

**ANALISIS INDEKS KEPUASAN NASABAH
TERHADAP PELAYANAN PADA KOPERASI BINTANG MUDA 88
DI SE'PON KABUPATEN TANA TORAJA**

Abedneigo Carter Rambulangi

Universitas Kristen Indonesia Toraja

Email : abedneigocarterrambilangi134@gmail.com

Althon K Pongtuluran

Universitas Kristen Indonesia Toraja

Email : althonkp@yahoo.co.id

Agustinus Mantong

Universitas Kristen Indonesia Toraja

Email : agustinusmantong08@gmail.com

Dina Ramba

Universitas Kristen Indonesia Toraja

Email : dinaukitoraja@gmail.com

Samuel Randi Tapparan

Universitas Kristen Indonesia Toraja

Email : samuelranditapparan@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui indeks kepuasan nasabah pada Koperasi Bintang Muda 88. Satuan analisis pada penelitian ini yaitu Koperasi Bintang Muda 88 di Se'pon Kabupaten Tana Toraja. Satuan pengamatan pada penelitian ini adalah nasabah Koperasi Bintang Muda 88 sebanyak 25 orang. Jenis data yang digunakan dalam penelitian yaitu data primer dan data sekunder. Metode dan prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan indeks kepuasan nasabah sebesar 92,33, dimana nilai ini menunjukkan kinerja pelayanan yang baik oleh Koperasi Bintang Muda 88 di Se'pon Kabupaten Tana Toraja. Hasil ini didapatkan dari jawaban responden dimana rata-rata jawaban yang diberikan sangat baik.

Kata Kunci : Indeks Kepuasan Nasabah, Pelayanan, Koperasi Bintang Muda 88

**ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION INDEX
ON SERVICES AT THE BINTANG MUDA 88 COOPERATIVE
IN SE'PON, TANA TORAJA REGENCY**

Abedneigo Carter Rambulangi

Indonesian Christian University Toraja

Email : abedneigocarterrambilangi134@gmail.com

Althon K Pongtuluran

Indonesian Christian University Toraja

Email : althonkp@yahoo.co.id

Agustinus Mantong

Indonesian Christian University Toraja

Email : agustinusmantong08@gmail.com

Dina Ramba

Indonesian Christian University Toraja

Email : dinaukitoraja@gmail.com

Samuel Randi Tapparan

Indonesian Christian University Toraja
Email : samuelranditapparan@gmail.com

ABSTRACT

This research is a qualitative descriptive and quantitative descriptive study that aims to determine the customer satisfaction index at the Bintang Muda 88 Cooperative. The unit of analysis in this study is the Bintang Muda 88 Cooperative in Se'pon, Tana Toraja Regency. The unit of observation in this study were the customers of the Bintang Muda 88 Cooperative as many as 25 people. The types of data used in this research are primary data and secondary data. Data collection methods and procedures in this study were observation, interviews and questionnaires. The results of this study indicate a customer satisfaction index of 92.33 where this value indicates a good service performance by the 88 Bintang Muda Cooperative in Se'pon, Tana Toraja Regency. These results were obtained from the respondents' answers where the average answers given were very good.

Key Words : Customer Satisfaction Index, Service, Bintang Muda 88 Cooperative

PENDAHULUAN

Organisasi selalu dihadapkan dengan situasi yang kompetitif yang semakin meningkat, sehingga perlu adanya kekuatan untuk bersaing. Salah satu indikator yang digunakan untuk bersaing yaitu kualitas pelayanan yang dilihat dari kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi hal penting untuk menentukan strategi yang relevan untuk digunakan. Untuk itu perlu adanya pengukuran kepuasan pelanggan dari berbagai segi, salah satunya yaitu pelayanan.

Koperasi melandaskan kegiatan berdasarkan prinsip gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan. Pada koperasi sangat penting pelayanan yang diberikan terhadap nasabah agar semakin meningkatkan jumlah nasabah serta mempertahankan nasabah yang ada. Pelayanan merupakan kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau anggota.

Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur perusahaan bagaimana hal ke depannya atau bahkan ada beberapa hal yang harus dirubah karena pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan. Jika konsumen tidak puas tentunya konsumen tidak akan kembali lagi dan mungkin bisa juga mengeluhkan ketidakpuasannya kepada konsumen lain.

Kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas layanan, namun juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti kualitas pelayanan atau jasa, kualitas produk, harga, faktor situasi, dan faktor pribadi dari pelanggan. Sehingga dengan adanya faktor-faktor tersebut dapat membuat pebisnis berfikir lebih dengan memberikan sesuatu hal yang baru agar dapat membuat pelanggan tertarik.

Kualitas pelayanan yang baik adalah upaya yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan dalam bidang jasa yang erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diharapkan oleh para konsumen adalah fasilitas yang memadai, pelayanan yang baik, kenyamanan, keamanan, ketenangan dan hasil yang memuaskan sehingga pihak manajemen harus memikirkan bagaimana kualitas pelayanan yang baik pada saat ini dapat terus berkembang demi kelancaran dimasa yang akan datang. Upaya peningkatan mutu pelayanan akan sangat efektif apabila peningkatan mutu pelayanan merupakan tujuan sehari-hari, mulai dari pimpinan puncak atau direktur sampai dengan para pelaksana pelayanan atau karyawan.

Kondisi usaha membawa perusahaan khususnya sektor jasa pada suatu kenyataan bahwa kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan agar perusahaan tetap sukses, baik tingkat operasional maupun strategi. Pada saat ini banyak perusahaan (termasuk perusahaan jasa) yang menyatakan bahwa tujuan perusahaan yang bersangkutan adalah untuk memuaskan pelanggan. Cara pengungkapannya mungkin beragam.

Kepuasan pelanggan yang tinggi ditimbulkan oleh kualitas pelayanan yang maksimal dan jika kualitas pelayanan yang diberikan buruk, maka harapan konsumen tidak akan pernah tercapai dengan begitu pelanggan akan hilang satu demi satu. Hal ini berarti perusahaan tersebut akan bangkrut. Dengan demikian hanya perusahaan-perusahaan yang mampu memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi sajalah yang akan mampu bersaing dan bertahan untuk hidup dan selanjutnya berkembang demi kelangsungan perusahaan.

Pada Koperasi Bintang Muda 88 di Se'pon Kabupaten Tana Toraja pelayanan sangat penting agar dapat memberikan kepuasan kepada setiap anggota. Pelayanan harus diberikan secara maksimal sehingga nasabah merasa puas dan dapat menambah jumlah nasabah. Koperasi yang baik dapat dilihat dari pelayanan yang diberikan.

KAJIAN PUSTAKA

Koperasi

Koperasi mengandung makna kerja sama. Koperasi (cooperative) bersumber dari kata co-operation yang artinya kerja sama. Koperasi berkenaan dengan manusia sebagai individu dan dengan kehidupannya dalam masyarakat. Manusia tidak dapat melakukan kerja sama sebagai satu unit, dia memerlukan orang lain dalam suatu kerangka kerja sosial (Sitio dan Tamba, 2011). Menurut Rudianto (2010), pengertian koperasi adalah suatu perkumpulan orang yang secara sukarela mempersatukan diri untuk berjuang meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka melalui pembentukan sebuah badan usaha yang dikelola secara demokratis.

Definisi koperasi menurut UU NO. 25/1992 koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi, dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas azas kekeluargaan.

Dari beberapa pendapat di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa koperasi merupakan kumpulan individu yang saling membutuhkan modal bertujuan untuk mensejahterahkan anggota dan melaksanakan usaha berdasarkan pada prinsip-prinsip koperasi berdasarkan atas azas kekeluargaan. Dalam koperasi terdapat unsur kesukarelaan dan dengan bekerja sama serta menanamkan rasa kepercayaan manusia akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkan karena pendirian dari suatu koperasi mempunyai pertimbangan-pertimbangan ekonomis.

