



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KESESUAIAN KEBUTUHAN TERHADAP KEBERHASILAN UNIT USAHA TOKO KOPERASI MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG TAHUN 2014

Shinta Tresaeni [✉], Y. Titik Haryati

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima Oktober 2015
Disetujui Oktober 2015
Dipublikasikan
November 2015

Keywords:

Service Quality, Needs Compliance and The Success of Business Unit Store.

Abstrak

Keberhasilan toko sebagai unit usaha koperasi yang merupakan salah satu jenis ritel adalah prestasi dalam meningkatkan kegiatan berbisnis dan pencapaian tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 1322 orang. Teknik pengambilan sampel adalah teknik *Proportional Random Sampling* dengan sampel 93 anggota. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah metode kuesioner dan dokumentasi. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian dari analisis deskriptif adalah kualitas pelayanan termasuk dalam kriteria memuaskan dengan skor rata-rata 24,77 atau 65,18%, kesesuaian kebutuhan anggota baik dengan skor rata-rata 20,83 atau 71,86% dan keberhasilan unit usaha toko kurang tinggi dengan skor rata-rata 14,34 atau 62,35%. Secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kesesuaian kebutuhan terhadap keberhasilan unit usaha toko dengan kontribusi sebesar 25,4%. Sedangkan secara parsial terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keberhasilan unit usaha toko dengan *t* hitung 3,477 dan terdapat pengaruh kesesuaian kebutuhan terhadap keberhasilan unit usaha toko dengan *t* hitung 3,503.

Abstract

*The success store as a business unit which is one type of a retail is an achievement in improving the business activities and the achievement of the goal to improve the welfare of members and communities. The population in this study amounted to 1322 people. The sampling technique is proportional random sampling technique with a sample of 93 members. The independent variable of this study is the service quality and needs compliance, while dependent variable is the success of business unit store. The method used to collect data is questionnaire method and documentation. While the data analysis method used is the description analysis, the classical assumption test and multiple linear regression with SPSS. The results of the description analysis is the service quality included in the criteria are satisfy with average score of 24,77 or 65,18%, the needs compliance of members is good with average score of 20,83 or 71,86% and the success of business unit store is less in heigh with average score of 14,34 or 62,35%. Simultaneously there is significant influence between service quality and needs compliance to the success of business unit store with a contribution of 25,4%. Partially there is the influence of service quality to the success of business unit store with the *t* arithmetic 3.477 and there is the influence of needs compliance to the success of business unit store with *t* arithmetic 3.503.*

© 2015 Universitas Negeri Semarang

[✉] Alamat korespondensi:

Gedung C6 Lantai 1 FE Unnes
Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229
E-mail: shinta.tresaeni@gmail.com

PENDAHULUAN

Toko merupakan salah satu jenis usaha ritel modern yang menjual berbagai jenis produk. Ritel yang menggunakan toko untuk pemasaran produknya berkarakteristik memiliki aktivitas pendistribusian produk dari produsen kepada konsumen melalui paritel atau pedagang grosir, sehingga keberhasilan usaha ritel adalah implementasi strategi *relationship marketing* (pemasaran relasional) yang bertujuan membangun dan memelihara komitmen pelanggan sebagai dasar bagi pencapaian tujuan organisasi (Meerzorg dalam Utami, 2006:62). Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Semarang (Kopma Unnes) merupakan salah satu Koperasi Serba Usaha (KSU) yang memiliki beberapa unit usaha, salah satunya adalah unit usaha pertokoan. Tujuan Toko Kopma tidak hanya untuk mencapai target penjualan dan mendapatkan keuntungan saja, melainkan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dengan cara memenuhi kebutuhan anggota serta memberikan pelayanan yang optimal. Karena keberhasilan toko yang akan dibahas berada di Kopma, maka keberhasilan toko yang dimaksud adalah usaha pencapaian tujuan Toko Kopma melalui strategi pemasaran relasional dengan membangun dan memelihara komitmen anggota.

Keberhasilan toko sebagai unit usaha koperasi yang merupakan salah satu jenis ritel adalah prestasi dalam meningkatkan kegiatan berbisnis dan pencapaian tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Toko Kopma atau dikenal dengan *Minimarket* Kopma merupakan salah satu jenis ritel modern yang menjual sebagian besar variasi produk dengan harga yang murah. Suatu toko dapat mencapai keberhasilan apabila diterapkan manajemen yang baik, seperti manajemen sumber daya manusia, keuangan, pemasaran, persediaan, dan sebagainya. Adanya manajemen toko yang baik akan membantu toko dalam mencapai tujuan yang

telah ditetapkan. Toko Kopma yang merupakan salah satu unit usaha Koperasi Mahasiswa Unnes memiliki tujuan tidak sekedar memperoleh keuntungan saja, melainkan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Kesejahteraan ini dapat tercapai melalui pelayanan yang diberikan oleh Toko Kopma dan penyediaan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan anggota maupun masyarakat. Apabila tujuan tersebut tercapai, maka keberhasilan toko juga dapat tercapai.

