



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Anggota pada Kopel Bulog Pusat di Jakarta Selatan

Desia Pratiwi

Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

Alamat kampus: Jl. Kramat Raya No. 98, Jakarta Pusat

Korespondensi penulis: desiapratiwii@gmail.com

Abstract. Service quality is an action that reflects the level of strength and excellence of the company in measuring how well its service meets the needs, desires, and expectations of a customer. This research discusses the influence of service quality and trust on the satisfaction of members of the at Kopel Bulog Pusat in South Jakarta. Using a quantitative method with data collection techniques such as observation, questionnaires distributed to 92 members as respondents, and literature study methods. This study aims to simultaneously determine whether service quality and trust affect member satisfaction. The hypothesis used is that there is a suspected influence of service quality and trust on the satisfaction of members of Kopel Bulog Pusat. Using the SPSS version 27 analysis tool, the research results indicate that the variables of service quality and trust have a positive and significant effect on member satisfaction at Kopel Bulog Pusat. With an adjusted R Square value of 0.266, which means 26.6% of member satisfaction at Kopel Bulog Pusat is influenced by independent variables, and the remaining factors are not discussed in this study.

Keywords: Service Quality, Trust, and Member Satisfaction.

Abstrak. Kualitas pelayanan adalah sebuah perbuatan yang menjadi tingkat kekuatan dan keunggulan perusahaan tersebut untuk mengukur seberapa baik pelayanannya untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan seorang pelanggan. Dalam penelitian ini membahas Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Kopel Bulog Pusat di Jakarta Selatan. Dengan menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, kuesioner dengan memberikan kepada 92 anggota sebagai responden dan metode studi pustaka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara simultan apakah kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan anggota. hipotesis yang digunakan adalah diduga adanya pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan anggota Kopel Bulog Pusat. Dengan menggunakan alat uji analisis SPSS versi 27 maka hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada Kopel Bulog Pusat. Dengan nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,266 yang berarti 26,6 % kepuasan anggota di Kopel Bulog Pusat dipengaruhi oleh variabel independen dan sisanya merupakan faktor-faktor lain yang tidak dibahas di dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kualitas Anggota

1. LATAR BELAKANG

Dalam lingkup perdagangan dengan zaman digital mendorong suatu perusahaan menjadi lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang membangun kepercayaan tentang menjaga kepuasan pelanggan. Karena semakin ketatnya persaingan, kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan bisnis khususnya bagi perusahaan di bidang jasa dan produk bahan pangan seperti Kopel Bulog Pusat kualitas pelayanan dan kepercayaan atau keyakinan pelanggan berperan penting terkait dengan komitmen pelanggan dan meningkatkan daya saing perusahaan di pasar.

Kualitas pelayanan merupakan indikator utama yang menentukan perspektif pelanggan terhadap nilai yang diberikan kepada suatu perusahaan yang menentukan keberhasilan suatu organisasi, termasuk koperasi. Di lingkungan koperasi, misalnya Koperasi Pegawai Bulog Jakarta Selatan (Kopel Bulog Pusat), kepuasan pelanggan sebagai tolak ukur primer yang mempertahankan dan menaikkan loyalitas anggotanya. Dalam konteks koperasi, kualitas pelayanan dan kepercayaan adalah dua variabel yang berperan dalam membentuk interaksi positif dalam membangun hubungan dengan anggota atau pelanggannya. Kualitas pelayanan mencakup berbagai aspek seperti aspek keandalan, daya tanggap, empati, jaminan dan bukti fisik yang dirasakan oleh pelanggan. Dalam penelitian tersebut diselesaikan melalui (Purba et al., 2021) yang menunjukkan bahwa kualitas yang memiliki dampak besar pada tingkat kepuasan pelanggan. Mencatat bahwa koperasi yang mampu memberikan pelayanan berkualitas yang tinggi dan cenderung menciptakan kepuasan yang lebih diantara anggotanya.

