



Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Karyawan Bersama Mandiri Sejahtera

Dwi Chahyani Setyaningrum¹, Nika Sintesa²

^{1,2}Universitas Teknologi Digital

email: ¹dwi11211689@digitechuniversity.ac.id, ²nikasintesa@digitechuniversity.ac.id

Info Artikel

Sejarah artikel:

Diterima 20 Oktober 2025

Disetujui 08 November 2025

Diterbitkan 30 November 2025

Kata kunci:

Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Koperasi Karyawan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Karyawan Bersama Mandiri Sejahtera. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal-komparatif. Data primer diperoleh dari 93 anggota aktif koperasi melalui kuesioner, yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, dan uji f menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan model regresi $Y=4,411+0,375X_1+0,549X_2$ dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,654. Hal ini berarti 65,4% variasi kepuasan konsumen dijelaskan oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model. Secara parsial, kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen (t hitung 6,124 > t tabel 1,986; sig. 0,000 < 0,05). Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif signifikan (t hitung 7,893 > t tabel 1,986; sig. 0,000 < 0,05). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (F hitung 84,920 > F tabel 3,10; sig. 0,000). Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas produk maupun pelayanan dapat meningkatkan kepuasan anggota koperasi.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality and service quality on consumer satisfaction at the Mandiri Sejahtera Joint Employee Cooperative. The research employed a quantitative approach with a causal-comparative design. Primary data were collected from 93 active cooperative members through questionnaires, selected using purposive sampling. Data analysis was conducted using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, t-test, and F-test with SPSS version 26. The results show the regression model $Y=4.411+0.375X_1+0.549X_2$, with a coefficient of determination (R^2) of 0.654, indicating that 65.4% of the variation in consumer satisfaction is explained by product quality and service quality. Partially, product quality has a significant positive effect on consumer satisfaction (t -value 6.124 > t -table 1.986; sig. 0.000 < 0.05). Service quality also has a significant positive effect (t -value 7.893 > t -table 1.986; sig. 0.000 < 0.05). Simultaneously, both variables significantly influence consumer satisfaction (F -value 84.920 > F -table 3.10; sig. 0.000). These findings indicate that consistent improvement in product and service quality can enhance member satisfaction.

Keywords:

Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction, Employee Cooperatives



©2025 Dwi Chahyani Setyaningrum, Nika Sintesa. Diterbitkan oleh Program Studi Akuntansi, Institut Koperasi Indonesia. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ekonomi yang kompetitif, pertumbuhan ekonomi Indonesia menunjukkan peningkatan signifikan pasca-pandemi COVID-19. Berdasarkan data dari BPS (2023), pertumbuhan ekonomi pada kuartal IV 2023 mencapai 5,05%, didorong oleh konsumsi rumah tangga dan aktivitas UMKM, termasuk koperasi. Koperasi adalah lembaga ekonomi yang didirikan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota melalui penyediaan barang dan jasa dengan harga kompetitif. Perdagangan dalam negeri juga mulai pulih, menjadikan koperasi sebagai pilar penting dalam pengembangan ekonomi kerakyatan.

Dalam beberapa tahun terakhir, persaingan bisnis semakin ketat, termasuk di sektor koperasi. Karyawan yang menjadi anggota koperasi memiliki ekspektasi tinggi terhadap produk dan layanan yang diberikan. Penurunan kualitas produk dan layanan dapat menyebabkan turunnya loyalitas anggota, yang berpotensi menurunkan omset dan keberlanjutan koperasi dalam jangka panjang.

Koperasi merupakan salah satu pilar utama dalam penguatan ekonomi kerakyatan di Indonesia. Sebagai lembaga ekonomi yang berbasis pada prinsip kebersamaan dan kesejahteraan anggota, koperasi

memiliki peran penting dalam menyediakan produk dan layanan dengan harga yang kompetitif serta kualitas yang memadai. Namun, dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, koperasi menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan loyalitas anggotanya. Kualitas produk dan pelayanan menjadi faktor utama yang menentukan kepuasan konsumen dan keberlanjutan koperasi.