Menurut Utami (2006:65), bahwa secara khusus ritel memiliki keunggulan bersaing terbesar dalam kesempatan-kesempatan yang sama dengan strategi ritelnya, sehingga ritel akan berhasil dalam kesempatan penembusan pasar. Selain itu, Nuritha dkk. (2013:825-835) menambahkan bahwa keberhasilan usaha *minimarket* diukur berdasarkan laba usaha yang berhasil dicapai oleh para pengusaha dalam kurun waktu tertentu, sedangkan keberhasilan usaha penjualan dapat dilihat dari volume penjualan yang didapat. Keberhasilan bisnis ritel dapat diukur melalui pendekatan variabel kritis yang ada dalam sebuah bisnis misalnya jumlah pelanggan dan jumlah transaksi, sedangkan keberhasilan usaha penjualan dapat dilihat dari volume penjualan (Nuritha dkk., 2013:825-835).

Keberhasilan unit usaha toko erat kaitannya dengan keberhasilan dari organisasi yang menjalankannya toko tersebut. Oleh karena itu, keberhasilan toko yang dijalankan koperasi erat kaitannya dengan keberhasilan koperasi itu sendiri. Selain itu, keberhasilan koperasi itu sendiri sangat erat hubungannya dengan partisipasi aktif setiap anggotanya (Sitio dan Tamba, 2001:30). Komitmen anggota terhadap koperasi tidak akan menjadi masalah selama koperasi memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh anggotanya. Sudarsono dan

Edilius (2005:88) menyatakan bahwa anggota koperasi memiliki hak untuk mendapat pelayanan yang sama antar anggota. Pelayanan yang berkualitas mutlak diberikan oleh pengurus koperasi terhadap anggotanya, karena hal ini akan mendorong anggota untuk berpartisipasi secara aktif atas segala kegiatan usaha koperasinya. Pelayanan menurut Sudarsono dan Edilius (2007:19) merupakan salah satu bentuk kerjasama yang muncul karena adanya suatu kesamaan kebutuhan dari para anggotanya dan berupaya memenuhi kepentingan kelompok masyarakat yang menjadi anggotanya. Menurut John Sviokla dalam Lupiyoadi (2001:147), salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan organisasi atau perusahaan jasa dan ritel secara keseluruhan (Utami, 2006:249).

Anggota koperasi mempunyai kebutuhan ekonomi yang sama dan hal tersebut merupakan faktor utama yang mendasari mereka untuk mendirikan usaha koperasi. Apabila faktor pembentukan tersebut menjadi acuan utama dalam mengembangkan usaha koperasi, maka seluruh kegiatan usaha koperasi didasarkan pada maksimisasi pelayanan atau pemenuhan kebutuhan ekonomi anggota (Sitio dan Tamba, 2001:81). Toko Kopma yang merupakan jenis ritel modern berupaya memuaskan kebutuhan konsumen dengan mencari kesesuaian antara barang-barang yang dimilikinya dengan harga, tempat dan waktu yang diinginkan pelanggan (Utami, 2006:4).

Koperasi sebagai lembaga ekonomi berupaya untuk memenuhi kebutuhan para anggotanya. Koperasi merupakan salah satu bentuk kerjasama yang muncul karena adanya suatu kesamaan kebutuhan dari para anggotanya. Menurut Sudarsono dan Edilius (2007:19) menyebutkan beberapa faktor yang

menyebabkan timbulnya kesamaan kebutuhan dari para anggota koperasi adalah: a) Untuk menghindari persaingan antar sesama anggota; b) Untuk mendapatkan pelayanan pinjaman yang cepat, tepat dan murah; c) Untuk memperoleh harga yang layak; d) Untuk mendapat keuntungan karena adanya pembayaran bersama; e) Untuk menghindari diri dari pemerasan secara ekonomis.

Toko adalah salah satu unit usaha dalam koperasi yang termasuk dalam jenis ritel modern. Kegiatan usaha ritel adalah menjual berbagai produk kepada konsumen dengan upaya memuaskan kebutuhan konsumen dengan mencari kesesuaian antara barang-barang yang dimilikinya dengan harga, tempat dan waktu yang diinginkan pelanggan (Utami, 2006:4). Dengan demikian, berdasarkan teori dan pengamatan di lapangan kesesuaian kebutuhan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kemampuan koperasi dalam pemenuhan kebutuhan yang tidak tersedia di pasar, kebutuhan dengan mutu, syarat yang menguntungkan dibanding badan lain dan kebutuhan akan aktualisasi diri.