Jenis-Jenis Koperasi

Berbagai jenis koperasi lahir seiring dengan aneka jenis usaha untuk memperbaiki kehidupan masyarakat karena kesamaan aktivitas dan ekonominya. Jenis koperasi terbagi menjadi :

1. Koperasi Simpan Pinjam
2. Koperasi Konsumsi
3. Koperasi Produksi
4. Koperasi Jasa
5. Koperasi Serba Usaha

Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pelayanan adalah sebagai suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang

lain. Menurut Assauri (2012), pelayanan adalah bentuk pemberian yang diberikan oleh produsen baik terhadap pelayanan barang yang diproduksi maupun terhadap jasa yang ditawarkan guna memperoleh minat konsumen, dengan demikian pelayanan mempengaruhi minat konsumen terhadap suatu barang atau jasa dari pihak perusahaan yang menawarkan produk atau jasa.

Menurut Moenir (2010), pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu pelayanan merupakan sebuah proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang-orang dalam masyarakat.

Menurut Sinambela (2016), dapat diartikan sebagai pemenuhan keinginan dan kebutuhan masyarakat oleh penyelenggara negara. Negara didirikan oleh publik (masyarakat) tentu saja dengan tujuan agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Menurut Moenir (dalam Kurniawan, 2005), mengemukakan bahwa pelayanan publik adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.

Menurut Kotler (dalam Wijaya, 2011), menyebutkan bahwa jasa atau pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Pelayanan dapat disimpulkan sebagai pemberian layanan kepada orang lain atau masyarakat sesuai dengan haknya oleh penyelenggara pelayanan sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan. Dan juga dapat dilihat bahwa pelayanan dapat disimpulkan sebagai suatu kegiatan yang tidak kasat mata yang tujuannya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Adapun bentuk-bentuk pelayanan yaitu pelayanan dapat dikategorikan dalam tiga bentuk, yakni : layanan dengan lisan, layanan melalui tulisan, dan layanan dengan perbuatan (Moenir, 2010). Ketiga bentuk layanan itu tidak selamanya berdiri sendiri secara murni, melainkan sering berkombinasi.

Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas di bidang hubungan masyarakat (humas), bidang layanan informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan. Supaya layanan lisan berhasil sesuai dengan yang diharapkan, ada syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku layanan, yaitu :

1. Memahami benar masalah-masalah yang termasuk dalam bidang tugasnya.
2. Mampu memberikan penjelasan apa yang perlu dengan lancar, singkat tetapi cukup jelas sehingga memuaskan bagi mereka yang ingin memperoleh kejelasan mengenai sesuatu.
3. Bertingkah laku sopan dan ramah-tamah.
4. Meski dalam keadaan sepi tidak ngobrol dan bercanda dengan teman, karena menimbulkan kesan tidak disiplin dan melalaikan tugas.
5. Tidak melayani orang-orang yang ingin sekadar ngobrol dengan cara yang sopan.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan merupakan faktor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis. Kepuasan pelanggan adalah tanggapan konsumen terhadap evaluasi

ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan. Dengan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan para pelanggan, maka hal tersebut memiliki dampak yang positif bagi perusahaan. Apabila konsumen merasa puas akan suatu produk tentunya konsumen tersebut akan selalu menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut secara terus menerus. Dengan begitu produk dari perusahaan tersebut dinyatakan laku di pasaran, sehingga perusahaan akan dapat memperoleh laba dan akhirnya perusahaan akan tetap survive atau dapat bertahan bahkan kemungkinan akan berkembang.

Menurut Tjiptono (2011), mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Sebagai tanggapan dari pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan setelah mengonsumsi suatu produk atau jasa.

Kepuasan konsumen menurut Kotler (2012), adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang konsumen rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kotler dan Keller (2016), mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi konsumen.

Menurut Moenir (2012), agar layanan dapat memuaskan orang atau sekelompok orang yang dilayani, ada empat persyaratan pokok, yaitu :

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.
4. Keramahan.