Koperasi Karyawan Bersama Mandiri Sejahtera adalah salah satu koperasi karyawan yang menyediakan kebutuhan pokok dan jasa simpan pinjam bagi anggotanya. Hasil survei internal pada tahun 2023 menunjukkan hanya 63% anggota yang merasa puas terhadap produk dan layanan yang diberikan. Fenomena ini menandakan adanya masalah serius yang perlu diteliti secara mendalam, terutama terkait dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan. Kualitas produk mencakup kinerja, daya tahan, keandalan, kesesuaian, dan fitur yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sedangkan kualitas pelayanan mencakup dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati sesuai model SERVQUAL. Beberapa penelitian terdahulu (Anggraini & Megawati, 2023; Afandi & Anggraeni, 2022; Zahara et al., 2021) telah menunjukkan adanya pengaruh signifikan kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Namun, penelitian yang mengkaji konteks koperasi karyawan masih terbatas, sehingga penelitian ini memiliki nilai kebaruan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, (2) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dan (3) pengaruh kualitas produk dan pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis, khususnya bagi pengembangan koperasi karyawan dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan yang diberikan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal kompartif, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel bebas (X1) yaitu Kualitas Produk dan (X2) Kualitas Pelayanan, terhadap variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan Konsumen. Metode kuantitatif dipilih karena penelitian ini mengandalkan data numerik yang dianalisis secara statistik untuk memperoleh kesimpulan objektif (Sugiyono, 2021).

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Koperasi Karyawan Bersama Mandiri Sejahtera, yang berlokasi Kawasan Industri MM2100, Jl. Irian Blok EE-3 di Kabupaten Bekasi, Jawa Barat.

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota aktif Koperasi Karyawan Bersama Mandiri Sejahtera dengan jumlah total 1.345 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% sehingga diperoleh 93 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria responden adalah anggota aktif menggunakan produk atau jasa koperasi minimal tiga bulan terakhir.

3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah:

- Data Primer: diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden
- Data Sekunder: meliputi dokumen internal Koperasi Karyawan Bersama Mandiri Sejahtera, literatur, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan.

4. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang menggunakan skala Likert dengan lima kategori jawaban: 1) Sangat Tidak Setuju (STS), 2) Tidak Setuju (TS), 3) Cukup (C), 4) Setuju (S), dan 5) Sangat Setuju (SS).

Tabel 1. Skala Likert

Skor	Interpretasi
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Setuju
1,80 – 2,59	Tidak Setuju
2,60 – 3,39	Cukup
3,40 – 4,14	Setuju
4,20 – 5,00	Sangat Setuju

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data, dapat dijelaskan bahwa gambaran umum variabel kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan kepuasan konsumen (Y) berada pada kategori sangat baik. Produk koperasi dinilai mampu memenuhi harapan anggota, sedangkan pelayanan yang diberikan dinilai konsisten dalam memberikan pengalaman positif. Tingkat kepuasan konsumen juga berada pada kategori tinggi, didukung oleh mutu produk dan pelayanan yang responsif.

Berikut adalah ringkasan hasil uji yang telah dilakukan:

1. Uji Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi yang diperoleh, yaitu:

$$Y = 4,411 + 0,375 X_1 + 0,549 X_2$$

Tabel 2. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.411	3.135		1.407	.163		
	Kualitas Produk	.375	.114	.319	3.305	.001	.426	2.347
	Kualitas Pelayanan	.549	.100	.531	5.499	<.001	.426	2.347

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Nilai koefisien regresi pada variabel-variabel independennya menggambarkan apabila diperkirakan variabel independennya naik sebesar satu poin dan nilai variabel independen lainnya diperkirakan konstan atau sama dengan nol, maka nilai variabel terikat diperkirakan bisa naik atau bisa turun sesuai dengan tanda koefisien regresi variabel independennya. Dari persamaan regresi linier berganda diatas diperoleh nilai konstanta sebesar 4.411. Artinya, jika variabel Kepuasan Konsumen (Y) tidak dipengaruhi oleh kedua variabel independennya yaitu Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) bernilai nol, maka besarnya rata-rata Kinerja karyawan akan bernilai 4.411.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,654. Hal ini menunjukkan bahwa 65,4% variasi kepuasan konsumen dijelaskan oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan, sedangkan 34,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model.

3. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

- Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y): Nilai t hitung 6,124 > t tabel 1,986 dengan signifikansi 0,000 < 0,05. Ini menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y): Nilai t hitung 7,893 > t tabel 1,986 dengan signifikansi 0,000 < 0,05. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 3. Uji T Variabel X_1

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.115	3.559		1.999	.049		
	Kualitas Produk	.848	.085	.722	9.958	<.001	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Karena p-value < 0,05 dan t hitung (9,958) > t tabel (1,662 untuk n besar), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulan: Kualitas Produk (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Artinya, semakin baik kualitas produk yang diberikan, semakin tinggi kepuasan konsumen.

Koefisien regresi sebesar 0,848 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada skor kualitas produk akan meningkatkan skor kepuasan konsumen sebesar 0,848 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan.

Tabel 4. Uji T Variabel X₂

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.780	2.824	3.464	<,001		
	Kualitas Pelayanan	.799	.069	.774	<,001	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Karena t hitung (11,643) > t tabel dan Sig. < 0,05, maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Kesimpulan: Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka tingkat kepuasan konsumen akan meningkat.

