan (Studi Pada Koperasi Karyawan PT.Vale)**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diujikan di Ujian Munaqasyah untuk proses selanjutnya.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

*Wassalamu' AlaikumWr. Wb.*

Pembimbing II



**BurhanRifuddin. SE., MM**  
**NIP.19670311 199803 001**





## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsidenganjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi Terhadap Kepuasan Karyawan (Studi Pada Koperasi Karyawan PT.Vale)”**

Yang ditulis oleh:


Nama : Nur Sri Ningsih  
Nim :15.0401.0130  
Program studi : EkonomiSyariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui untuk diajukan padaUjian*Munaqasyah*.

Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 04 Agustus 2019

**PembimbingI**

  
**Dr. MahadinShaleh, M., Si**  
**NIP.19561217 198303 1 011**

**Pembimbing II**

  
**BurhanRifuddin, SE., MM**  
**NIP. 19670311 199803 001**

## NOTA DINAS PENGUJI

Hal : Skripsi

Palopo, 04 Agustus 2019

Yth.

Di-

Palopo

*Assalamu' AlaikumWr.Wb.*

Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nur Sri Ningsih

NIM : 15.0401.0130

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi Terhadap Kepuasan Karyawan (Studi Pada Koperasi Karyawan PT.Vale)**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diujikan di Ujian Munaqasyah untuk proses selanjutnya.

*Wassalamu' AlaikumWr.Wb.*

Penguji I

  
**Zainuddin S.SE., M.Ak**  
**NIP. 19771018 200604 1 001**

## NOTA DINAS PENGUJI

Hal : Skripsi

Palopo, 04 Agustus 2019

Yth.

Di-

Palopo

*Assalamu' AlaikumWr.Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nur Sri Ningsih

NIM : 15.0401.0130

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi Terhadap Kepuasan Karyawan (Studi Pada Koperasi Karyawan PT.Vale)**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diujikan di Ujian Munaqasyah untuk proses selanjutnya.

*Wassalamu' AlaikumWr.Wb.*

Penguji II



**Alia Lestari., M.Si**

**NIP. 19770515 200912 2 002**



## PERSETUJUAN PENGUJI

Skripsidenganjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi Terhadap  
Kepuasan Karyawan (Studi Pada Koperasi Karyawan PT.Vale)”**

Yang ditulis oleh:

Nama : Nur Sri Ningsih  
Nim :15.0401.0130  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui untuk diajukan padaUjian *Munaqasyah*.

Demikian untuk proses selanjutnya.

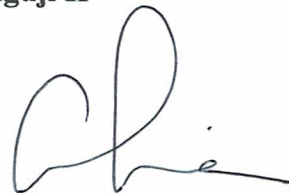
Palopo, 04 Agustus 2019

**Penguji I**



**Zainuddin S.SE., M.Ak**  
**NIP. 19771018 200604 1 001**

**Penguji II**



**Alia Lestari., M.Si**  
**NIP. 19770515 200912 2 002**

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي هدانا لهذا الذي كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ. يُدَاخِلُكُمْ حَمْدٌ وَعَلَى

أَلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, atas Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini walaupun dalam bentuk yang sederhana. Shalawat dan salam atas junjungan Rasulullah SAW, yang merupakan suri tauladan bagi seluruh umat Islam selaku para pengikutnya, keluarganya, para sahabatnya, serta orang-orang yang senantiasa berada di jalannya. Di mana Nabi yang terakhir di utus oleh Allah SWT. Di permukaan bumi ini untuk menyempurnakan akhlak manusia.

Dalam proses penyusunan penulis banyak mendapatkan bantuan bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini walaupun masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada kedua orang tuaku yang tercinta Ayahanda Risman dan Ibunda Sutini yang tak henti-hentinya memberikan do'a, motivasi, kasih sayang dan segala kebaikan yang tak mampu penulis tukarkan dengan apapun yang ada di dunia ini. Dan juga penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Rektor IAIN Palopo Dr. Abdul Pirol, M.Ag, Wakil Rektor I, Dr. H. Muammar Arafat, M.H. Wakil Rektor II, Dr. Ahmad Syarief Iskandar S.E., M.M dan Wakil Rektor III, Dr. Muhaemin, M.A. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, dalam hal ini Dr. Hj. Rahmlah Makkulasse, M.M. Wakil Dekan I, Muhammad Ruslan Abdullah. S.E.I., M.A. Wakil Dekan II, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA. Wakil Dekan III Dr. Takdir, S.H., M.H.
3. Dr. Mahadin Shaleh, M.Si. selaku pembimbing I dan Burhan Rifuddin, SE.,MM selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan, masukan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Zainuddin S.SE., M.Ak selaku penguji I dan Alia Lestari., M.Si selaku penguji II yang telah memberikan arahan dan koreksian kepada peneliti guna menyempurnakan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen IAIN Palopo yang sejak awal perkuliahan telah membimbing dan memberi pengetahuan kepada peneliti.
6. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Dr. Fasiha, M.EI beserta staf dosen IAIN Palopo yang telah banyak memberikan bimbingan dan ilmu pengetahuan yang berharga.
7. Kepada staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo yang telah memberikan layanan yang baik sehingga peneliti bisa sampai ke tahap ini.



8. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Sulfiani, S. Pd., M.Pd, beserta stafnya yang telah banyak membantu khususnya dalam mengumpulkan literatur-literatur yang berkaitan dalam pembahasan skripsi ini.
9. Kepada Direktur Koperasi PT.Vale Muh. Parawansa Lamude dan para staf yang telah memberikan izin serta membantu mengumpulkan data yang dibutuhkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Saudari saya ( Ariyanti Risman, Wini Wulandari, Susiyani Risman, Fitriyani Risman) yang banyak memberikan do'a, dukungan dan motivasi kepada penullis.
11. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (Febi) angkatan 2015 (khususnya di kelas Ekis D), yang selama ini selalu memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.
12. Terima kasih kepada teman-teman saudara (i) KKN AngkatanXXXIV tahun 2018, terutama posko Desa Ujung Mattajang telah banyak memberikan motivasi kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
13. Kepada sahabat SS,Ulfa Arianti Sahrur, Audriani Safitri, Nurul Mutia Ramadani, Puput Aprilia, Dayang Khairulnisa, dan Nursari, saya ucapkan banyak terima kasih atas bantuannya selama ini dan selalu memberikan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

14. Kepada Sahabat IMUT, Ita Lestari, Triya Retno Indah, dan Andi Marini Mirano, saya ucapkan banyak terima kasih yang telah banyak memberikan semangat dan do'a dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat dan segala partisipasi semua pihak yang tidak sempat tertuang namanya dalam skripsi ini mendapat imbalan yang berlipat ganda di sisi Allah Swt,Amin.

Palopo, 22 Agustus 2019

Nur Sri Ningsih  
NIM: 15.0401.0130

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	v
NOTA DINAS PENGUJI.....	vi
PERSETUJUAN PENGUJI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xv
ABSTRAK.....	xx
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Operasional Variabel.....	7
F. Hipotesis.....	8

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	10
B. Kajian Pustaka.....	14
a. Pemasaran .....	14
b. Pemasaran Dalam Pandangan Islam .....	15
c. Kualitas Pelayanan .....	16
d. Kualitas Pelayanan dalam Pandangan Islam.....	20
e. Kepuasan Pelanggan .....	23
C. Kerangka Fikir .....	26

## BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	28
B. Lokasi Penelitian.....	28
C. Sumber Data.....	28
D. Teknik Pengumpulan Data.....	29
E. Populasi dan Sampel . .....	30
F. Uji Validitas dan Reabilitas .....	31

## BAB IV DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	43
B. Uji Asumsi Klasik.....	46
C. Uji Hipotesis .....	49
D. Pembahasan.....	55

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan .....	61
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	63
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

No.	
1.1 Hasil Uji validitas pada variabel bukti fisik ( $X_1$ ).....	32
1.2 Hasil Uji Validitas pada variabel kehandalan ( $X_2$ ) .....	32
1.2 Hasil Uji Validitas pada variabel ketanggapan ( $X_3$ ) .....	33
2.1 Hasil Uji Validitas pada variabel jaminan ( $X_4$ ).....	33
2.2 Hasil Uji Validitas pada variabel empati ( $X_5$ ).....	34
2.3 Hasil Uji Validitas pada variabel Kepuasan Karyawan (Y).....	35
3.1 Hasil Uji Reabilitas pada Variabel bukti fisik ( $X_1$ ).....	36
3.2 Hasil Uji Reabilitas pada Variabel kehandalan ( $X_2$ ).....	36
3.3 Hasil Uji Reabilitas pada Variabel ketanggapan ( $X_3$ ).....	37
4.1 Hasil Uji Reabilitas pada Variabel jaminan ( $X_4$ ) .....	37
4.2 Hasil Uji Reabilitas pada Variabel empati ( $X_5$ ) .....	38
4.3 Hasil Uji Reabilitas pada Variabel Kepuasan Karyawan (Y) .....	38
5.1 Hasil Uji Normalitas .....	46
5.2 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	47
5.3 Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
6.1 Hasil Uji regresi Linear berganda .....	49
6.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	51
6.3 Hasil Uji Simultan.....	52
7.1 Hasil Uji Parsial .....	53

## DAFTAR GAMBAR

No.		
1.1	Kerangka Fikir .....	26

## ABSTRAK

**Nur Sri Ningsih, 2019.** *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi Terhadap Kepuasan Karyawan (Studi pada Koperasi Karyawan PT.Vale)”*. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. (Pembimbing I Dr.Mahadin Shaleh, M., Si dan Pembimbing II Burhan Rifuddin, SE,. MM)

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati, kepuasan karyawan.**

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh terhadap kepuasan karyawan studi pada koperasi karyawan PT.Vale.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan bantuan program SPSS 22. Model ini menunjukkan seberapa besar pengaruh yang terjadi antara variabel independen (bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati) dengan variabel dependen (kepuasan karyawan). Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, data yang digunakan yaitu data primer dengan jumlah sampel sebanyak 300 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: a) secara simultan kelima variabel variabel independen yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan karyawan. b) secara parsial variabel independen yaitu bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan karyawan, variabel kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan karyawan, variabel ketanggapan berpengaruh terhadap kepuasan karyawan, variabel jaminan berpengaruh terhadap kepuasan karyawan, sedangkan variabel empati berpengaruh terhadap kepuasann karyawan. c) koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,784 yang berarti bahwa besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) adalah sebesar 78,4% sedangkan sisanya sebesar 21,6% disebabkan oleh variabel lain diluar penelitian.



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### *A. Latar Belakang*

Sejalan dengan perkembangan zaman yang semakin maju mengakibatkan perilaku konsumen berubah dalam segi pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan diri konsumen sehingga terjadi persaingan bisnis produk dan jasa bagi para pengusaha. Dari berbagai jenis barang dan jasa yang ditawarkan pada konsumen untuk memilih produk sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan atau keinginan yang diinginkan. Ketatnya persaingan antara pengusaha dengan pengusaha yang lain khususnya pengusaha koperasi saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat. Untuk itu pihak koperasi harus dapat menciptakan kepuasan karyawan terhadap produk seperti menciptakan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat mengundang karyawan.

Pada umumnya hidup dalam lingkungan yang berubah dengan cepat, dinamis, dan rumit. Perusahaan harus mampu bersaing dalam menunjukkan keunggulan akan produk atau jasa yang dihasilkan dibanding kompetitornya. Apabila suatu perusahaan ritel sudah bisa mendapatkan konsumen, Langkah selanjutnya adalah bagaimana agar konsumen tersebut bisa menjadi pelanggan tetapnya dan mempertahankan loyalitas konsumen untuk terus bisa berbelanja diperusahaan tersebut atau suatu bisnis dan usaha.<sup>1</sup> Setiap konsumen memiliki keinginan dan kebutuhan tersendiri, sehingga konsumen memiliki kepuasan

---

<sup>1</sup> Yola, Melfa, “*Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada Supermarket dengan Menggunakan metode Importance Per formance Analysis*”, jurnal , Mei 2013, (Riau: UIN Sultan Syarif Kasim,2013)

sendiri. Kepuasan juga memberikan manfaat antara lain hubungan antara perusahaan dengan konsumennya menjadi akrab atau harmonis, mendorong tercapainya loyalitas pelanggan, dan rekomendasi dari konsumen yang menyebarkan tentang perusahaan/usaha tersebut melalui mulut ke mulut sehingga menguntungkan bagi perusahaan dan laba semakin meningkat.

Salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada para pelanggan dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran.<sup>2</sup>

Menurut Sugiyono 2002 dalam Safirah Farizah Nasbir, kualitas pelayanan disebut baik apabila penyedia jasa memberikan pelayanan yang melebihi harapan pelanggan, kualitas tersebut dinilai baik apabila penyedia jasa memberikan pelayanan setara harapan pelanggan.<sup>3</sup> Jika pelanggan mendapatkan pelayanan lebih rendah dari harapannya maka kualitas jasa tersebut dinilai jelek, pencapaian kepuasan pelanggan memerlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan dan apa yang diharapkan.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik didalam suatu perusahaan atau koperasi yang menjadi lokasi peneliti, akan menciptakan kepuasan bagi para karyawan. Setelah karyawan merasa puas dengan produk atau jasa yang

---

<sup>2</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* ,(Edisi Milenium; Jakarta:Prehallindo,2000) hal 50

<sup>3</sup> Safirah Farizah Nasbir, “*Pengaruh Kualitasn Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Hair Nets*”, program Studi Manajemen, Universitas Halu Oleo (Kendari, 2017)

diterimanya, pelayanan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Apabila karyawan merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli ditempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan untuk kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan mementingkan persaingan.<sup>4</sup>

Kepuasan konsumen atau pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.<sup>5</sup> Kepuasan pelanggan baru terjadi apabila program telah diimplementasikan. Walaupun sederhana, kenyataannya salah satu penghambat terbesar adalah dalam implementasinya. Banyak perusahaan di Indonesia yang mempunyai program peningkatan kepuasan pelanggan. Kenyataannya, rata-rata hanya sekitar 10-30% dari keseluruhan program tersebut dapat diimplementasikan. Yang menjadi sasaran tentunya adalah para karyawan.<sup>6</sup> Harapan pelanggan tidak pernah berhenti, jadi kita sebagai pemilik usaha atau suatu bisnis teruslah belajar agar mempunyai kemampuan dalam mempertahankan atau meningkatkan kepuasan pelanggan.