Selain itu juga kepercayaan menjadikan elemen kunci dalam hubungan antara perusahaan dan pelanggan yang melibatkan keyakinan anggota terhadap kompetensi dan integritas perusahaan. Kepercayaan juga dibangun melalui hubungan yang konsisten antara perusahaan dan pelanggan juga akan mempengaruhi pada tingkat kepuasan pelanggan (Rahmawati et al., 2023).

Menurut penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan memberikan dampak besar berhubungan dengan kepuasan pelanggan di berbagai sektor industri. Misalnya penelitian menurut (Lailiyah, 2020) di bidang *e-commerce* menunjukkan bahwa kualitas Pelayanan dapat berkontribusi dengan dampak yang berarti dibandingkan melalui peningkatan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dan selain itu menurut (Muzaki et al., 2022) di industri jasa, kepercayaan telah terbukti menjadi faktor kuncian dalam membangun hubungan yang langgeng antara perusahaan dan pelanggan mereka.

Kopel Bulog Pusat sebagai salah satu perusahaan besar di wilayah DKI Jakarta dan terdapat beberapa bidang usaha yang dilakukannya untuk meningkatkan kesejahteraan dari pegawai dan pensiunan Bulog. Dalam menjaga kepuasan anggota atau pelanggannya. Kopel Bulog Pusat masih menghadapi tantangan yang harus menjamin kualitas pelayanan yang diberikan memenuhi kebutuhan pelanggan atau anggota, serta membangun dan mempertahankan kepercayaan dalam pengelolaan koperasi. Hal ini penting untuk memastikan bahwa anggota puas dengan pelayanan yang diberikan sehingga koperasi dapat terus berkembang dimasa depan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota, pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan anggota, dan pengaruh kualitas

pelayanan dan kepercayaan secara simultan terhadap kepuasan anggota Kopel Bulog Pusat di Jakarta Selatan.

2. KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Hurriyati mendefinisikan “kualitas pelayanan mengacu pada langkah-langkah yang diambil untuk memenuhi kebutuhan orang lain (pelanggan, konsumen, mitra bisnis, tamu) yang dimana tinggi pemuasnya hanyalah bisa dinilai oleh mereka yang melayani serta dilayaninya” (Surti & Anggraeni, 2024). Menurut Wyckof (Haryani, 2022) kualitas pelayanan merupakan tingkat keuntungan yang memenuhi harapan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller dalam (Mangare et al., 2023), indikator kualitas pelayanan adalah:

a. Keandalan (*Reliability*)

Yaitu dimana kemampuan perusahaan yang memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, akurat dan terpercaya serta konsisten.

b. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Yaitu suatu kemampuan yang memberikan pelayanan kepada pelanggannya dengan cepat serta mendengarkan dan mengatasi suatu keluhan pelanggan.

c. Jaminan (*Assurance*)

Yaitu untuk mengukur kemampuan dan kesopanan karyawannya yang sifatnya dapat dipercaya yang dimiliki oleh suatu karyawannya.

d. Empati (*Empathy*)

Yaitu memberikan suatu perhatian dengan tulus dan sifatnya individual atau pribadi yang memberikan kepada para pelanggan atau konsumennya dengan berupaya dengan memahami keinginan konsumen atau pelanggan tersebut.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah perbuatan dimana menjadi tingkat kekuatan dan keunggulan perusahaan tersebut untuk mengukur seberapa baik pelayanannya untuk memastikan kebutuhan dan harapan seorang pelanggan atau anggotanya.