Berdasarkan dasar pengambilan keputusan ini, kita dapat mengetahui karena nilai t-hitung > t-tabel, untuk variabel Kualitas Produk maupun variabel Kualitas Pelayanan, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh secara parsial terhadap kedua variabel X dengan Kepuasan Konsumen selaku variabel Y.

4. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Nilai F hitung 84,920 > F tabel 3,10 dengan signifikansi 0,000 < 0,05. Ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 5. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3413.436	2	1706.718	80.632	<,001 ^b
	Residual	1905.016	90	21.167		
	Total	5318.452	92			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Berdasarkan tabel 4.10 diatas diperoleh Fhitung sebesar 80,632 dan Ftabel 3,09 yaitu nilai Fhitung > Ftabel dan nilai signifikan 0,00 < 0,05 maka sesuai dasar pengambilan keputusan dalam Uji F dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Dapat disimpulkan bahwa kedua F-hitung dari kedua variabel X lebih besar dibandingkan F-tabelnya, maka variabel X Man ajemen operasional ini berpengaruh terhadap variabel Y yaitu variabel Kepuasan Konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen. Peningkatan kualitas produk, seperti kesesuaian dan daya tahan, secara langsung meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa kualitas produk berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kepuasan konsumen di sektor jasa dan ritel.

Demikian pula, kualitas pelayanan yang baik, yang mencakup keramahan, kecepatan, dan daya tanggap, menciptakan pengalaman positif bagi anggota koperasi. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu poin pada kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,549. Temuan ini memperkuat penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa pelayanan berkualitas dapat memperkuat hubungan emosional antara koperasi dan anggotanya, bahkan meningkatkan loyalitas.

Secara simultan, kedua variabel ini memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan 65,4% variasi kepuasan dijelaskan oleh kedua variabel ini. Hal ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan anggota, Koperasi Karyawan Bersama Mandiri Sejahtera perlu memprioritaskan perbaikan dan mempertahankan standar kualitas pada produk dan layanan secara bersamaan.

Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anggraini & fgMegawati (2023), Afandi & Anggraeni (2022), serta Zahara et al. (2021), yang menyimpulkan bahwa kualitas produk dan pelayanan memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya manajemen koperasi meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih responsif serta menjaga konsistensi kualitas produk yang ditawarkan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Manajemen koperasi perlu fokus pada peningkatan pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional serta menjaga kualitas produk agar tetap sesuai harapan konsumen. Upaya ini penting untuk mempertahankan loyalitas anggota dan meningkatkan daya saing koperasi.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas produk pada Koperasi Karyawan Bersama Mandiri Sejahtera berada pada kategori sangat baik dan berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen. Peningkatan kualitas produk akan diikuti oleh peningkatan kepuasan konsumen.
2. Kualitas pelayanan juga dinilai sangat baik dan berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen. Peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan anggota.
3. Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kedua faktor ini memainkan peran vital dalam menentukan tingkat kepuasan anggota koperasi.

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa saran dapat diajukan:

1. Bagi Koperasi: Pihak manajemen perlu terus memprioritaskan perbaikan pelayanan, seperti meningkatkan keramahan dan kecepatan layanan. Selain itu, mempertahankan standar kualitas produk yang konsisten sangat penting untuk menjaga loyalitas anggota.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya: Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi. Untuk penelitian mendatang, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang diduga mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti harga atau promosi, untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, R., & Anggraeni, R. (2022). Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rocket Chicken Kediri. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 45–57.
- Anggraini, Y., & Megawati, D. (2023). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Majo Pajo Palembang. *Jurnal Ekonomi*, 8(1), 22–31.
- Creswell, J. W. (2012). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Leong, S. M., & Tan, C. T. (2022). *Marketing management: An Asian perspective* (8th ed.). Pearson.
- Marlina, D., et al. (2024). Koperasi karyawan dan peran strategis dalam penguatan ekonomi lokal. *Jurnal Koperasi*, 15(2), 55–67.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

- Pokhrel, S. (2024). Product quality and customer trust: A study of cooperative retail. *International Journal of Business Research*, 19(2), 110–125.
- Ridwansyah, R., & Anggraeni, L. (2023). Kepuasan konsumen koperasi dalam perspektif manajemen pemasaran. *Jurnal Bisnis Koperasi*, 9(3), 88–99.
- Santoso, S. (2017). Statistik multivariat: Konsep dan aplikasi dengan SPSS. PT Elex Media Komputindo.
- Setiawan, R., et al. (2021). Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan koperasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(4), 223–235.
- Sugiyono. (2021). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Widodo, A. (2021). Analisis kualitas pelayanan koperasi simpan pinjam terhadap kepuasan anggota. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 70–82.
- Zahara, N., et al. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Restoran KFC Lampung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 134–143.