Dari pendapat para ahli di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang konsumen rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen

Tjiptono dan Diana (2015), mengemukakan pendapat bahwa terdapat lima aspek pada kepuasan konsumen yaitu :

1. Expectations (harapan), diartikan konsumen menyusun harapan tentang apa yang akan diterima dari produk.
2. Performance (kinerja), yaitu selama kegiatan konsumsi, konsumen merasakan kinerja dan manfaat dari produk secara aktual dilihat dari dimensi kepentingan konsumen.
3. Comparison (perbandingan), yaitu setelah mengonsumsi, baik harapan sebelum pembelian dan persepsi kinerja aktual dibandingkan oleh konsumen.
4. Confirmation atau disconfirmation, yaitu penegasan dari harapan konsumen, apakah harapan pra-pembelian dengan persepsi pembelian sama atau tidak.
5. Discrepancy (ketidaksesuaian), yaitu diskonfirmasi yang negatif menentukan kinerja yang aktual ada dibawah tingkat harapan, maka semakin besar ketidakpuasan konsumen.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Lupiyoadi (2011), mengungkapkan bahwa ada lima faktor dalam menentukan kepuasan konsumen yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu :

1. Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

3. Emosi, yaitu konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai-nilai yang lebih tinggi kepada para konsumen.

Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler yang dikutip Tjiptono (2011), ada beberapa metode yang dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan pesaing. Kotler mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, antara lain :

1. Sistem Keluhan dan Saran

Suatu perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan memberikan kesempatan yang luas pada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain. Informasi dari para pelanggan ini akan memberikan masukan dan ide-ide bagi perusahaan agar bereaksi dengan tanggap dan cepat dalam menghadapi masalah-masalah yang timbul. Sehingga perusahaan akan tahu apa yang dikeluhkan oleh para pelanggannya dan segera memperbaikinya. Metode ini berfokus pada identifikasi masalah dan juga pengumpulan saran-saran dari pelanggan-pelanggan secara langsung.

2. Ghost Shopping (Mystery Shopping)

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan cara mempekerjakan beberapa orang ghost shoppers untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial. Sebagai pembeli potensial terhadap produk yang ditawarkan dari perusahaan dan juga dari produk pesaing. Kemudian mereka akan melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para ghost shopper juga bisa mengamati cara penanganan terhadap setiap keluhan yang ada, baik oleh perusahaan yang bersangkutan maupun dari pesaingnya.

3. Lost Customer Analysis

Perusahaan akan menghubungi para pelanggan atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar dapat memahami penyebab-penyebab mengapa pelanggan tersebut berpindah ke tempat lain. Dengan adanya peningkatan customer lost rate, dimana peningkatan customer lost rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan cara menggunakan berbagai macam metode yaitu seperti metode survei, baik survei melalui pos, telepon, e-mail, website, maupun wawancara langsung. Melalui survei tersebut perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung (feedback) dari pelanggan dan juga akan memberikan kesan positif terhadap para pelanggannya.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif, dimana dengan metode menjabarkan dan mendeskripsikan dan juga metode matematis dari pendekatan kuantitatif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat 25 nasabah dari dipilih secara acak oleh peneliti dengan pertanyaan kuesioner yang diberikan sebagai berikut :

Tabel 1.

Kuesioner Analisis Indeks Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan pada Koperasi Bintang Muda 88 di Se'pon Kabupaten Tana Toraja

No	Pertanyaan	Sangat Baik	Baik	Kurang Baik	Tidak Baik
1	Kesiapan karyawan dalam melayani nasabah				
2	Kemauan karyawan dalam membantu nasabah				
3	Cepat respon oleh karyawan terhadap nasabah yang datang				
4	Karyawan memberikan informasi yang jelas dan dimengerti oleh nasabah				

Keterangan :

1. Sangat Baik : 95 - 100
2. Baik : 85 - 94
3. Kurang Baik : 75 - 84
4. Tidak Baik : 65 - 74

Berikut data jumlah nasabah Koperasi Bintang Muda 88 pada tahun 2019 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.