Kepercayaan

Menurut Kotler dalam (Wicaksana & Baldah, 2021) kepercayaan tersebut sebagai keadaan yang dimana salah satu pihak yang berkontribusi dalam suatu proses pertukaran dengan yakin akan keandalan dan *integritas* pihak lain. Menurut Siagian serta Cahyono di (Jefriansyah & Muhajirin, 2020) kepercayaan dapat diartikan sebagai suatu keyakinan yang mana dimiliki dari salah satu perilaku yang ditunjukkan kepada salah satu pihak yang berbeda, dengan kepercayaan

konsumen mampu mengacu pada keinginan pengguna produk atau jasa itu sendiri agar jasa atau produknya sesuai dengan janjinya. berdasarkan pendapat Kotler serta Keller dalam (W et al., 2023) indikator kepercayaan yang dimaksud yaitu:

a. *Benevolence* (Kesungguhan atau Ketulusan)

Kebijakan yang berlandaskan pada tingkat kepercayaan, tujuan, dan motivasi akan menggantung organisasi lain ketika situasi baru muncul, dimana komitmen belum terbentuk

b. *Ability* (Kemampuan)

Kemampuan atau potensi seseorang untuk memperoleh suatu keterampilan.

c. *Integrity* (Integritas)

Integritas adalah persepsi konsumen terhadap perusahaan yang mengikuti konsep dan ide yang dapat diterima, seperti memenuhi perjanjian, jujur, dan berperilaku sesuai dengan kejujuran, moral perusahaan bergantung pada keselarasan komunikasi serta apakah tindakan perusahaan sesuai dengan janji atau kata-kata yang telah diucapkan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepercayaan yakni mencerminkan pada keyakinan dan harapan positif dari pihak – pihak yang terlibat, baik dalam konteks bisnis maupun hubungan sosial.

Kepuasan Anggota

Di dalam Koperasi Pelanggan dinamakan Anggota Koperasi. Menurut Kotler serta Kelvin terdapat di (Cahyani et al., 2024) Kepuasan anggota (pelanggan) adalah perasaan senang dan sedih akan timbul saat mempertimbangkan kinerja (hasil) suatu barang dan jasa dengan kinerja yang diharapkan. Sedangkan pendapat Daryono serta Setyobudi dalam (Kharisma et al., 2023) kepuasan pelanggan ialah pemeriksaan perasaan konsumen setelah memakai barang atau layanan akan memenuhi harapan serta kebutuhan pemakai barang bersamaan dengan layanan tersebut. Menurut Berdasarkan pendapat Indrasari dalam (Masili et al., 2023) indikator kepuasan anggota (pelanggan) adalah sebagai berikut:

a. Kesesuaian harapan

Tingkat kepuasan yang tidak dapat diukur secara langsung namun diperoleh dengan didasarkan oleh keselarasan atau ketidaksesuaian antara ekspektasi pelanggan dengan performa perusahaan.

b. Minat Berkunjung Kembali

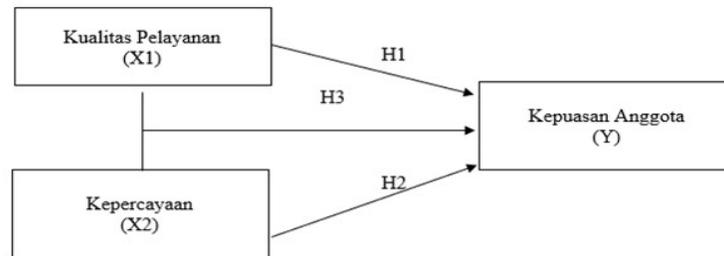
Ketika pengguna merasa berkeinginan untuk berkunjung Kembali dikemudian harinya.

c. Kesiediaan merekomendasikan

Yang dimaksud dalam hal ini yaitu pengguna dapat memberikan saran dan mengajak orang lain seperti keluarga, teman atau kerabat lainnya dalam menggunakan jasa atau produk yang dibeli kepada.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepuasan anggota atau pelanggan yaitu menjadi perbandingan terhadap harapan dan kinerja, pemeriksaan emosional, evaluasi setelah pembelian, dan hubungan dengan kualitas pelayanan sangat penting bagi keberhasilan bisnis, dan dapat dicapai melalui kebutuhan dan harapan pelanggan atau anggota serta untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Merujuk pada kajian teori, kerangka berpikir pada penelitian ini dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hipotesis penelitian:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota.