---

<sup>4</sup> Fandy Tjiptono, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, (Andy Offset; Yogyakarta, 2004) hal 145

<sup>5</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, ( Jilid 1; Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2005) h. 42

<sup>6</sup> Irawan, Handi. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2002), h.157

Koperasi adalah suatu perkumpulan yang beranggotakan orang perorangan atau badan hukum, yang memberikan kebebasan kepada anggota untuk masuk dan keluar, dengan bekerjasama secara kekeluargaan menjalankan usaha untuk mempertinggi kesejahteraan jasmaniah para anggotanya. Sedangkan menurut Richard Kohl dan Abrahamson (Ropke) dan dikutip oleh Bramantio adalah: “Koperasi adalah badan usaha dengan kepemilikan dan pemakai jasa merupakan anggota koperasi itu sendiri serta pengawasan terhadap badan usaha tersebut harus dilakukan oleh mereka yang menggunakan jasa atau pelayanan badan usaha itu”, berdasarkan pengertian diatas dapat diartikan koperasi merupakan kumpulan orang dan bukan kumpulan modal, jadi koperasi adalah milik bersama para anggota, pengurus maupun pengelola.<sup>7</sup> Dengan keberadaan koperasi diharapkan mampu mewujudkan kesejahteraan terkhusus karyawan yang ada disalah satu perusahaan tepatnya di Sorowako yaitu PT.Vale,Tbk. Dengan adanya koperasi ditengah-tengah perusahaan tersebut dapat membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi terkhusus karyawannya.

PT.Vale merupakan sebuah perusahaan tambang nikel yang berpusat di Brazil. Sebelum nama perusahaan PT.Vale adalah PT.Inco, perusahaan ini mengoperasikan tambang nikel dan pabrik pengelolaan di Sorowako. Saat ini menjadi penyumbang nikel terbesar di Indonesi sebesar 4%. Adanya kawasan industri ini tidak menutup kemungkinan akan terjadi perubahan-perubahan baik kondisi alam maupun perubahan nilai-nilai kehidupannya. PT.Vale adalah salah

---

<sup>7</sup> Bramantio,” *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Word of Mouth (WOM), pada Koperasi Simpan Pinjam Usaha Mandiri*” (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017)

satu produsen utama nikel di dunia. Selama lebih dari tiga decade sejak kontrak karya ditanda tangani dengan pemerintah Republik Indonesia pada tahun 1998, perseroan telah menyediakan pekerjaan yang membutuhkan keterampilan, memperlihatkan kepedulian terhadap kebutuhan masyarakat dimana perseroan beroperasi, memberikan keuntungan bagi para pemegang saham dan member sumbangan yang positif kepada ekonomi Indonesia.

Dari uraian latar belakang diatas yang menjadi objek kajian dari masalah adalah bagaimana cara atau proses yang dilakukan pihak koperasi yang ada diperusahaan PT.Vale sehingga para karyawan puas dengan pelayanan yang diberikan. Dengan alasan tersebut, peneliti mengambil judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Kerja Koperasi Terhadap Kepuasan Karyawan (Studi pada Koperasi Karyawan PT.Vale).**”

### ***B. Rumusan Masalah***

Dari uraian latar belakang diatas yang menjadi rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan karyawan ?
2. Apakah variabel kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan karyawan ?
3. Apakah variabel ketanggapan berpengaruh terhadap kepuasan karyawan ?
4. Apakah variabel jaminan berpengaruh terhadap kepuasan karyawan ?
5. Apakah variabel empati berpengaruh terhadap kepuasan karyawan ?

### ***C. Tujuan Penelitian***

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah variabel bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan karyawan.
2. Untuk mengetahui apakah variabel kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan karyawan.
3. Untuk mengetahui apakah variabel ketanggapan berpengaruh terhadap kepuasan karyawan.
4. Untuk mengetahui apakah variabel jaminan berpengaruh terhadap kepuasan karyawan.
5. Untuk mengetahui apakah variabel empati berpengaruh terhadap kepuasan karyawan.

### ***D. Manfaat Penelitian***

Manfaat penelitian ini dijabarkan menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi peneliti tentang kepuasan karyawan atau pelanggan terhadap pelayanan, baik itu perusahaan yang kecil, sederhana maupun besar dan bagaimana cara kita untuk memperlakukan pelanggan dengan baik.

## 2. Manfaat Praktis

Peneliti mengharapkan agar penelitian ini berguna bagi pembaca atau peneliti-peneliti lainnya sebagai pengetahuan ilmiah serta memberikan pemikiran yang lebih luas tentang pengaruh kualitas pelayanan kerja koperasi terhadap kepuasan karyawan .

### *E. Definisi Operasional Variabel*

Untuk memahami variabel-variabel penelitian, diberikan definisi variabel-variabel penelitian yaitu kualitas pelayanan yang terdiri dari ( $X_1$ ) bukti fisik, ( $X_2$ ) kehandalan, ( $X_3$ ) ketanggapan, ( $X_4$ ) jaminan, ( $X_5$ ) empati sebagai variabel bebas (*independent variabel*) dan ( $Y$ ) kepuasan karyawan sebagai variabel terikat (*dependent variabel*). Adapun uraian dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

**Bukti fisik** adalah tampilan fisik yakni pegawai dengan berpenampilan atau berpakaian dengan rapi dalam syariat islam diwajibkan untuk menutup aurat.

**Kehandalan** adalah memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat serta memuaskan

**Ketanggapan** adalah keinginan para pegawai untuk membantu para karyawan PT.Vale dengan memberikan pelayanan yang baik, merespon dengan cepat apa yang diinginkan oleh karyawan.

**Jaminan** adalah mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sikap yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh pegawai.

**Empati** adalah kemudahan dalam berhubungan seperti komunikasi yang baik dan memberikan perhatian kepada karyawan.

**Kepuasan karyawan** adalah perasaan seseorang atau respon seseorang terhadap sesuatu hal baik itu menyenangkan, mengecewakan, dan lain sebagainya. Kepuasan karyawan juga memberikan banyak keuntungan kepada pelaku usaha, apabila karyawan puas maka laba akan semakin menambah dan begitu pun sebaliknya apabila karyawan tidak puas dengan pelayanan yang diberikan kemungkinan laba juga akan semakin menurun.

#### ***F. Hipotesis***

Hipotesis yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh terhadap kepuasan karyawan.

**Ha<sub>1</sub>**: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara bukti fisik dengan kepuasan karyawan.

**Ho<sub>1</sub>**: Ada pengaruh yang signifikan antara bukti fisik dengan kepuasan karyawan.

**Ha<sub>2</sub>**: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kehandalan dengan kepuasan karyawan.

**Ho<sub>2</sub>**: Ada pengaruh yang signifikan antara kehandalan dengan kepuasan karyawan.

**Ha<sub>3</sub>** : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara ketanggapan dengan kepuasan karyawan.



**H<sub>03</sub>** : Ada pengaruh yang signifikan antara ketanggapan dengan kepuasan karyawan.

**H<sub>a4</sub>** : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara jaminan dengan kepuasan karyawan.

**H<sub>04</sub>** : Ada pengaruh yang signifikan antara jaminan dengan kepuasan karyawan.

**H<sub>a5</sub>** : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara empati dengan kepuasan karyawan.

**H<sub>05</sub>** : Ada pengaruh yang signifikan antara empati dengan kepuasan karyawan.

**BAB II**  
**TINJAUAN PUSTAKA**

**A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

Beberapa penelitian yang terkait dengan permasalahan penulis yang diteliti yaitu:

No.	Nama	Hasil Skripsi	Persamaan	Perbedaan
1.	Tias Windarty	Skripsi 2017, yang berjudul : <i>“Pengaruh kualitas Produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen donat Madu Cihanjuang”</i> , menggunakan teknik regresi berganda, sampel yang digunakan Non Probability Sampling dengan pendekatan Accidental Sampling. Hasil penelitian dari skripsi ini dalam uji hipotesis yaitu uji t menunjukkan bahwa variabel Independen berpengaruh terhadap variabel dependen. <sup>1</sup>	Memiliki metode penelitian yang sama dan membahas tentang Kualitas pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan.	Sampel yang digunakan <i>non probability sampling</i> dengan pendekatan accidental sampling, sedangkan pada penelitian ini menggunakan <i>probability sampling</i> lokasi dan jumlah variabel yang diangkat yaitu dua variabel, sedangkan

<sup>1</sup> Tias Windarty dkk, *“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu”*, Vol.4 No.2 (Universitas Riau,2017)

				variabel yang diangkat dalam penelitian ini adalah lima variabel bebas.
2.	Rezki Febriani	Skripsi 2017, yang berjudul: <i>“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar di Kota Makassar”</i> . Hasil penelitian : menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Koran harian fajar di Kota Makassar (Ditinjau dari Perspektif islam). <sup>2</sup>	Membahas kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dan jenis penelitian yang sama.	Menggunakan metode analisis regresi sederhana, sedangkan penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda sampel yang digunakan incidental sampling, sedangkan penelitian ini menggunakan serta

<sup>2</sup> Rezki Febriani. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar di Kota Makassar”*, (UIN Alauddin Makassar, 2017).

				lokasi yang berbeda.
3.	Tri Ulfa Wardani	Skripsi 2017 yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis Transportasi Gojek” hasil penelitian: pada variabel bukti fisik, ketanggapan, jaminan dan empati tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. <sup>3</sup>	sama-sama membahas kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, dan jenis penelitian yang sama.	Menggunakan <i>non probability</i> sampling dan lokasi yang berbeda.

---

<sup>3</sup> Tri Ulfa Wardani, “ *Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek* ” Program Studi Ekonomi Islam UIN Sumatera Utara, Medan.

4.	Januar Efendi Panjaitan	Skripsi 2016, yang berjudul: <i>“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung”</i> hasil penelitian: variabel independen bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati hanya variabel empati yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Bandung. <sup>4</sup>	Memiliki metode penelitian yang sama dan membahas kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.	Menggunakan <i>non probability</i> sampling sedangkan penelitian ini menggunakan <i>probability sampling</i> . Hasil penelitian yang dihasilkan pada variabel independen hanya variabel empaty yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
----	-------------------------	--	---	--

---

<sup>4</sup> Januar Efendi Panjaitan, ” *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung*” Program Studi Administrasi Bisnis, Vol,II No.2 Bandung. 2016

## ***B. Kajian Pustaka***

### **1. Pemasaran**

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Rezki Febriani pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan dengan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari konsumen sebagai imbalan, hal yang sama dikemukakan oleh Peter Ducker bahwa pemasaran bukanlah sekedar perluasan penjualan, pemasaran, meliputi keseluruhan bisnis, dan harus dilihat dari sudut pandang pelanggan.<sup>5</sup>

Aktivitas pemasaran merupakan salah satu aktivitas pokok dalam melakukan bisnis, karena pemasaran menjadi ujung tombak bagi sebuah perusahaan untuk menjual produk yang diharapkan, dengan strategi pemasaran yang baik dan sesuai dengan target pasar tentu saja sangat membantu memperlancar dalam menjual produk-produknya.<sup>6</sup>

Pemasaran dalam pengertian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran merupakan kegiatan bisnis menyalurkan barang dan jasa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menerapkan konsepsi penentuan harga, promosi, pendistribusian serta ide-ide kreatif dan setiap kegiatan pemasaran harus berorientasi pada kepuasan konsumen sebagai pengguna barang dan jasa.

---

<sup>5</sup> Rezki Febriani, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar di Kota Makassar*", (UIN Alauddin Makassar, 2017)

<sup>6</sup> Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (CAPS: Yogyakarta, 2012) h. 1

## 2. Pemasaran dalam Pandangan Islam

Pemasaran dalam pandangan islam merupakan suatu penerapan disiplin strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Ide mengenai pemasaran syariah ini sendiri dikeluarkan oleh dua orang pakar di bidang pemasaran dan syariah. Mereka adalah Hermawan Kertajaya, salah satu dari lima puluh orang guru yang telah mengubah masa depan dunia pemasaran bersama-sama dengan Philip Kotler, dan Muhammad syakir sula, salah satu dari enam pemegang gelar professional ahli Asuransi syariah juga CEO Batasa Tazkia Konsultan syariah yang cukup dikenal dikalangan perbankan dan Asuransi Syariah.<sup>7</sup>

Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam telah mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika keislaman. Dalam beraktifitas ekonomi, umat islam dilarang melakukan hal yang tidak benar atau tindakan bathil. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridho, sebagaimana firman Allah Ta’ala dalam QS. An-nisa(4): 29.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ  
رَحِيمًا

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu

<sup>7</sup> <http://www.academia.edu>

membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.<sup>8</sup>

Ayat tersebut menjelaskan bahwa dalam islam seluruh proses transaksi jual beli atau dalam pelayanan dan kepuasan pelanggan tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang islami. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin dari penyimpangan prinsip-prinsip muamalah islami tidak terjadi suatu transaksi atau dalam proses suatu bisnis maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran dibolehkan. Demikian pula pemberian pelayanan kepada karyawan yang bertransaksi di koperasi karyawan Vale harus dilandasi suka sama suka sehingga tidak ada unsur pemaksaan antara kedua belah pihak dalam bertransaksi.