Data Jumlah Nasabah Koperasi Bintang Muda 88 Tahun 2019

Bulan	Jumlah Anggota	Laki-Laki	Perempuan
Januari	85	35	50
Februari	194	50	107
Maret	314	65	129
April	216	110	204
Mei	216	95	121
Juni	123	43	80
Juli	214	95	119
Agustus	71	29	42
September	328	122	206
Oktober	284	73	211
November	252	90	162
Desember	1573	546	992
Total	3775		

Dari 25 responden yang diberikan kuesioner dan jawaban yang diberikan yaitu diantara baik dan sangat baik dimana tidak ada yang memberikan penilaian kurang baik dan tidak baik. Hal ini dapat dilihat dari tabel rata-rata setiap pertanyaan dalam kuesioner sebagai berikut :

Tabel 1.
 Nilai Rata-Rata Pertanyaan Dari Kuesioner

No	Pertanyaan	Rata-Rata Nilai Pertanyaan
1	Kesiapan karyawan dalam melayani nasabah	93,44
2	Kemauan karyawan dalam membantu nasabah	90,68
3	Cepat respon oleh karyawan terhadap nasabah yang datang	91,28
4	Karyawan memberikan informasi yang jelas dan dimengerti oleh nasabah	93,92

Dari hasil tabel di atas, dimasukkan kedalam rumus Indeks Kepuasan Nasabah yang dihitung sebagai berikut :

$$IKP = \sum_{j=1}^n \left(N_j \times \frac{1}{n} \right)$$

Dimana :

$$IKP = \sum_{j=1}^4 \left(369,32_1 \times \frac{1}{4} \right)$$

$$IKP = \sum_{j=1}^4 (92,33)$$

$$IKP = 92,33$$

Jadi Indeks Kepuasan Nasabah (IKP) yaitu sebesar 92,33.

Pembahasan

Dari hasil Indeks Kepuasan Nasabah di atas, sebanyak 92,33 dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Bintang Muda 88 sudah baik. Hal ini juga ditunjukkan dari kuesioner yang diberikan dimana responden menjawab dengan memberi nilai baik pada setiap unsur pelayanan yang diberikan Koperasi Bintang Muda 88 di Se'pon Kabupaten Tana Toraja. Indeks Kepuasan Nasabah terhadap pelayanan diperoleh dari bagaimana kesiapan karyawan dalam melayani nasabah, kemauan karyawan dalam membantu nasabah, cepat respon oleh karyawan terhadap nasabah, dan bagaimana karyawan memberikan informasi yang jelas dan dimengerti oleh nasabah. Rata-rata nilai yang besar diberikan oleh responden, tertinggi pada bagaimana karyawan memberikan informasi yang jelas dan dimengerti oleh nasabah dengan rata-rata 93,92 dan juga responden memberikan nilai rata-rata yang tinggi pada bagaimana kesiapan karyawan dalam melayani nasabah sebesar 93,44. Dan pada cepat respon oleh karyawan terhadap nasabah rata-rata nilai yang diberikan respon sebesar 91,28 dan rata-rata sebesar 90,68 diberikan untuk bagaimana kemauan karyawan dalam membantu nasabah. Namun dari hasil Indeks Kepuasan Nasabah terhadap pelayanan sebesar 92,33 menunjukkan kinerja pelayanan yang baik oleh Koperasi Bintang Muda 88 di Se'pon Kabupaten Tana Toraja.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Indeks Kepuasan Nasabah terhadap pelayanan di Koperasi Bintang Muda 88 sebesar 92,33, menunjukkan pelayanan yang baik diberikan kepada nasabah.
2. Hasil dari Indeks Kepuasan Nasabah diperoleh dari jawaban responden atas bagaimana kesiapan karyawan dalam melayani nasabah, kemauan karyawan dalam

membantu nasabah, cepat respon oleh karyawan terhadap nasabah, dan bagaimana karyawan memberikan informasi yang jelas dan dimengerti oleh nasabah dengan nilai rata-rata yang baik diberikan oleh responden.

3. Dari hasil penelitian, maka dapat dikatakan Koperasi Bintang Muda 88 di Se'pon Kabupaten Tana Toraja sudah memberikan pelayanan yang baik terhadap setiap nasabah mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip dan Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi , Rambat. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat.
- Moenir. 2011. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Bumi Aksara : Jakarta.
- Rudianto. 2010. *Akuntansi Koperasi*. Jakarta, Erlangga.
- Sinambela, Lijan Poltak. 2016. *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sitio, Arifin dan Halomoan Tamba. 2011. *Koperasi Teori dan Praktek*. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2 Yogyakarta : Andi.
- Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 tentang *Perkoperasian*.