H2: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota.

H3: Kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota.

3. METODE PENELITIAN

Dalam permasalahan ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif berdasarkan analisis deskriptif statistik. Populasi penelitian ini merujuk dengan seluruh anggota pada tahun 2024 yang berjumlah 1.181 anggota dengan teknik pengambilan sampel dengan *probability sampling* karena populasi yang digunakan dalam penelitian ini memiliki jumlah yang diketahui secara pasti dan berukuran sangat besar, sehingga penelitian ini menggunakan rumus slovin untuk mengambil sampel dan dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, studi pustaka, dan kuesioner dengan memberikan kepada 92 anggota sebagai responden, pernyataan tersebut

diukur dengan skala likert. Diolah data dengan menggunakan aplikasi software SPSS versi 27. Indikator ukur yang digunakan dalam penelitian ini antara lain uji instrumen penelitian (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji hipotesis (uji T dan uji F), dan uji koefisien determinasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data ditampilkan sesuai dengan urutan variabelnya untuk mempermudah pemahaman hasil penelitian. Dimulai dengan variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kepercayaan (X2), dan Kepuasan Anggota (Y), data penelitian akan diuji dengan berbagai uji, termasuk uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji t, uji f, Persamaan Regresi Linear Berganda, Uji Koefisien Determinasi (R^2).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,744	0,205	<i>Valid</i>
2	0,823	0,205	<i>Valid</i>
3	0,751	0,205	<i>Valid</i>
4	0,861	0,205	<i>Valid</i>
5	0,805	0,205	<i>Valid</i>
6	0,803	0,205	<i>Valid</i>
7	0,841	0,205	<i>Valid</i>
8	0,817	0,205	<i>Valid</i>
9	0,751	0,205	<i>Valid</i>

Uji validitas terhadap variabel kualitas pelayanan (X1) dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dan nilai r tabel. Jika nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel, variabel tersebut dianggap valid. Berdasarkan data pada Tabel 1 terlihat bahwa r hitung semua pernyataan lebih besar dari r tabel, yang menunjukkan bahwa pernyataan tersebut valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan

Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,589	0,205	<i>Valid</i>
2	0,669	0,205	<i>Valid</i>
3	0,754	0,205	<i>Valid</i>
4	0,617	0,205	<i>Valid</i>
5	0,658	0,205	<i>Valid</i>

Pada Tabel 2 terlihat bahwa nilai r hitung lebih besar dari r table untuk semua pernyataan pada variabel kepercayaan (X2) dengan demikian variabel tersebut dianggap valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Anggota

Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,609	0,205	<i>Valid</i>
2	0,635	0,205	<i>Valid</i>
3	0,665	0,205	<i>Valid</i>
4	0,597	0,205	<i>Valid</i>
5	0,639	0,205	<i>Valid</i>
6.	0,522	0,205	<i>Valid</i>

Berdasarkan data pada Tabel 3 terlihat terlihat bahwa nilai r hitung lebih besar dari r table untuk semua pernyataan pada variabel kepuasan anggota (Y) dengan demikian variabel tersebut dianggap valid.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Instrument	<i>Cronbach's Alpha</i>
Kualitas Pelayanan	0.928
Kepercayaan	0.673
Kepuasan Anggota	0.631

Berdasarkan data Tabel 4, hasil uji reliabilitas dari 3 variabel mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 menunjukkan bahwa semua variabel dapat diandalkan dalam penelitian ini (reliabel).