### **3. *Kualitas Pelayanan***

Pengertian kualitas dalam kamus bahasa Indonesia adalah baik buruknya sesuatu, kualitas dapat pula didefinisikan sebagai tingkat keunggulan. Jadi kualitas adalah ukura relatif kebaikan. Dalam realitas sehari-hari secara operasional, produk berkualitas adalah produk yang memenuhi harapan pelanggan. Suatu kualitas disebut baik apabila penyedia jasa memberikan pelayanan yang melebihi harapan pelanggan. Kualitas tersebut dinilai baik apabila penyedia jasa memberikan pelayanan serta harapan pelanggan. Jika nasabah/pelanggan mendapatkan pelayanan lebih rendah dari harapannya maka

---

<sup>8</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah Q.S An-Nisa: 29*



kualitas jasa tersebut dinilai jelek, pencapaian kepuasan pelanggan memerlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan dan apa yang diberikan.<sup>9</sup>

Kualitas Pelayanan adalah sebuah upaya yang berfokus pada pemenuhan harapan, keinginan, dan kebutuhan konsumen agar tersampaikan secara tepat dan benar.<sup>10</sup> Pengertian kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik.<sup>11</sup> Jadi kualitas pelayanan harus dilakukan dengan baik agar mengundang para pelanggan untuk terus memproduksi barang yang di pasarkan oleh para pengusaha.

Definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan suatu pihak atau pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Perilaku tersebut dapat terjadi transaksi, Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang sangat sering. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda mengartikannya secara berlainan tetapi beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya saja penyampaiannya saja biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut:

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan

---

<sup>9</sup> Safira Farizah Nasbir, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Hair Nets*”, Program Studi Manajemen Universitas Halu Oleo (Kendari, 2017)

<sup>10</sup> Fandy Tjiptono. *Pemasarn Jasa: Prinsip, Penerapan & Penelitian.*( Yogyakarta, Andy, 2014) h. 268

<sup>11</sup> Robby Dharma, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT.Padang Tour Wisata Pulau Padang*”. Fakultas Ekonomi Universitas Putra Indonesia YPTK Padang , Vol. 2 No. 2 (Padang 2017)

### 3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.<sup>12</sup>

Mengenai definisi kualitas Pelayanan yang paling populer adalah konsep ServQual yang dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zeithaml sejak 15 tahun yang lalu. Walau berbagai kritik telah ditujukan kepada konsep ini, ServQual adalah konsep yang paling banyak digunakan oleh pelaku bisnis diseluruh dunia yang berkecimpung dalam hal pelayanan pelanggan. Ketika pertama konsep dari dimensi ini diformulasikan, terdapat sepuluh dimensi. Setelah itu, disederhanakan menjadi lima dimensi yaitu *Tangible (bukti fisik)*, *Reability (kehandalan)*, *Responsiveness (ketanggapan)*, *Assurance (jaminan)*, dan *Empathy (empati)*. Kelebihan dari konsep ini adalah karena didasarkan atas suatu riset yang sangat komprehensif, mudah dipahami dan mempunyai instrument yang jelas untuk melakukan pengukuran.<sup>13</sup>

#### 1. Bukti Fisik (*Tangible*)

Berupa fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang. Menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh karyawan. Contohnya seperti keadaan gedung, fasilitas koperasi, desain koperasi, dan kerapian penampilan pegawai.

#### 2. Kehandalan (*Reability*)

Kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Jadi sebuah layanan yang handal adalah ketika seorang pegawai

---

<sup>12</sup> Philip Kotler . *Manajemen pemasaran di Indonesia : Analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian* .( Salemba empat,;Jakarta, 2004) h.83

<sup>13</sup> Handi Irawan D, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*,( Cet.1 ;Jakarta: PT elex Media Komputindo ,2002) h. 57-58

mampu memberikan pelayanan yang baik dan membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi karyawan dengan cepat.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Kemauan untuk membantu karyawan dan memberikan jasa dengan cepat. Bisa dilihat dari kemampuan pegawai memberikan ketanggapan dengan cepat kepada karyawan.

4. Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Seperti jaminan keselamatan dalam bertransaksi.

5. Empati (*Empathy*)

Kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada karyawan. Layanan yang diberikan oleh para pegawai harus dapat menunjukkan kepedulian mereka terhadap karyawan.

Agar pelayanan dapat memuaskan pelanggan maka petugas harus memenuhi empat persyaratan pokok. Persyaratan yang harus dimiliki dalam melaksanakan pelayanan, antara lain:

1. Tingkah laku yang sopan
2. Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan.
3. Waktu penyampaian yang tepat, dan

4. keramah-tamahan.<sup>14</sup>

#### 4. *Kualitas Pelayanan dalam Pandangan Islam*

Islam mengajarkan kita bahwa dalam memberikan layanan dari perusahaan atau usaha yang dijalankan baik berupa barang atau jasa jangan memberikan hal yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan berlaku baik, ramah, sopan dan berkualitas kepada pelanggan atau karyawan. Hal ini tampak dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah(2):267, yang menyatakan bahwa:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ  
 الْاَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِاٰخِذِيْهِ اِلَّا اَنْ تَغْمِضُوْا  
 فِيْهِ ۗ وَاَعْلَمُوْا اَنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ حَمِيْدٌ

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan Ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.<sup>15</sup>

Terdapat nilai-nilai islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal yaitu:

<sup>14</sup> Rezki Febriani, *Pengaruh kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar di Kota Makassar (Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam)*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Makassar, 2017.

<sup>15</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah Q.S Al-Baqarah:267*

## 1. Professional (Fathanah)

Professional adalah bekerja dengan maksimal dan penuh dengan komitmen serta kesungguhan<sup>16</sup>. Sifat professional dapat digambarkan dalam QS. Al-Israa(17): 84, sebagai berikut:

قُلْ كُلُّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۗ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا ﴿٨٤﴾

Terjemahnya:

Katakanlah: "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing". Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya. termasuk dalam pengertian keadaan disini ialah tabiat dan pengaruh alam sekitarnya".<sup>17</sup>

Ayat tersebut menjelaskan bahwa setiap profesi yang dijalankan akan berjalan dengan baik bagi setiap pelanggan atau karyawan apabila dikerjakan dengan aturan dalam islam. Selain itu tidak melupakan akhirat dan tidak berfokus pada dunia saja hanya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dan meninggalkan keuntungan akhirat.

## 2. Kesopanan dan Keramahan (*Tabligh*)

*Tabligh* artinya komunikatif dan argumentative. Orang yang memiliki sifat *tabligh* akan menyampaikan dengan benar dan tutur kata yang tepat, kesopanan dan keramahan merupakan inti dalam memberikan pelayanan kepada orang lain<sup>18</sup>.

Hal ini ditegaskan dalam QS.Thahaa(20): 44, sebagai berikut:

<sup>16</sup> Didin, Hafidudin dan Henri Tanjung. *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik*, (Gema Insani Impres: Jakarta, 2003) h.63

<sup>17</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah Q.S Al-Israa':84*

<sup>18</sup> Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (PT.Mirzan Pustaka: Bandung, 2006)

﴿١١﴾ فُقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Terjemahnya:

“Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut”.<sup>19</sup>

Ayat tersebut menjelaskan bahwa apabila melayani seseorang dengan baik, sopan, lemah lembut, ramah, murah senyum, sopan santun serta bertanggung jawab maka orang yang akan dilayani akan merasa puas.

### 3. Jujur (*Shidiq*)

Jujur adalah kesesuaian antara berita yang disampaikan dan fakta antara fenomena dan yang diberitakan, serta bentuk dan substansi. Tidak menipu (Al-Kadzib) yaitu suatu sifat yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu, seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu. Sikap jujur dan terpercaya adalah sifat.<sup>20</sup>

<sup>19</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah Q.S Thahaa:44*

<sup>20</sup> Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (PT.Mirzan Pustaka: Bandung, 2006)

#### 4. Amanah (Dapat di percaya)

Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan dalam setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam ketepatan janji dengan keterbukaan kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik.<sup>21</sup>

#### 5. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat Kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Keller dan Kotler, 2007) dalam Alfy Syahri Lubis.<sup>22</sup> Jadi definisi keller dan kotler diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan itu sendiri tergantung pada kepuasan seorang pelanggan, konsumen atau karyawan. Khususnya kepada karyawan PT.Vale apakah mereka puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh koperasi.

Para manajer yang yakin bahwa pelanggan adalah satu-satunya “pusat laba” sejati bagi perusahaan, memikirkan bagan organisasi tradisional dalam bagan 1.1 (a) sebuah piramida dengan presiden di puncak, manajemen ditengah, serta petugas garis depan dan pelanggan dibagian bawah kuno. Perusahaan yang mengutamakan pemasaran membalik bagan itu, seperti tampak pada bagan 1.2 (b) dipuncak ada pelanggan, berikutnya ada petugas garis depan yang menjumpai, melayani dan memuaskan pelanggan; dibawah mereka ada manajer menengah

---

<sup>21</sup> Rezki Febriani, *Pengaruh kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar di Kota Makassar (Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam)*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Makassar, 2017.

<sup>22</sup> Alfi Syahri Lubis, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan (service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.Sucofindo Batam*” Program Studi Administrasi Bisnis Terapan Politeknik Negeri Batam, Vol.1 No.2 (Batam, 2017)

yang tugasnya adalah mendukung orang-orang garis depan sehingga dapat melayani pelanggan dengan baik dan didasari ada manajemen puncak yang tugasnya adalah mempekerjakan dan mendukung para manajer menengah. Kita telah menambahkan pelanggan ke semua sisi pada gambar untuk menunjukkan bahwa semua manajer perusahaan harus dilibatkan secara pribadi dalam mengenal, menemui, dan melayani pelanggan.<sup>23</sup>

### **Bagan Organisasi Tradisional Versus Bagan Organisasi Perusahaan Berorientasi Pelanggan Modern**

Bagan 1.1

**a) Bagan Organisasi Tradisional**

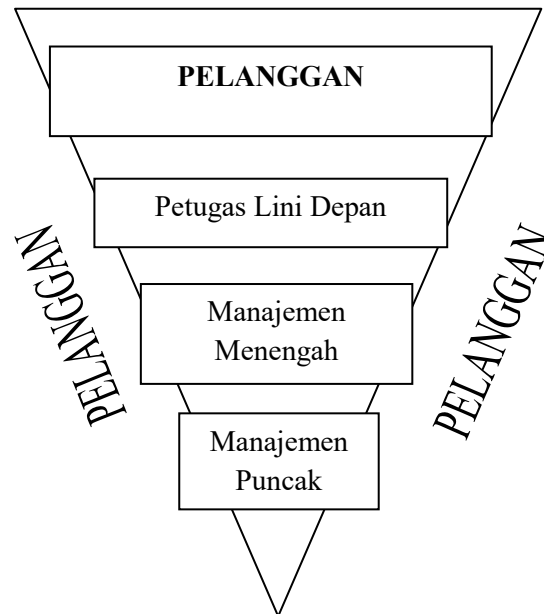



---

<sup>23</sup> Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, PT Macanan Jaya Cemerlang. Ed.12: Jakarta, 2007. h. 172-173.



Bagan 1.2

**(b) Bagan Organisasi Berorientasi Pelanggan Modern**

Sumber: Kotlet dan Keller, *Manajemen Pemasaran* 2007

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atau performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Irawan berpendapat ada lima driver utama pelanggan yaitu: kualitas produk, harga, service quality, biaya dan kemudahan.<sup>24</sup>

<sup>24</sup>Handi Irawan, *Indonesia Customer Satisfaction*. (PT. Alex Media Computindo: Jakarta, 2009) h.37

### C. Kerangka Fikir

Variabel  $X_1$ =Bukti Fisik

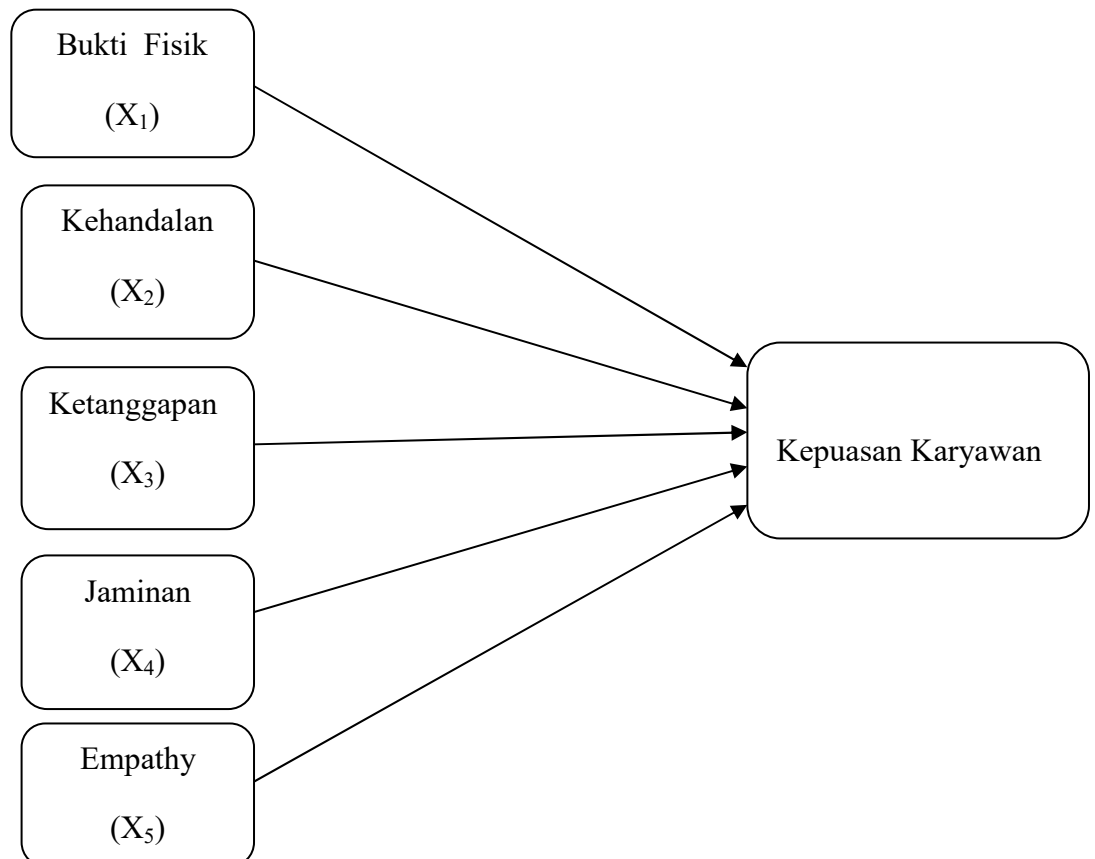
$X_2$  = Kehandalan

$X_3$  = Ketanggapan

$X_4$  = Jaminan

$X_5$  = Empathy

Variabel Y = Kepuasan Pelanggan



**Gambar 1.1 Kerangka Fikir**

Dalam alur kerangka fikir penelitian ini, bahwa Bukti fisik( $X_1$ ), Keandalan( $X_2$ ), Ketanggapan( $X_3$ ), Jaminan( $X_4$ ), Empathy( $X_5$ ) sebagai variabel bebasnya (*independent*) yang akan memberikan pengaruh atau menjadi sebab dari variabel terikatnya (*dependent*) yaitu kepuasan karyawan.

**BAB II**  
**TINJAUAN PUSTAKA**

**A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

Beberapa penelitian yang terkait dengan permasalahan penulis yang diteliti yaitu:

No.	Nama	Hasil Skripsi	Persamaan	Perbedaan
1.	Tias Windarty	Skripsi 2017, yang berjudul : <i>“Pengaruh kualitas Produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen donat Madu Cihanjuang”</i> , menggunakan teknik regresi berganda, sampel yang digunakan Non Probability Sampling dengan pendekatan Accidental Sampling. Hasil penelitian dari skripsi ini dalam uji hipotesis yaitu uji t menunjukkan bahwa variabel Independen berpengaruh terhadap variabel dependen. <sup>1</sup>	Memiliki metode penelitian yang sama dan membahas tentang Kualitas pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan.	Sampel yang digunakan <i>non probability sampling</i> dengan pendekatan accidental sampling, sedangkan pada penelitian ini menggunakan <i>probability sampling</i> lokasi dan jumlah variabel yang diangkat yaitu dua variabel, sedangkan

<sup>1</sup> Tias Windarty dkk, *“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu”*, Vol.4 No.2 (Universitas Riau,2017)

				variabel yang diangkat dalam penelitian ini adalah lima variabel bebas.
2.	Rezki Febriani	Skripsi 2017, yang berjudul: <i>“Pengaruh Kualias Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar di Kota Makassar”</i> . Hasil penelitian : menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bepengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Koran harian fajar di Kota Makassar (Ditinjau dari Perspektif islam). <sup>2</sup>	Membahas kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dan jenis penelitian yang sama.	Menggunakan metode analisis regresi sederhana, sedangkan penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda sampel yang digunakan incidental samplin g, sedangkan penelitian ini menggunakan serta

<sup>2</sup> Rezki Febriani. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar di Kota Makassar”*, (UIN Alauddin Makassar, 2017).

				lokasi yang berbeda.
3.	Tri Ulfa Wardani	Skripsi 2017 yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis Transportasi Gojek” hasil penelitian: pada variabel bukti fisik, ketanggapan, jaminan dan empati tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. <sup>3</sup>	sama-sama membahas kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, dan jenis penelitian yang sama.	Menggunakan <i>non probability</i> sampling dan lokasi yang berbeda.

---

<sup>3</sup> Tri Ulfa Wardani, “ *Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek* ” Program Studi Ekonomi Islam UIN Sumatera Utara, Medan.

4.	Januar Efendi Panjaitan	Skripsi 2016, yang berjudul: <i>“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung”</i> hasil penelitian: variabel independen bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati hanya variabel empati yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Bandung. <sup>4</sup>	Memiliki metode penelitian yang sama dan membahas kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.	Menggunakan <i>non probability</i> sampling sedangkan penelitian ini menggunakan <i>probability sampling</i> . Hasil penelitian yang dihasilkan pada variabel independen hanya variabel empaty yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
----	-------------------------	--	---	--

---

<sup>4</sup> Januar Efendi Panjaitan, *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung”* Program Studi Administrasi Bisnis, Vol,II No.2 Bandung. 2016

## ***B. Kajian Pustaka***

### **1. Pemasaran**

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Rezki Febriani pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan dengan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari konsumen sebagai imbalan, hal yang sama dikemukakan oleh Peter Ducker bahwa pemasaran bukanlah sekedar perluasan penjualan, pemasaran, meliputi keseluruhan bisnis, dan harus dilihat dari sudut pandang pelanggan.<sup>5</sup>

Aktivitas pemasaran merupakan salah satu aktivitas pokok dalam melakukan bisnis, karena pemasaran menjadi ujung tombak bagi sebuah perusahaan untuk menjual produk yang diharapkan, dengan strategi pemasaran yang baik dan sesuai dengan target pasar tentu saja sangat membantu memperlancar dalam menjual produk-produknya.<sup>6</sup>

Pemasaran dalam pengertian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran merupakan kegiatan bisnis menyalurkan barang dan jasa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menerapkan konsepsi penentuan harga, promosi, pendistribusian serta ide-ide kreatif dan setiap kegiatan pemasaran harus berorientasi pada kepuasan konsumen sebagai pengguna barang dan jasa.

---

<sup>5</sup> Rezki Febriani, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar di Kota Makassar*", (UIN Alauddin Makassar, 2017)

<sup>6</sup> Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (CAPS: Yogyakarta, 2012) h. 1



## 2. Pemasaran dalam Pandangan Islam

Pemasaran dalam pandangan islam merupakan suatu penerapan disiplin strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Ide mengenai pemasaran syariah ini sendiri dikeluarkan oleh dua orang pakar di bidang pemasaran dan syariah. Mereka adalah Hermawan Kertajaya, salah satu dari lima puluh orang guru yang telah mengubah masa depan dunia pemasaran bersama-sama dengan Philip Kotler, dan Muhammad syakir sula, salah satu dari enam pemegang gelar professional ahli Asuransi syariah juga CEO Batasa Tazkia Konsultan syariah yang cukup dikenal dikalangan perbankan dan Asuransi Syariah.<sup>7</sup>

Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam telah mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika keislaman. Dalam beraktifitas ekonomi, umat islam dilarang melakukan hal yang tidak benar atau tindakan bathil. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridho, sebagaimana firman Allah Ta’ala dalam QS. An-nisa(4): 29.

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ  
رَحِيمًا

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu

<sup>7</sup> <http://www.academia.edu>

membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.<sup>8</sup>

Ayat tersebut menjelaskan bahwa dalam islam seluruh proses transaksi jual beli atau dalam pelayanan dan kepuasan pelanggan tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang islami. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin dari penyimpangan prinsip-prinsip muamalah islami tidak terjadi suatu transaksi atau dalam proses suatu bisnis maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran dibolehkan. Demikian pula pemberian pelayanan kepada karyawan yang bertransaksi di koperasi karyawan Vale harus dilandasi suka sama suka sehingga tidak ada unsur pemaksaan antara kedua belah pihak dalam bertransaksi.

### **3. *Kualitas Pelayanan***

Pengertian kualitas dalam kamus bahasa Indonesia adalah baik buruknya sesuatu, kualitas dapat pula didefinisikan sebagai tingkat keunggulan. Jadi kualitas adalah ukura relatif kebaikan. Dalam realitas sehari-hari secara operasional, produk berkualitas adalah produk yang memenuhi harapan pelanggan. Suatu kualitas disebut baik apabila penyedia jasa memberikan pelayanan yang melebihi harapan pelanggan. Kualitas tersebut dinilai baik apabila penyedia jasa memberikan pelayanan serta harapan pelanggan. Jika nasabah/pelanggan mendapatkan pelayanan lebih rendah dari harapannya maka

---

<sup>8</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah Q.S An-Nisa: 29*

kualitas jasa tersebut dinilai jelek, pencapaian kepuasan pelanggan memerlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan dan apa yang diberikan.<sup>9</sup>

Kualitas Pelayanan adalah sebuah upaya yang berfokus pada pemenuhan harapan, keinginan, dan kebutuhan konsumen agar tersampaikan secara tepat dan benar.<sup>10</sup> Pengertian kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik.<sup>11</sup> Jadi kualitas pelayanan harus dilakukan dengan baik agar mengundang para pelanggan untuk terus memproduksi barang yang di pasarkan oleh para pengusaha.

Definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan suatu pihak atau pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Perilaku tersebut dapat terjadi transaksi, Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang sangat sering. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda mengartikannya secara berlainan tetapi beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya saja penyampaiannya saja biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut:

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan

---

<sup>9</sup> Safira Farizah Nasbir, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Hair Nets*”, Program Studi Manajemen Universitas Halu Oleo (Kendari, 2017)

<sup>10</sup> Fandy Tjiptono. *Pemasarn Jasa: Prinsip, Penerapan & Penelitian.*( Yogyakarta, Andy, 2014) h. 268

<sup>11</sup> Robby Dharma, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT.Padang Tour Wisata Pulau Padang*”. Fakultas Ekonomi Universitas Putra Indonesia YPTK Padang , Vol. 2 No. 2 (Padang 2017)

### 3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.<sup>12</sup>

Mengenai definisi kualitas Pelayanan yang paling populer adalah konsep ServQual yang dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zeithaml sejak 15 tahun yang lalu. Walau berbagai kritik telah ditujukan kepada konsep ini, ServQual adalah konsep yang paling banyak digunakan oleh pelaku bisnis diseluruh dunia yang berkecimpung dalam hal pelayanan pelanggan. Ketika pertama konsep dari dimensi ini diformulasikan, terdapat sepuluh dimensi. Setelah itu, disederhanakan menjadi lima dimensi yaitu *Tangible (bukti fisik)*, *Reability (kehandalan)*, *Responsiveness (ketanggapan)*, *Assurance (jaminan)*, dan *Empathy (empati)*. Kelebihan dari konsep ini adalah karena didasarkan atas suatu riset yang sangat komprehensif, mudah dipahami dan mempunyai instrument yang jelas untuk melakukan pengukuran.<sup>13</sup>

#### 1. Bukti Fisik (*Tangible*)

Berupa fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang. Menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh karyawan. Contohnya seperti keadaan gedung, fasilitas koperasi, desain koperasi, dan kerapian penampilan pegawai.

#### 2. Kehandalan (*Reability*)

Kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Jadi sebuah layanan yang handal adalah ketika seorang pegawai

---

<sup>12</sup> Philip Kotler . *Manajemen pemasaran di Indonesia : Analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian* .( Salemba empat,;Jakarta, 2004) h.83

<sup>13</sup> Handi Irawan D, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*,( Cet.1 ;Jakarta: PT elex Media Komputindo ,2002) h. 57-58

mampu memberikan pelayanan yang baik dan membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi karyawan dengan cepat.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Kemauan untuk membantu karyawan dan memberikan jasa dengan cepat. Bisa dilihat dari kemampuan pegawai memberikan ketanggapan dengan cepat kepada karyawan.

4. Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Seperti jaminan keselamatan dalam bertransaksi.

5. Empati (*Empathy*)

Kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada karyawan. Layanan yang diberikan oleh para pegawai harus dapat menunjukkan kepedulian mereka terhadap karyawan.

Agar pelayanan dapat memuaskan pelanggan maka petugas harus memenuhi empat persyaratan pokok. Persyaratan yang harus dimiliki dalam melaksanakan pelayanan, antara lain:

1. Tingkah laku yang sopan
2. Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan.
3. Waktu penyampaian yang tepat, dan

4. keramah-tamahan.<sup>14</sup>

#### 4. *Kualitas Pelayanan dalam Pandangan Islam*

Islam mengajarkan kita bahwa dalam memberikan layanan dari perusahaan atau usaha yang dijalankan baik berupa barang atau jasa jangan memberikan hal yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan berlaku baik, ramah, sopan dan berkualitas kepada pelanggan atau karyawan. Hal ini tampak dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah(2):267, yang menyatakan bahwa:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ  
الْاَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِاٰخِذِيْهِ اِلَّا اَنْ تَغْمِضُوْا  
فِيْهِ ۗ وَاَعْلَمُوْا اَنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ حَمِيْدٌ ﴿٢٦٧﴾

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan Ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.<sup>15</sup>

Terdapat nilai-nilai islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal yaitu:

<sup>14</sup> Rezki Febriani, *Pengaruh kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar di Kota Makassar (Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam)*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Makassar, 2017.