Table 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			92
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.82393940
Most Extreme Differences	Absolute		.089
	Positive		.049
	Negative		-.089
Test Statistic			.089
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.067
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.068
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.061
		Upper Bound	.074

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Berdasarkan hasil uji *one sample Kolmogorov-Smirnov* diatas menunjukan yang signifikansinya sebesar 0,067 hasil nilai tersebut $> 0,05$ sehingga disimpulkan yang data kuesioner untuk variabel penelitian ini bisa dinyatakan normal dan telah memenuhi *standart* normalitas.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11,961	2,832		4,224	<,001		
	Kualitas Pelayanan	,211	,078	,341	2,716	,008	,522	1,914
	Kepercayaan	,282	,163	,218	1,732	,087	,522	1,914

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Pada Tabel 6, hasil pengujian multikolinearitas variabel X1 dan X2 dengan nilai VIF adalah 1.914 yakni dibawah nilai 10 dan *tolerance* 0,552 yang berada diatas 0,1. Tidak ditemukan gejala multikolinearitas dalam data ini.

Tabel 7. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,287	1,827		1,251	,214
	KualitasPelayanan	-,034	,047	-,103	-,725	,470
	Kepercayaan	,027	,103	,037	,260	,795

a. Dependent Variable: Abs_RES

Tabel ini menunjukan bahwa variabel kualitas pelayanan menunjukan nilai signifikan adalah 0.470 lebih besar dari 0.05 selain itu variabel kepercayaan menunjukan nilai 0.795 > 0.05 . oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidaklah menunjukan heteroskedastisitas.

Tabel 8. Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.641	2.397		6.107	<,001
	Kualitas Pelayanan	.303	.057	.491	5.354	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.696	2.855		4.798	<,001
	Kepercayaan	.588	.122	.453	4.825	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Yang didapat dalam perhitungan pengujian T sebelumnya menunjukan dimana:

1. Variabel Kualitas Pelayanan

Bedasarkan hasil uji T (parsial) menunjukan yang nilai signifikan pengaruh kualitas pelayanan (X1) berdasarkan kepuasan anggota (Y) yaitu $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung 5.354 > nilai t tabel 1,986 oleh karena itu Ho1 ditolak dan Ha1 diterima dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan berdampak pada kepuasan anggota secara signifikan.

2. Variabel Kepercayaan

Bedasarkan hasil uji T (parsial) menunjukan bahwa nilai signifikan yang kepercayaan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan anggota (Y) adalah $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung 4,825 > nilai t tabel 1.986 sehingga, Ho2 ditolak serta Ha2 dapat diterima diartikan yang menunjukan bahwa kepuasan anggota sangat dipengaruhi oleh kepercayaan.

Tabel 9. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	109.874	2	54.937	16.151	<,001 ^b
	Residual	302.735	89	3.402		
	Total	412.609	91			

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan data yang tercantum pada tabel diatas, menunjukkan ada ukuran signifikansi pengaruh yang diketahui kualitas pelayanan (variabel X1) serta kepercayaan (variabel X2) terhadap kepuasan anggota (variabel Y) yang disebutkan sebagai sebesar $0.001 < 0.05$ dan, F hitung $16.151 >$ angka F tabel yang dimaksud adalah 3.10. hal ini menunjukkan bahwa dengan H_0 yang ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara kualitas pelayanan (variabel X1) dan kepercayaan (variabel X2) terhadap kepuasan anggota (variabel Y) cukup berarti.

Tabel 10. Hasil Uji Persamaan Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.961	2.832		4.224	<.001
	Kualitas Pelayanan	.211	.078	.341	2.716	.008
	Kepercayaan	.282	.163	.218	1.732	.087

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Pada tabel yang disajikan diatas bisa digunakan untuk membuat persamaan regresi yang digunakan untuk memahami pengaruhnya Kualitas Pelayanan, Kepercayaan terhadap Kepuasan anggota sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 11,961 + 0,211 (X_1) + 0,282 (X_2) + e$$