<sup>15</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah Q.S Al-Baqarah:267*

## 1. Professional (Fathanah)

Professional adalah bekerja dengan maksimal dan penuh dengan komitmen serta kesungguhan<sup>16</sup>. Sifat professional dapat digambarkan dalam QS. Al-Israa(17): 84, sebagai berikut:

قُلْ كُلُّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۗ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا ﴿٨٤﴾

Terjemahnya:

Katakanlah: "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing". Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya. termasuk dalam pengertian keadaan disini ialah tabiat dan pengaruh alam sekitarnya".<sup>17</sup>

Ayat tersebut menjelaskan bahwa setiap profesi yang dijalankan akan berjalan dengan baik bagi setiap pelanggan atau karyawan apabila dikerjakan dengan aturan dalam islam. Selain itu tidak melupakan akhirat dan tidak berfokus pada dunia saja hanya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dan meninggalkan keuntungan akhirat.

## 2. Kesopanan dan Keramahan (*Tabligh*)

*Tabligh* artinya komunikatif dan argumentative. Orang yang memiliki sifat *tabligh* akan menyampaikan dengan benar dan tutur kata yang tepat, kesopanan dan keramahan merupakan inti dalam memberikan pelayanan kepada orang lain<sup>18</sup>.

Hal ini ditegaskan dalam QS.Thahaa(20): 44, sebagai berikut:

<sup>16</sup> Didin, Hafidudin dan Henri Tanjung. *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik*, (Gema Insani Impres: Jakarta, 2003) h.63

<sup>17</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah Q.S Al-Israa':84*

<sup>18</sup> Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (PT.Mirzan Pustaka: Bandung, 2006)

﴿١١﴾ فُقُولَا لَهُ قَوْلَا لِيِنَا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Terjemahnya:

“Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut”.<sup>19</sup>

Ayat tersebut menjelaskan bahwa apabila melayani seseorang dengan baik, sopan, lemah lembut, ramah, murah senyum, sopan santun serta bertanggung jawab maka orang yang akan dilayani akan merasa puas.

### 3. Jujur (*Shidiq*)

Jujur adalah kesesuaian antara berita yang disampaikan dan fakta antara fenomena dan yang diberitakan, serta bentuk dan substansi. Tidak menipu (Al-Kadzib) yaitu suatu sifat yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu, seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu. Sikap jujur dan terpercaya adalah sifat.<sup>20</sup>

<sup>19</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah Q.S Thahaa:44*

<sup>20</sup> Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (PT.Mirzan Pustaka: Bandung, 2006)



#### 4. Amanah (Dapat di percaya)

Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan dalam setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam ketepatan janji dengan keterbukaan kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik.<sup>21</sup>

#### 5. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat Kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Keller dan Kotler, 2007) dalam Alfy Syahri Lubis.<sup>22</sup> Jadi definisi keller dan kotler diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan itu sendiri tergantung pada kepuasan seorang pelanggan, konsumen atau karyawan. Khususnya kepada karyawan PT.Vale apakah mereka puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh koperasi.

Para manajer yang yakin bahwa pelanggan adalah satu-satunya “pusat laba” sejati bagi perusahaan, memikirkan bagan organisasi tradisional dalam bagan 1.1 (a) sebuah piramida dengan presiden di puncak, manajemen ditengah, serta petugas garis depan dan pelanggan dibagian bawah kuno. Perusahaan yang mengutamakan pemasaran membalik bagan itu, seperti tampak pada bagan 1.2 (b) dipuncak ada pelanggan, berikutnya ada petugas garis depan yang menjumpai, melayani dan memuaskan pelanggan; dibawah mereka ada manajer menengah

---

<sup>21</sup> Rezki Febriani, *Pengaruh kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar di Kota Makassar (Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam)*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Makassar, 2017.

<sup>22</sup> Alfi Syahri Lubis, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan (service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.Sucofindo Batam*” Program Studi Administrasi Bisnis Terapan Politeknik Negeri Batam, Vol.1 No.2 (Batam, 2017)

yang tugasnya adalah mendukung orang-orang garis depan sehingga dapat melayani pelanggan dengan baik dan didasari ada manajemen puncak yang tugasnya adalah mempekerjakan dan mendukung para manajer menengah. Kita telah menambahkan pelanggan ke semua sisi pada gambar untuk menunjukkan bahwa semua manajer perusahaan harus dilibatkan secara pribadi dalam mengenal, menemui, dan melayani pelanggan.<sup>23</sup>

### **Bagan Organisasi Tradisional Versus Bagan Organisasi Perusahaan Berorientasi Pelanggan Modern**

Bagan 1.1

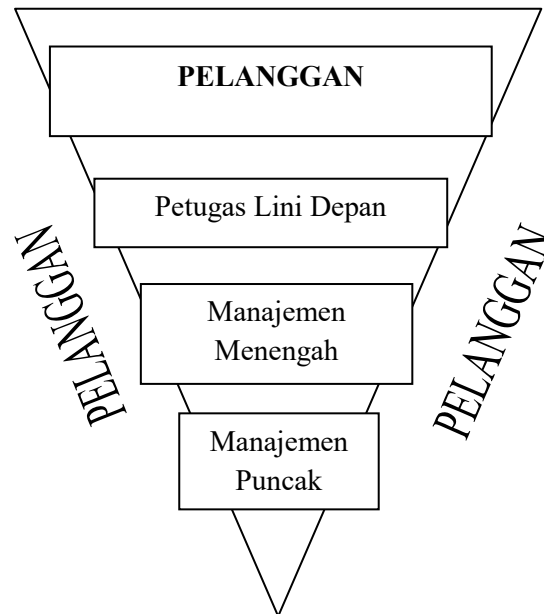
**a) Bagan Organisasi Tradisional**




---

<sup>23</sup> Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, PT Macanan Jaya Cemerlang. Ed.12: Jakarta, 2007. h. 172-173.

Bagan 1.2

**(b) Bagan Organisasi Berorientasi Pelanggan Modern**

Sumber: Kotlet dan Keller, *Manajemen Pemasaran* 2007

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atau performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Irawan berpendapat ada lima driver utama pelanggan yaitu: kualitas produk, harga, service quality, biaya dan kemudahan.<sup>24</sup>

<sup>24</sup>Handi Irawan, *Indonesia Customer Satisfaction*. (PT. Alex Media Computindo: Jakarta, 2009) h.37

### C. Kerangka Fikir

Variabel  $X_1$ =Bukti Fisik

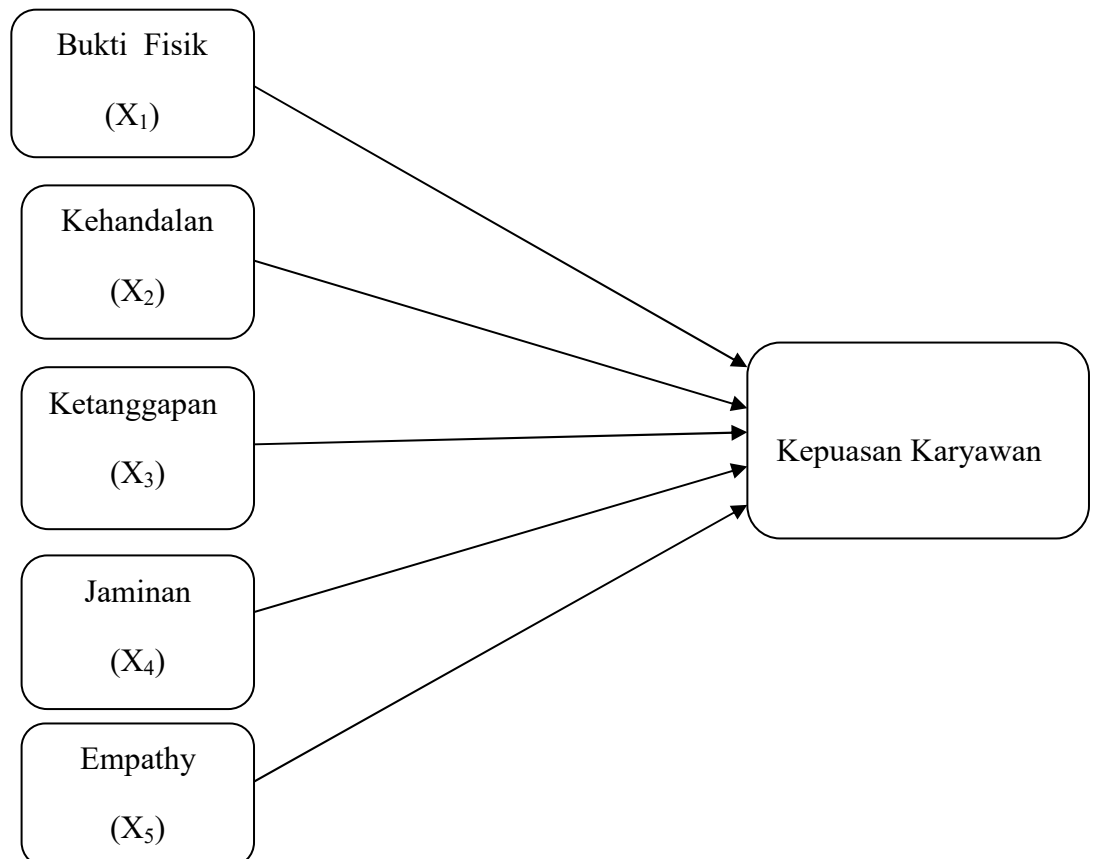
$X_2$  = Kehandalan

$X_3$  = Ketanggapan

$X_4$  = Jaminan

$X_5$  = Empathy

Variabel Y = Kepuasan Pelanggan



**Gambar 1.1 Kerangka Fikir**

Dalam alur kerangka fikir penelitian ini, bahwa Bukti fisik( $X_1$ ), Keandalan( $X_2$ ), Ketanggapan( $X_3$ ), Jaminan( $X_4$ ), Empathy( $X_5$ ) sebagai variabel bebasnya (*independent*) yang akan memberikan pengaruh atau menjadi sebab dari variabel terikatnya (*dependent*) yaitu kepuasan karyawan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### ***A. Jenis Penelitian***

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, dimana penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan populasi dan sampel tertentu, penelitian menggunakan instrument untuk menguji hipotesis penelitian.<sup>1</sup>

#### ***B. Lokasi Penelitian***

Adapun lokasi yang menjadi tempat penelitian yaitu di jalan Sultan Hasanuddin, Desa Sorowako, Kelurahan Magani, Kecamatan Nuha Kabupaten Luwu Timur.

#### ***C. Sumber Data***

##### **a. Data Primer**

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya diamati dan dicatat. Dalam penelitian ini data primernya adalah Karyawan pada PT.Vale.

##### **b. Data Sekunder**

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari buku-buku, literatur yang digunakan sebagai dasar untuk membuat landasan teori. Data sekunder dalam penelitian ini adalah informasi penunjang data primer seperti dengan foto-foto atau dokumentasi yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan kerja koperasi terhadap kepuasan karyawan di PT.Vale.

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Alfabeta: Bandung, 2013) h. 35-36

#### ***D. Teknik Pengumpulan Data***

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa teknik yaitu:

##### **a. Observasi**

Dalam menggunakan teknik observasi cara yang paling efektif adalah melengkapinya dengan format atau blanko pengamatan sebagai instrument.<sup>2</sup> Selain itu pengamatan juga adalah alat pengumpulan data yang dilakukan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.<sup>3</sup>

##### **b. Dokumentasi**

Dokumentasi tak kalah penting dengan teknik lain. Dokumentasi adalah dari asal katanya “dokumen” yang artinya barang-barang tertulis seperti catatan, transkrip, buku-buku, surat kabar, notulen rapat, agenda dan lain sebagainya. Teknik dokumentasi berarti cara mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada.<sup>4</sup>

##### **c. Angket**

Angket atau kuesioner merupakan suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteliti.<sup>5</sup> Angket merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan suatu pertanyaan atau daftar tertulis yang harus dijawab secara tertulis juga oleh responden. Dalam kuesioner ini diukur dengan menggunakan skala Likert.

---

<sup>2</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineke Cipta, 2006), h. 229.

<sup>3</sup> Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Cet.10; Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), h.70

<sup>4</sup> Amirul Hadi Haryono, *Metode Penelitian Pendidikan II*, (Bandung: Pustaka Setia, 1998), h. 83

<sup>5</sup> Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *op cit.*, h, 83

Misalnya:

- 1) Jika jawabannya sangat setuju (SS) maka nilainya 4
- 2) Jika jawabannya setuju (S) maka nilainya 3
- 3) Jika jawabannya tidak setuju (TS) maka nilainya 2
- 4) Jika jawabannya sangat tidak setuju (STS) maka nilainya 1

Dalam skala likert ini hanya menggunakan empat bobot jawaban dari pernyataan kuesioner yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

### ***E. Populasi dan Sampel***

#### **a. Populasi**

Populasi dapat juga dikatakan sebagai *universum*, dimana *universum* itu dapat berupa orang, benda atau wilayah yang ingin diketahui oleh peneliti.<sup>6</sup> Populasi dalam penelitian ini sebanyak 1.200 karyawan yang berlangganan di koperasi PT.Vale.

#### **b. Sampel**

Sampel adalah sub-unit populasi survei atau populasi survei itu sendiri, yang oleh peneliti dipandang mewakili populasi target. Dalam hal ini, sampel dapat dikatakan sebagai elemen-elemen atau bagian-bagian yang mewakilinya.<sup>7</sup> Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*, pengambilan sampel dengan cara ini dilakukan secara random atau acak, periset

---

<sup>6</sup> Sudarwan Damin, *Ilmu-Ilmu Pelaku*, ( cet.III; Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h. 87

<sup>7</sup> Sudarwan DAmin, *Ilmu-Ilmu Pelaku*,( cet.III;Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h .87



pemasaran perlu mengetahui teknik-teknik di mana dia dapat memilih suatu sampel untuk setiap unit dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih.<sup>8</sup> Untuk memperoleh data dari karyawan, peneliti memberikan kuesioner langsung kepada karyawan yang sedang bertransaksi di koperasi dan untuk kuesioner lainnya yang belum terbagikan selanjutnya dibagikan kembali kepada karyawan yang pulang kerja dari PT. Vale. Adapun rumus yang digunakan peneliti adalah rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n: jumlah sampel

N: jumlah populasi

e: batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

## ***F. Teknik Analisis Data***

### **1. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen**

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (untuk setiap butir soal dapat dilihat pada kolom corrected item-total correlation). Jika r hitung > r tabel, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. Pada kasus ini besarnya r<sub>tabel</sub> diketahui sebesar 0,349. Jadi apabila nilai r<sub>hitung</sub> > r<sub>tabel</sub> maka item tersebut dikatakan valid dan apabila r<sub>hitung</sub> < r<sub>tabel</sub> maka item tersebut dianggap tidak

---

<sup>8</sup> Amirullah, *Metode Penelitian Manajemen* (Malang: Bayumedia Publishing, 2015) h.

valid. Hasil uji validasi melalui program SPSS 22 terhadap instrument penelitian diperoleh angka korelasi diuraikan pada tabel berikut:

Tabel 1.1

**Hasil Uji Validasi pada Variabel Bukti Fisik ( $X_1$ )**

Butir Soal	Total Correlation	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
Item_1	0,302	0,113	<i>Valid</i>
Item_2	0,468	0,113	<i>Valid</i>
Item_3	0,486	0,113	<i>Valid</i>
Item_4	0,314	0,113	<i>Valid</i>
Item_5	0,535	0,113	<i>Valid</i>

*Sumber: Diolah menggunakan SPSS*

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa semua item pada variabel bukti fisik ( $X_1$ ) dapat dikatakan valid karena masing-masing item pernyataan memiliki nilai koefisien korelasi lebih dari 0,113.

Tabel 1.2

**Hasil Uji Validitas pada Variabel Kehandalan ( $X_2$ )**

Butir Soal	Total Correlation	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
Item_1	0,233	0,113	<i>Valid</i>
Item_2	0,267	0,113	<i>Valid</i>
Item_3	0,185	0,113	<i>Valid</i>
Item_4	0,260	0,113	<i>Valid</i>
Item_5	0,203	0,113	<i>Valid</i>

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa semua item pada variabel kehandalan ( $X_2$ ) dapat dikatakan valid karena masing-masing item pernyataan memiliki nilai koefisien korelasi lebih dari 0,113

Tabel 1.3

**Hasil Uji Validitas pada Variabel Ketanggapan ( $X_3$ )**

Butir Soal	Total Correlation	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
Item_1	0,431	0,113	<i>Valid</i>
Item_2	0,380	0,113	<i>Valid</i>
Item_3	0,582	0,113	<i>Valid</i>
Item_4	0,495	0,113	<i>Valid</i>
Item_5	0,519	0,113	<i>Valid</i>

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa semua item pada variabel ketanggapan( $X_3$ ) dapat dikatakan valid karena masing-masing item pernyataan memiliki nilai koefisien korelasi lebih dari 0,113

Tabel 2.1

#### Hasil Uji Validitas pada Variabel Jaminan( $X_4$ )

Butir Soal	Total Correlation	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
Item_1	0,422	0,113	<i>Valid</i>
Item_2	0,362	0,113	<i>Valid</i>
Item_3	0,610	0,113	<i>Valid</i>
Item_4	0,499	0,113	<i>Valid</i>
Item_5	0,394	0,113	<i>Valid</i>

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa semua item pada variabel jaminan( $X_4$ ) dapat dikatakan valid karena masing-masing item pernyataan memiliki nilai koefisien korelasi lebih dari 0,113.

Tabel 2.2

#### Hasil Uji Validitas pada Variabel Empati( $X_5$ )

Butir Soal	Total Correlation	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
Item_1	0,340	0,113	<i>Valid</i>
Item_2	0,453	0,113	<i>Valid</i>
Item_3	0,527	0,113	<i>Valid</i>

Item_4	0,446	0,113	<i>Valid</i>
Item_5	0,495	0,113	<i>Valid</i>

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa semua item pada variabel empati( $X_5$ ) dapat dikatakan valid karena masing-masing item pernyataan memiliki nilai koefisien korelasi lebih dari 0,113.

Tabel 2.3.

#### Hasil Uji Validitas Pada Kepuasan Karyawan(Y)

Butir Soal	Total Correlation	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
Item_1	0,572	0,113	<i>Valid</i>
Item_2	0,678	0,113	<i>Valid</i>
Item_3	0,507	0,113	<i>Valid</i>
Item_4	0,728	0,113	<i>Valid</i>
Item_5	0,823	0,113	<i>Valid</i>

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua item pada variabel Kepuasan Karyawan (Y) dapat dinyatakan valid karena masing-masing item pernyataan memiliki nilai koefisien korelasi positif dan lebih dari 0,349.

#### b. Uji Reabilitas

Merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner dalam sebuah penelitian konstruk. Kuesioner dapat dikatakan reliable jika jawaban konsisten dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk

mengukur realibilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) Suatu variabel reliable jika nilai ( $\alpha > 0,6$ ).<sup>9</sup>

Tabel 3.1

### Hasil Uji Reabilitas pada Variabel Bukti Fisik (X<sub>1</sub>)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.786	5

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel Bukti Fisik (X<sub>1</sub>) diatas, 4 item indikator memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,768 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

Tabel 3.2

### Hasil Uji Reabilitas pada Variabel Kehandalan (X<sub>2</sub>)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.919	5

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel Kehandalan (X<sub>2</sub>) diatas, 4 item indikator memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,919 yaitu lebih

---

<sup>9</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h. 8

besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

Tabel 3.3

**Hasil Uji Reabilitas pada Variabel Ketanggapan (X<sub>3</sub>)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.837	5

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel Ketanggapan (X<sub>3</sub>) diatas, 4 item indikator memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,837 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

Tabel 4.1

**Hasil Uji Reabilitas pada Variabel Jaminan (X<sub>4</sub>)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.831	5

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel Jaminan (X<sub>4</sub>) diatas, 4 item indikator memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,831 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliable.

Tabl 4.2

**Hasil Uji Reabilitas pada Variabel Empati (X<sub>5</sub>)****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.887	5

Berdasa

arkan tabel hasil uji reliabilitas variabel Empati (X<sub>5</sub>) diatas, 4 item reliable38 memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,887 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan di atas maka reliable38-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliable.

Tabel 4.3

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Karyawan (Y)****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.937	5

*Sumber : Olah Data SPSS*

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel Kepuasan karyawan (Y) diatas, 5 item indikator memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,937 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliable.



## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas Data

Uji signifikansi pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*) melalui uji parsial (*uji t*) digunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak.<sup>10</sup> Pengujian normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan ketentuan, jika nilai *Asymp Sig* > 0,05 maka data berdistribusi normal.

### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas berarti varian variabel pada model regresi yang tidak sama sebaliknya, jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama atau konstan maka disebut homoskedastisitas.<sup>11</sup> Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Data yang terjadi heterokedastisitas kebanyakan terjadi pada data yang menggunakan data *crosssection* karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran mulai dari yang kecil, sedang hingga yang besar.<sup>12</sup> Pengujian heterokedastisitas menggunakan uji glejser, adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji heterokedastisitas adalah jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.

---

<sup>10</sup> Zulfikar, *Pengantar Pasar Modal dengan Pendekatan Statistika* (Yogyakarta: Deepublish, 2016), h. 163

<sup>11</sup> Sulianto, *Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS* (Yogyakarta: Andi), h. 97

<sup>12</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas di Ponegoro, 2011), h. 139

Sebaliknya jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.

c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya kemiripan yang dimiliki oleh satu variabel independent dengan variabel independen yang lain dalam satu model. Pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini menggunakan VIF (*Variance Inflation Factor*), dengan ketentuan jika nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10, maka data tidak mengalami multikolinearitas.<sup>13</sup>

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan kerja koperasi terhadap kepuasan karyawan (Studi pada koperasi karyawan PT.Vale) digunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hubungan sebuah variabel dependen dengan lebih dari satu variabel independen disebut analisis regresi linear berganda (*Multi Linear Regression*)<sup>14</sup> Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dengan tujuan ingin membuktikan hipotesis mengenai adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan (bukti fisik X1, kehandalan X2, ketanggapan X3, jaminan X4, empati X5) dan Kepuasan karyawan Y.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 +$$

<sup>13</sup> Iis Noviyanti, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV Usaha Mandiri Jakarta Selatan*, Prodi Magister Manajemen Universitas Pamulang, Vol.1 No.2(Banten: 2018)

<sup>14</sup> Wasih Sulaiman, *Analisis Regression Menggunakan SPSS*, (Yogyakarta :Andi, 2004)

Keterangan :

Y = Kepuasan Karyawan	b <sub>1</sub> = koefisien regresi variabel bukti fisik
a = Konstanta	b <sub>2</sub> = koefisien regresi variabel kehandalan
X <sub>1</sub> = Bukti fisik	b <sub>3</sub> = koefisien regresi variabel ketanggapan
X <sub>2</sub> = Kehandalan	b <sub>4</sub> = koefisien regresi variabel jaminan
X <sub>3</sub> = Ketanggapan	b <sub>5</sub> = koefisien regresi variabel empati
X <sub>4</sub> = Jaminan	e = eror
X <sub>5</sub> = Empati	

### **b) Koefisien Determinasi (*Uji-R<sup>2</sup>*)**

Dengan adanya koefisien determinasi akan menjelaskan nilai regresi variabel dependent.<sup>15</sup> R Square ( $R^2$ ) atau kuadrat R yaitu menunjukkan nilai koefisien determinasi angka di ubah kebentuk persen yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent.<sup>16</sup>

### **a) Uji Signifikan Individual (*Uji-t*)**

Uji signifian individual (*uji-t*) bertujuan mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) secara parsial (sendiri-sendiri) dengan variabel terikat (Y). pengujian ini dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  pada taraf signifikan 5%. Adapun persyaratan *uji-t* sebagai berikut:

<sup>15</sup> Purbayu Budi Santosa dan Ashari, ' *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dengan SPSS* "(Ed 1; Yogyakarta: Andi, Agustus 2007), h. 144

<sup>16</sup> Dwi Priyanto, *Cara Kiat Belajar SPSS Analisis Data dengan SPSS*, (Yogyakarta; Andi, 2012) h, 123

1. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, artinya variabel bebas (kualitas pelayanan) dapat menerangkan variabel terikat (kepuasan karyawan) dan ada pengaruh antara kedua variabel yang akan diuji.
2. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, artinya variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat dan tidak ada pengaruh antara kedua variabel yang akan diuji.

#### **b) Uji Simultan**

Uji signifikansi parameter simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen.

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya variabel bebas secara bersama-sama dapat menerangkan variabel dan ada pengaruh antara variabel yang akan diuji.
- b. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Artinya variabel bebas secara bersama-sama tidak dapat menerangkan variabel terikat dan tidak ada pengaruh antara variabel yang akan diuji.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### ***A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian***

##### ***1. Sejarah Singkat Koperasi Karyawan PT.Vale***

Koperasi ini didirikan pada 15 Mei 1979 berdasarkan akta pendirian Nomor: 4115/BH/IV dimana waktu itu manajemen perusahaan PT.Inco memprakarsai terbentuknya koperasi dengan tujuan untuk menyediakan kebutuhan sembako kepada seluruh karyawan karena transportasi pada saat itu sangat sulit dan terbatas akses untuk ke Sorowako sehingga dengan adanya koperasi maka memudahkan karyawan mendapatkan kebutuhan sembako setiap harinya. Dengan adanya koperasi karyawan juga difungsikan untuk mengendalikan harga pasar khususnya di wilayah Sorowako dan sekitarnya. Seiring berjalannya waktu koperasi karyawan Inco secara terus menerus mengembangkan usahanya dengan membuka unit usaha toko dan unit usaha simpan pinjam. Koperasi saat ini sudah kedua kalinya melakukan perubahan anggaran dasar dengan alasan menyesuaikan dengan kondisi perkembangan koperasi yang ada saat ini. Perubahan koperasi yang kedua adalah melakukan perubahan nama menjadi Koperasi Karyawan Vale Indonesia dengan akta perubahan notaries nomor : 12, tanggal 09 Agustus 2017.

Sejak beroperasinya koperasi ini tidak pernah berhenti melakukan inovasi dan terus mengembangkan pelayanannya, bukan hanya pengembangan dibidang toko tetapi ada beberapa yang dikembangkan yaitu simpan pinjam, penyewaan kayak yang dimana perusahaan tersebut milik perusahaan tetapi

pengelolaannya dilakukan oleh koperasi dan penyewaan perahu (rafting) untuk berwisata didanau Matano Sorowako.

**a. Profil Koperasi Karyawan PT.Vale Sorowako**

1. Misi Koperasi Karyawan Vale Indonesia

Menjadi lembaga yang berfungsi sebagai penjaga tingkat inflasi di Sorowako dan sekitarnya, dan membantu meningkatkan kesejahteraan karyawan PT.Vale Indonesia.

2. Pelayanan Prima Koperasi Karyawan Vale Indonesia

Memberikan kepada pelanggan apa yang mereka harapkan pada saat mereka membutuhkannya untuk mencapai kepuasan pelanggan.