Rumus tersebut diatas dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (α) bernilai positif, yaitu sebesar 11,961. Dengan kata lain, jika angka variabel *independent* tepatnya kualitas pelayanan dan kepercayaan mengidentifikasi kekeliruan dianggap tetap pada nilai 0 (nol), maka variabel kualitas pelayanan (Y) adalah sebesar 11,961 dan variabel kualitas pelayanan akan tetap berjalan baik.
2. koefisien regresi pada nilai masing-masing variabel kualitas pelayanan (variabel X1) menunjukkan hasil yang positif yaitu 0.211. Menunjukkan kualitas pelayanan memiliki dampak positif terhadap kepuasan anggota (Y) karena koefisiennya menunjukkan hasil nilai baik. Apabila kualitas pelayanan mengalami suatu perbaikan karena itu nilai kepuasan anggota juga akan mengalami suatu peningkatan seukuran 0.211. Semakin besar kualitas pelayanan apa dimiliki dari anggota, maka lebih baik kepuasan anggota yang akan dibuat.
3. Kepercayaan (X2) seukuran 0,282. Yang berarti anggota memiliki dampak positif pada kepuasan anggota (Y) karena nilai koefisiennya positif, jika kepercayaan mengalami

peningkatan, nilai kualitas anggota juga akan meningkat sebesar 0,282. Semakin besar kepercayaan yang dimiliki dari anggota, lebih baik lagi kepuasan anggota yang akan dihasilkan.

Tabel 11. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.516 ^a	.266	.250	1.844

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Pelayanan

Menurut tabel diatas hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) diatas kualitas koefisien determinasinya (R Square) mencapai 0,266 yang mencerminkan 26,6 persen, yang memberikan gambaran bahwa variabel yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepercayaan sebesar 26,6 persen sementara sisanya merupakan penyebab-penyebab dan aspek lainnya yang tidak dibahas dalam riset ini seperti persepsi, insentif, motivasi anggota, upaya promosi, standar kualitas produk.

Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas Pelayanan dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota Kopel Bulog Pusat di Jakarta Selatan. Berdasarkan temuan analisis yang dilakukan, hasil penelitian dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Anggota Kopel Bulog Pusat

Berdasarkan temuan uji t di peroleh kualitas signifikansinya di variabel X1 dengan nilai signifikansinya 0.001 yang berada di bawah 0.05 sedangkan nilai Thitung yaitu 5.354 > dari T tabel 1.986 jadi H_0 ditolak. Berdasarkan analisis, Kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa kualitas pelayanan memberikan dampak baik pada tingkat kepuasan anggota Kopel Bulog Pusat.

Output yang dihasilkan oleh penelitian juga mencerminkan Kualitas Pelayanan yang diterapkan dapat dilakukan dengan menghormati dan menciptakan kerjasama yang baik antara anggota maupun antar divisi yang ada di perusahaan sehingga pekerjaan perusahaan berjalan dengan lancar. Keadaan ini dapat mencerminkan bahwa semakin tingkat pelayanan yang diberikan dari Kopel Bulog Pusat jadi menunjukkan lebih banyak meningkatnya tingkat kepuasan yang diterima oleh anggota koperasi.

2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kualitas Anggota Kopel Bulog Pusat

Menurut penelitian yang telah dikerjakan ditemukan variabel tersebut menunjukkan bahwa Kepercayaan memiliki koefisiensi regresi sebesar 0.282 melalui t hitung dengan nilai sebesar 4.825 dan t tabel sejumlah 1,986 terhadap tingkat signifikansi menunjukkan bahwa 0,001 berada dibawah 0,05. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh sebagaimana baik serta penting di antara hasil perhitungan variabel Kepercayaan melalui Kepuasan Anggota. Hal ini mungkin menunjukkan baik kepercayaan anggota yang telah menggunakan jasa dan produk maka menunjukkan semakin meningkatnya kepuasan anggota.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dengan mempertimbangkan hasil penelitian tentang bagaimana kualitas pelayanan dan kepercayaan mempengaruhi kepuasan anggota pada Kopel Bulog Pusat di Jakarta Selatan, kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut: Pertama, kualitas pelayanan secara parsial berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada Kopel Bulog Pusat di Jakarta Selatan. Kedua, variabel kepercayaan secara parsial berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada Kopel Bulog Pusat di Jakarta Selatan. Ketiga, secara simultan variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada Kopel Bulog Pusat di Jakarta Selatan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian peneliti ingin menyarankan beberapa hal antara lain, bagi perusahaan hasil penelitian ini bisa menjadi acuan dan masukan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dengan mendengarkan masukan dari anggota secara berkala, pengembangan dan pelatihan sumber daya manusia (SDM) yang fokus pada pelayanan prima juga dapat menjadi prioritas untuk menjaga kepercayaan dan meningkatkan kepuasan anggota. Serta Anggota diharapkan lebih aktif memberikan feedback terkait kualitas pelayanan dan mempercayai pengelolaan Kopel Bulog Pusat agar dapat tercipta hubungan yang saling menguntungkan dan berkelanjutan. Untuk penelitian selanjutnya, untuk memperluas penelitian ini seperti menambahkan faktor loyalitas anggota atau efektivitas komunikasi organisasi. Peneliti juga dapat memperluas cakupan wilayah untuk mendapatkan hasil lebih baik dan *representatif*.