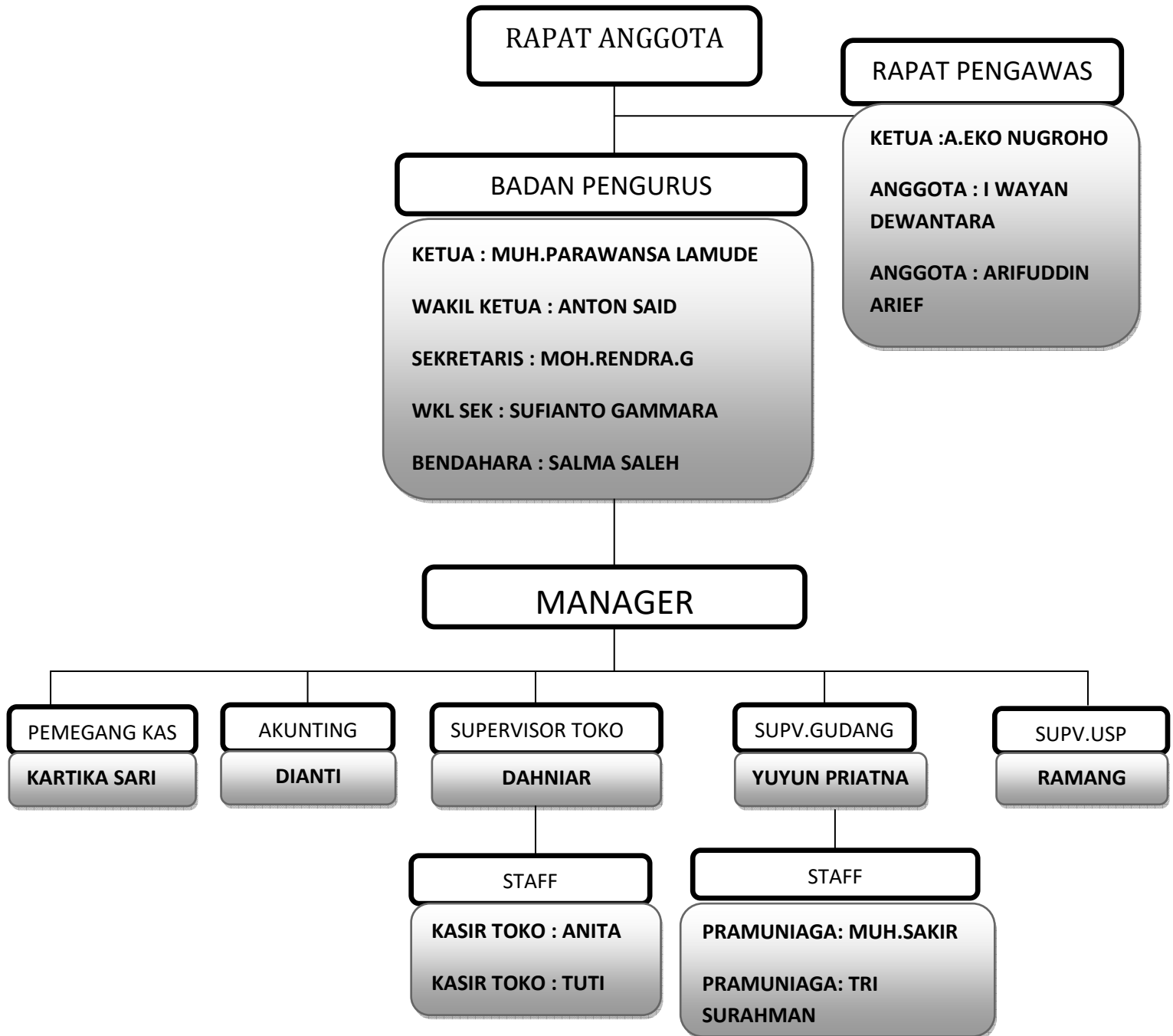
3. Gambar Kartu Anggota Koperasi Karyawan Vale



**Sumber Data :** Kopkar Vale 2017

Gambar diatas adalah contoh kartu anggota koperai karyawan vale dan sebagai salah satu syarat agar bisa berbelanja di koperasi tersebut.

4. Struktur Organisasi Koperasi Karyawan Vale Indonesia



*Sumber Data* : Kopkar Vale 2017

Penelitian ini dilakukan di Desa Sorowako yang menguraikan mengenai pengaruh kualitas pelayanan kerja koperasi terhadap kepuasan karyawan (studi pada koperasi karyawan PT.Vale). Hal ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan kerja koperasi terhadap kepuasan karyawan (studi pada koperasi karyawan PT.Vale), dalam penelitian ini diambil sebanyak 300 orang karyawan Vale sebagai sampel responden.

Karakteristik responden yaitu menguraikan identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Salah satu tujuan dengan deskripsi karakteristik responden adalah memberikan gambaran yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

## ***B. Uji Asumsi Klasik***

### **a. Uji Normalitas**

Tabel 5.1

#### **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		300
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.67744771
Most Extreme Differences	Absolute	.321
	Positive	.172
	Negative	-.321
Test Statistic		.321
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.



Dari hasil uji normalitas diatas yang dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample Komolgorov-Smirnov Test* diperoleh nilai signifikan sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $0,200 > 0,05$ ) hal tersebut menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Heterokedastisitas

Tabel 5.2

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	15.377	2.179		7.057	.000
	bukti_fisik	.020	.047	.025	.423	.673
	Kehandalan	.052	.047	.064	1.114	.662
	Ketanggapan	-.009	.040	-.014	-.235	.815
	jaminan	.028	.067	.025	.423	.672
	empati	.124	.060	.120	2.055	.721

a. Dependent Variable: kepuasan\_karyawan

Berdasarkan hasil output "*Coefficient*" uji heterokedastisitas glejser menunjukkan nilai signifikan pada variabel bukti fisik ( $X_1$ ) sebesar 0,673 lebih besar dari 0,05 ( $0,673 > 0,05$ ), kehandalan ( $X_2$ ) memiliki nilai signifikan sebesar 0,662 lebih besar dari 0,05 ( $0,662 > 0,05$ ), ketanggapan ( $X_3$ ) memiliki nilai signifikan sebesar 0,815 lebih besar dari 0,05 ( $0,815 > 0,05$ ), jaminan ( $X_4$ )

memiliki nilai signifikan sebesar 0,672 lebih besar dari 0,05 ( $0,672 > 0,05$ ), dan empati ( $X_5$ ) memiliki nilai 0,721 lebih besar dari 0,05 ( $0,721 > 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Tabel 5.3

		Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients					
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	15.377	2.179		7.057	.000			
	bukti_fisik	.020	.047	.025	.423	.673	.985	1.015	
	kehandalan	.052	.047	.064	1.114	.266	.993	1.007	
	ketanggapan	-.009	.040	-.014	-.235	.815	.995	1.005	
	jaminan	.028	.067	.025	.423	.672	.987	1.014	
	empati	.124	.060	.120	2.055	.041	.971	1.030	

a. Dependent Variable: kepuasan\_karyawan

Dari hasil uji multikolinearitas diatas diperoleh nilai *tolerance* pada bukti fisik ( $0,985 > 10\%$ ), kehandalan ( $0,993 > 10\%$ ), ketanggapan ( $0,995 > 10\%$ ), jaminan ( $0,987 > 10\%$ ), dan empati ( $0,971 > 10\%$ ). Dalam uji multikolinearitas juga diperoleh nilai VIF pada bukti fisik ( $1,015 < 10$ ), kehandalan ( $1,007 < 10$ ),

ketanggapan (  $1,005 < 10$  ), jaminan (  $1,014 < 10$  ), empati (  $1,030 < 10$  ). Dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

### C. Uji Hipotesis

#### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6.1  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.643	1.144		2.311	.022
	bukti_fisik	.207	.025	-.063	5.112	.000
	kehandalan	.305	.025	-.082	5.212	.000
	ketanggapan	.344	.021	.012	7.134	.000
	jaminan	1.012	.035	-.019	6.102	.000
	empati	1.039	.032	-.072	8.045	.000

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

$$Y = 12.643 + 0,207X_1 + 0,305X_2 + 0,344X_3 + 1,012X_4 + 1,039X_5$$

Dimana :

#### a. Nilai Konstanta

Nilai konstanta sebesar 12.643. Artinya adalah apabila variabel independen di asumsikan nol (0), maka kepuasan karyawan sebesar 12.643.

#### b. Bukti Fisik

0,207 menunjukkan bahwa apabila responden positif atau bertambah 1 maka kehandalan akan mengalami peningkatan sebesar 0,207.

c. Kehandalan

0,305 menunjukkan bahwa apabila responden positif atau bertambah 1 maka kehandalan akan mengalami peningkatan sebesar 0,305

d. Ketanggapan

0,344 menunjukkan bahwa apabila responden positif atau bertambah 1 maka ketanggapan mengalami peningkatan sebesar 0,344.

e. Jaminan

1,012 menunjukkan bahwa apabila responden positif atau bertambah 1 maka jaminan akan mengalami peningkatan sebesar 1,012.

f. Empati

1,039 menunjukkan bahwa apabila responden positif atau bertambah 1 maka empati akan mengalami peningkatan sebesar 1,039.

Hasil regresi diatas menunjukkan bahwa variabel bebas (X) yakni bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh positif terhadap variabel terikat (Y) yakni kepuasan karyawan.. Dimana setiap kenaikan yang terjadi pada variabel bebas akan diikuti pula oleh variabel terikat.

2. Koefisien Determinasi  $R^2$ 

Tabel 6.2

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.148 <sup>a</sup>	.784	.005	.679

a. Predictors: (Constant), empati, ketanggapan, kehandalan, jaminan, bukti\_fisik

Dari hasil uji koefisien determinasi (R Square) dapat diketahui nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,784. Besarnya angka R Square 0,784 atau sama dengan 78,4. Angka tersebut mengandung arti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan karyawan sebesar 68,5%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 78,4 = 21,6$ ) dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi ini. Besarnya pengaruh variabel lain ini sering disebut error (e).

### 3. Uji Simultan

Tabel 6.3

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.044	5	.609	13.198	.200 <sup>b</sup>
	Residual	135.622	294	.461		
	Total	138.667	299			

a. Dependent Variable: kepuasan\_karyawan

b. Predictors: (Constant), empati, ketanggapan, kehandalan, jaminan, bukti\_fisik

Berdasarkan tabel 7.3 diatas perhitungan uji F dapat dilihat hasil pengujian secara simultan pada variabel independen (bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati) terhadap variabel dependennya (kepuasan karyawan) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan nilai F hitung dan F tabel adalah berdasarkan tabel 7.3 diatas maka hasil dari uji F diperoleh nilai probabilitas F hitung sebesar 13,198 dengan nilai signifikansi 0,200. Sedangkan nilai F table ditentukan berdasarkan tabel dengan tingkat signifikansi  $\alpha$  5% dan  $df_1 = (k-1) = (5-1) = 4$  serta  $df_2 = (n-k) = (300-4) = 296$ . Sehingga diperoleh nilai F tabel sebesar 3,005 karena nilai F hitung  $>$  F tabel ( $10,428 > 3,005$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya variabel yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati dapat menerangkan dan ada pengaruh dengan kepuasan karyawan.

#### 4. Uji Parsial (*Uji-t*)

Pengujian Koefisien Regresi Variabel Kualitas pelayanan yakni bukti fisik ( $X_1$ ), kehandalan ( $X_2$ ), ketanggapan ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), dan empati ( $X_5$ )

Tabel 7.1

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.643	1.144		2.311	.022
	bukti_fisik	.027	.025	-.063	5.112	.000
	Kehandalan	.035	.025	-.082	5.212	.000
	ketanggapan	.004	.021	.012	7.134	.000
	Jaminan	.012	.035	-.019	6.102	.000
	Empati	.039	.032	-.072	8.045	.000

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Berdasarkan hasil uji t diatas (tabel 8.1) dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### a. Variabel bukti fisik

Hasil dari output “*coefficients*” didapatkan nilai  $T_{hitung}$  sebesar 5,112 dan  $T_{tabel}$  sebesar 3,055 atau  $5,112 > 3,055$ , nilai signifikan pada bukti fisik sebesar  $0,000 < 0,05$ . Jika dilihat dari nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  artinya  $H_0$  diterima, hal ini berarti variabel bukti fisik berpengaruh dan signifikan terhadap variabel kepuasan karyawan.

b. Variabel Kehandalan

Hasil dari output “*coefficients*” didapatkan nilai  $T_{hitung}$  sebesar 5,212 dan  $T_{tabel}$  sebesar 3,055 atau  $5,212 < 3,055$ , nilai signifikan pada kehandalan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Jika dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  artinya  $H_0$  diterima, hal ini berarti variabel kehandalan berpengaruh dan signifikan terhadap variabel kepuasan karyawan..

c. Variabel ketanggapan

Hasil dari output “*coefficients*” didapatkan nilai  $T_{hitung}$  sebesar 7,134 dan  $T_{tabel}$  sebesar 3,055 atau  $7,134 > 3,055$ , nilai signifikan pada ketanggapan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Jika dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  artinya  $H_0$  diterima, hal ini berarti variabel ketanggapan berpengaruh dan signifikan terhadap variabel kepuasan karyawan.

d. Variabel Jaminan

Hasil dari output “*coefficients*” didapatkan nilai  $T_{hitung}$  sebesar 6,102 dan  $T_{tabel}$  sebesar 3,055 atau  $6,102 < 3,055$ , nilai signifikan pada jaminan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Jika dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  artinya  $H_0$  diterima, hal ini berarti variabel jaminan berpengaruh dan signifikan terhadap variabel kepuasan karyawan.

e. Variabel empati

Hasil dari output “*coefficients*” didapatkan nilai  $T_{hitung}$  sebesar 8,045 dan  $T_{tabel}$  sebesar 3,055 atau  $8,045 < 3,055$ , nilai signifikan pada variabel empati sebesar  $0,000 < 0,05$ . Jika dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $<$



0,05 artinya  $H_0$  diterima, hal ini berarti variabel empati berpengaruh dan signifikan terhadap variabel kepuasan karyawan.

#### ***D. Pembahasan***

Pengaruh kualitas pelayanan kerja koperasi terhadap kepuasan karyawan (studi pada koperasi karyawan PT.Vale), bahwa variabel bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati apakah akan memberikan pengaruh atau tidak terhadap kepuasan karyawan dengan menggunakan SPSS 22 diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pengujian Validitas dan Reabilitas
  - a. Pengujian validitas, syarat minimum yang dianggap memenuhi yaitu 0,113. Jika korelasi antara butir soal dengan total skor kurang dari 0,113 maka butir dalam instrument tersebut dinyatakan tidak valid, namun jika korelasi antara butir dengan total skor diatas 0,113 maka butir dalam instrument tersebut dinyatakan valid. Oleh karena itu berdasarkan hasil uji validitas variabel bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati dalam penelitian ini semua dianggap valid karena nilai correlations diatas 0,113.
  - b. Pengujian reabilitas, instrument dapat dikatakan realibel jika variabel memiliki *cronbach alpha* diatas 0,6. Jika variabel tersebut memiliki nilai *cronbach alpha* dibawah 0,6 maka variabel tersebut realibel. Oleh karena itu dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai *Cronbach*

*Alpha* dari kelima variabel di atas 0,6. Maka dapat dipastikan bahwa data tersebut realibel.

## 2. Pengujian Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui besarnya nilai signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu 0,200. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut normal.
- b. Uji Heterokedastisitas, berdasarkan hasil analisis atau olahan data menunjukkan nilai signifikan masing-masing variabel independen bukti fisik (0,673), kehandalan (0,662), ketanggapan (0,815), jaminan (0,672), dan empati (0,721) lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.
- c. Uji Multikolinearitas, berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa nilai tolerance masing-masing variabel independen yaitu bukti fisik (0,985), kehandalan (0,993), ketanggapan (0,995), jaminan (0,987), dan empati (0,971) lebih tinggi dari 0,10. Sedangkan nilai VIF masing-masing variabel independen yaitu bukti fisik (1,015), kehandalan (1,007), ketanggapan (1,005), jaminan (1,014) dan empati (1,030) lebih kecil dari 10,0. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi.

### 3. Pengujian Regresi Berganda

- a. Nilai konstanta diperoleh nilai sebesar 12.643 berarti jika variabel bukti fisik ( $X_1$ ), kehandalan ( $X_2$ ), ketanggapan ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), dan empati ( $X_5$ ), nilainya 0 atau konstan maka kepuasan karyawan ( $Y$ ), nilainya sebesar 12.643.
- b. Bukti Fisik ( $X_1$ ) diperoleh nilai sebesar 0,207 berarti pada variabel ini menunjukkan nilai positif atau bertambah 1 maka variabel bukti fisik akan mengalami peningkatan sebesar 0,207.
- c. Kehandalan ( $X_2$ ) diperoleh nilai sebesar 0,305 berarti pada variabel ini menunjukkan nilai positif atau bertambah 1 maka variabel kehandalan akan mengalami peningkatan sebesar 0,305..
- d. Ketanggapan ( $X_3$ ) diperoleh nilai sebesar 0,344 berarti pada variabel ini menunjukkan nilai positif atau bertambah 1 maka variabel ketanggapan mengalami peningkatan sebesar 0,344.
- e. Jaminan ( $X_4$ ) diperoleh nilai sebesar 1,012 berarti pada variabel ini menunjukkan nilai positif atau bertambah 1 maka variabel jaminan akan mengalami peningkatan sebesar 1,012.
- f. Empati ( $X_5$ ) diperoleh nilai sebesar 1,039 berarti pada variabel ini menunjukkan nilai positif atau bertambah 1 maka variabel empati akan mengalami peningkatan sebesar 1,039.

#### 4. Pengujian Hipotesis

- a. Uji Determinasi ( $R^2$ ) berdasarkan output tabel model summary menunjukkan besarnya Adjusted R Square yang disimbolkan  $R^2$  diperoleh nilai sebesar 0,784. Hal ini menunjukkan bahwa besar persentase kepuasan karyawan yang bisa dijelaskan oleh dari ketiga variabel bebas yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati sebesar 78,4% sedangkan sisanya sebesar 21,6% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar dari penelitian.
- b. Uji Simultan, dari hasil analisis atau olahan pada tabel annova menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0,200 sedangkan nilai standar statistic yaitu 0,05 atau dapat dikatakan nilai signifikan pada variabel independen yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati lebih kecil daripada nilai standar statistic yaitu 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa secara statistic variabel independen bersama–sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan karyawan.
- c. Uji Parsial (Uji t)
  1. Untuk variabel bukti fisik ( $X_1$ ) Berdasarkan tabel *Coefficients* pada uji parsial didapatkan nilai koefisien variabel bukti fisik sebesar 0,000 dan nilai signifikan pada variabel bukti fisik adalah 0,776 dinyatakan lebih besar dari taraf  $\alpha = 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan karyawan. Maka hal

tersebut sama dengan hipotesis sebelumnya yang menyatakan bahwa salah satu variabel independen yaitu bukti fisik berhubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan karyawan.

2. Untuk variabel kehandalan ( $X_2$ ) Berdasarkan tabel *Coefficients* pada uji parsial didapatkan nilai koefisien kehandalan sebesar 5,212 dan nilai signifikan untuk variabel kehandalan adalah 0,000 dinyatakan lebih kecil dari taraf  $\alpha = 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Dari hasil tersebut sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan karyawan. Hal ini sama dengan hipotesis sebelumnya yang menyatakan bahwa salah satu variabel independen yaitu kehandalan berhubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan karyawan.
3. Untuk variabel ketanggapan ( $X_3$ ) Berdasarkan tabel *Coefficients* pada uji parsial didapatkan nilai koefisien ketanggapan sebesar 7,134 dan nilai signifikan untuk variabel ketanggapan adalah 0,000 dinyatakan lebih kecil dari taraf  $\alpha = 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Dari hasil tersebut sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan karyawan. Hal ini sama dengan hipotesis sebelumnya yang menyatakan bahwa salah satu variabel independen yaitu ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan dengan kepuasan karyawan.
4. Untuk variabel jaminan ( $X_4$ ) Berdasarkan tabel *Coefficients* pada uji parsial didapatkan nilai koefisien jaminan sebesar 6,102 dan

nilai signifikan untuk variabel jaminan adalah 0,000 dinyatakan lebih besar dari taraf  $\alpha = 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Dari hasil tersebut sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan karyawan. Hal ini sama dengan hipotesis sebelumnya yang menyatakan bahwa salah satu variabel independen yaitu jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan karyawan.

5. Untuk variabel empati ( $X_5$ ) Berdasarkan tabel *Coefficients* pada uji parsial didapatkan nilai koefisien empati sebesar 8,045 dan nilai signifikan untuk variabel empati adalah 0,406 dinyatakan lebih besar dari taraf  $\alpha = 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Dari hasil tersebut sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan karyawan. Hal ini sama dengan hipotesis sebelumnya yang menyatakan bahwa salah satu variabel independen yaitu empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan karyawan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap kepuasan karyawan pada koperasi PT.Vale sebagai berikut:

1. Bukti Fisik berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan karyawan pada koperasi PT.Vale. Dengan nilai signifikan 0,000 atau lebih kecil daripada 0,05.
2. Keandalan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan karyawan pada koperasi PT.Vale. Dengan nilai signifikan 0,000 atau lebih kecil daripada 0,05.
3. Ketanggapan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan karyawan pada koperasi PT.Vale. Dengan nilai signifikan 0,000 atau lebih kecil daripada 0,05.
4. Jaminan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan karyawan pada koperasi PT.Vale. Dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil daripada 0,05.
5. Empati berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan karyawan pada koperasi PT.Vale. Dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil daripada 0,05.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis memberikan saran atau rekomendasi sebagai berikut:

1. Perlunya pemimpin koperasi karyawan PT.Vale dan pegawai-pegawainya untuk terus menerus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada karyawan agar karyawan merasa puas.
2. Diharapkan kepada para pegawai trampil dan mempunyai pengetahuan yang memadai, mempertahankan pola kerja, lebih cepat dalam melayani karyawan sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan, menjalin komunikasi lebih baik lagi dengan karyawan, serta kebersihan ruangan selalu terlihat rapi dan bersih lebih ditingkatkan agar karyawan merasa puas bertransaksi di Koperasi karyawan PT.Vale.
3. Diharapkan agar peneliti selanjutnya lebih mengembangkan penelitian yang telah dilakukan, dan mencari variabel-variabel lain tentang kualitas pelayanan maupun kepuasan pelanggan atau karyawan.



## DAFTAR PUSTAKA

Buku:

*Al-Qur'an dan Terjemahan*

Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif; Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*, h. 134.

Arikunto, Suharsimi, *prosedur Penelitian Pendekatan Praktek*, Rineke Cipta, Jakarta: 2006

Darwin, Sudarwan, *Ilmu-Ilmu Pelaku*, cet III; Bumi Aksara, Jakarta: 2004

Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Badan Penerbit Universitas di Ponegoro, Semarang: 2011

Handi, Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2002.

Haryono, Amirul Hadi, *Metode Penelitian Pendidikan II*, Pustaka Setia, Jakarta: 18.

Keller and Kotler, *Manajemen Pemasaran*, PT.Macanan Jaya Cemerlang. Ed. 12: Jakarta, 2007.

Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (PT.Mirzan Pustaka: Bandung, 2006)

Narbuko, Cholid dkk, *Metodologi Penelitin*, Cet 10; PT Bumi Aksara, Jakarta,: 2010.

Sugiyono, *metode Penelitian Manajemen*, Alfabeta: Bandung, 2013

Siregar, Syofian, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, PT Bumi Aksara, Jakarta: 2014

Kotler, Philip *Manajemen Pemasaran*, ( Jilid 1; Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2005)

Kotler, Philip. *Manajemen pemasaran di Indonesia : Analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian*. (Salemba empat, Jakarta, 2002)

Sunyoto, Danang, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (CAPS: Yogyakarta, 2012)

Tjiptono, Fandy. *Pemasarn Jasa: Prinsip, Penerapan & Penelitian*.( Yogyakarta, Andy,2014)

Purhantara, Wahyu, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, Edisi Pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Zulfikar, *Pengantar Pasar Modal dengan Pendekatan Statistika*, Deepublish, Yogyakarta: 2016.

Jurnal:

Bramantio, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Word of Mouth (WOM), pada Koperasi Simpan Pinjam Usaha Mandiri*, Jurnal, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2017.

Dharma Robby, *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT.Padang Tour Wisata Pulau Padang*, Jurnal, Universitas Putra Indonesia YPTK, Padang: 2017

Lubis Alfi Syahri, *Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.Sucofindo Batam*, Jurnal, Politeknik Negeri Batam, Batam: 2017.

Melfa, Yola, *Analisis kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada Supermarket dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis*, Jurnal, UIN Sultan Syarif Kasim, Riau: 2013.

Nasbir Safira Farizah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Hair Nets*, Jurnal, Universitas Halu Oleo, Kendari: 2017.

Nurhadi dan Prakoso Bayu, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Memakai Jasa Percetakan Embong Anyar di Gresik*, Jurnal, UVNP, Jawa Timur: 2017.

Noviyanti Iis, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV Usaha Mandiri Jakarta Selatan*, Prodi Magister Manajemen Universitas Pamulang, Vol.1 No.2(Banten: 2018)

Sulianto, *Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi SPS*, Andi; Yogyakarta.

Tangguh Ghalih Galang dkk, *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Ride*, Jurnal, Universitas Brawijaya, Malang: 2017

- Tri Ulfa, Wardani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek*, Jurnal, UIN Sumatera Utara, Medan. 2017.
- Tias, Windarty dkk, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu*, Jurnal, Universitas Riau, 2017.
- Panjaitan Januar Efendi, *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung”*, Program Studi Administrasi Bisnis, Vol. II No. 2 Bandung, 2016.

## RIWAYAT HIDUP



Nur Sri Ningsih lahir di Laroeha Desa Parumpanai, Kec. Wasuponda, Kab. Luwu Timur, Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 2 Mei 1997. Anak ke-Lima dari sepuluh bersaudara dari pasangan ayahanda Risman dan ibunda Sutini. Penulis pertama kali menempuh pendidikan formal pada tahun 2003 di SDN 254 Laroeha dan tamat pada tahun 2009.

Kemudian penulis melanjutkan pendidikan tingkat Madrasah Tsanawiyah (MTS), tepatnya di MTS Daarul Ulum As'Adiyah Parumpanai dan tamat pada tahun 2012. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) dan tepatnya di SMA Negeri 1 Nuha (sekarang menjadi SMA NEGERI 11 LUWU TIMUR) dan tamat pada tahun 2015. Pada tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan kejenjang perguruan tinggi. Penulis memilih untuk melanjutkan pendidikan di **Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo**, dengan Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Berbagai macam rintangan yang dihadapi di perguruan tinggi tidak menyurutkan langkah penulis untuk terus aktif dan mengikuti perkuliahan dan berhasil menyelesaikan studi pada tahun 2019. Seiring dengan berjalannya waktu dan berjalannya aktivitas yang padat, penulis berhasil menyelesaikan karya tulis ilmiah dengan judul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi terhadap Kepuasan Karyawan (Studi pada Koperasi Karyawan PT.Vale)* sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pendidikan program Strata Satu (S1) Ekonomi.