6. DAFTAR REFERENSI

- Cahyani, Y., Sogen, D. M., Maryani, F., Umami, N. Z., & Simarmata, M. M. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Di Optik Tahun 2020-2023. *Jurnal Mata Optik*, 5(01), 22–30. <https://doi.org/10.54363/jmo.v5i01.187>
- Haryani, D. S. (2022). *KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP NILAI PELANGGAN*. CV. AZKA PUSTAKA. <https://books.google.co.id/books?id=B3jKEAAAQBAJ>
- Jefryansyah, & Muhajirin. (2020). *ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BARANG SECARA ONLINE*. 2(1), 85–94. <https://doi.org/10.30812/target.v2i1.703>
- Kharisma, D., Simatupang, S., & Hutagalung, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Restu Mulia Pandan. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 5(1), 32–42. <https://doi.org/10.47709/jumansi.v5i1.2210>
- Lailiyah, N. (2020). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN MEREK KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA HIJAB MEDYNA COLLETION SITUS SHOP ONLINE PENDAHULUAN Kemajuan teknologi , khususnya internet membuat keterbatasan jarak , waktu , dan biaya dapat terasi dengan mu. 5, 1–15*. <https://riset.unisma.ac.id/index.php/jimmu/article/view/3889>
- Mangare, I., Wenas, R. S., & Rogi, M. (2023). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Sonder Indah. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 244–253. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49659>
- Muzaki, M. F., Mulyani, I. D., & Khojin, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Luang Waktu Coffee). *AURELIA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(1), 44–57. <https://doi.org/10.57235/aurelia.v1i1.24>
- Purba, L., Halim, E. H., & Widayatsari, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Poliklinik Bedah Saraf RSUD dr. Doris Sylvanus Palangkaraya Lestari Purba 1) , Edyanus Herman Halim 2) dan Any Widayatsari 3). *Jurnal Ekonomi KIAMAT*, 32(2), 1–16. <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat/article/view/8272>
- Rahmawati, N. S., Dwikotjo Sri Sumantyo, F., & Ali, H. (2023). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Lazada di Wilayah Kota Bekasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Penelitian Terapan*, 1(1), 40–53. <https://doi.org/10.38035/jpmppt.v1i1.82>
- Surti, I., & Anggraeni, F. N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 2(01), 21–25. <https://doi.org/10.59422/lbm.v2i01.162>
- W, C. D., Bangun, A. A., Susilowati, R., & A, M. M. I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 4(2), 193–203. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v4i2.1333>
- Wicaksana, P. S. I., & Baldah, N. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Lokasi, Dan Promosi

Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi di PT. Mitra Indah Properti The Influence Of Trust, Location And Promotion On Subsidized Home Purchase Decisions At PT. Mitra Indah Properti. *Pelita Ilmu*, 15(1), 1–8. file:///C:/Users/Winda Cornelia/Downloads/794-Article Text-1701-2-10-20211030.pdf