Berdasarkan data hasil observasi awal terkait keberhasilan unit usaha toko Kopma Unnes menunjukkan bahwa anggota Kopma yang aktif usaha sebesar 18,23% anggota yang aktif usaha dari jumlah anggota keseluruhan. Hasil tersebut didukung oleh hasil *survey* pengurus bidang PSDA terkait jumlah transaksi anggota tahun 2014. Transaksi usaha anggota mengalami fluktuatif tiap bulannya. Pada bulan Desember 2014 transaksi menurun sejumlah Rp 4.037.500,00 dari bulan sebelumnya. Selain jumlah pelanggan dan jumlah transaksi, data terkait keberhasilan unit usaha toko juga didukung oleh volume penjualan. Penjualan atau omzet Toko Kopma mengalami fluktuatif dalam waktu tiga tahun terakhir. Namun demikian, selama tiga tahun penjualan unit usaha toko belum mencapai target yang telah ditetapkan dalam Rapat Anggota Tahunan

(RAT). Realisasi anggaran penjualan unit usaha toko tahun 2014 menurun sebesar 32,79% dari rancangan anggaran. Sedangkan pendapatan operasional dan penjualan unit usaha toko mengalami fluktuatif tiap triwulan pada tahun 2014.

Berdasarkan penjelasan di atas menunjukkan bahwa keberhasilan unit usaha toko Kopma Unnes masih belum optimal atau kurang tinggi. Hal ini dilihat dari hasil *survey* pengurus bidang PSDA dan didukung oleh laporan keuangan terkait kondisi unit usaha toko. Toko Kopma merupakan unit usaha yang kegiatannya yaitu menjual berbagai jenis produk kepada konsumen dengan berupaya memuaskan kebutuhan sesuai keinginan konsumen yang disertai dengan pemberian pelayanan secara optimal.

Pengurus bidang Penelitian Pengembangan dan Kehumasan (Litbang Hum) telah melakukan *survey* terkait kepuasan pelanggan terhadap Toko Kopma. *Survey* tersebut dilakukan saat Kopma Unnes melakukan kegiatan. Hasilnya menunjukkan bahwa dari segi pelayanan anggota, sejumlah 54% responden dari total keseluruhan responden menyatakan puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan Toko Kopma. Hal ini menunjukkan bahwa Kopma Unnes telah berusaha secara optimal dalam memberikan pelayanan terhadap anggota. Selain itu, pengurus bidang Litbang Hum juga telah melakukan *survey* kebutuhan anggota. Hasil *survey* menunjukkan banyak produk yang dituliskan oleh anggota namun persediaan di Toko Kopma telah habis dan terdapat produk yang belum tersedia. Akan tetapi, 50% responden dari total keseluruhan menyatakan bahwa pemenuhan kebutuhan sudah baik.

Berdasarkan penjelasan di atas menunjukkan terdapat permasalahan yang dihadapi Toko Kopma, yaitu adanya kesenjangan dari hasil observasi awal yang menunjukkan bahwa keberhasilan unit usaha

toko masih kurang tinggi, tetapi kualitas pelayanan dan kesesuaian kebutuhan anggota menunjukkan sudah memuaskan dan baik. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait keberhasilan unit usaha toko Kopma Unnes dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kesesuaian Kebutuhan terhadap Keberhasilan Unit Usaha Toko Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Semarang Tahun 2014”.

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan sampel. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2009:8). Karakteristik dari populasi dalam penelitian ini adalah bersifat homogen, karena memiliki status yang sama yaitu sebagai mahasiswa. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota Kopma Unnes yang masih terdaftar pada tahun 2014. Peneliti menentukan populasi dalam penelitian ini berjumlah 1322 orang, yaitu jumlah anggota yang rasional. Sedangkan sampel yang digunakan adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Proportional Random Sampling*, sehingga secara proporsional setiap anggota koperasi mempunyai hak yang sama untuk menjadi responden. Rumus yang digunakan adalah rumus Slovin, sehingga sampel yang diambil adalah 93.

Variabel adalah obyek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Suharsimi, 2009:118). Variabel bebas dalam penelitian ini ada dua yaitu

Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kesesuaian Kebutuhan (X_2). Indikator dari Kualitas Pelayanan adalah *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan dan kepastian) dan *empathy* (perhatian). Indikator dari Kesesuaian Kebutuhan adalah produk yang tidak tersedia di pasar; produk dengan harga, mutu dan syarat-syarat yang lebih menguntungkan dibandingkan badan usaha lain; dan program yang menunjang aktualisasi diri. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keberhasilan Unit Usaha Toko. Indikator dari Keberhasilan Unit Usaha Toko adalah volume usaha dan realisasi anggaran pendapatan dan belanja organisasi (APBO).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket dan dokumentasi. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2009:142). Pada penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup, yaitu angket yang memungkinkan responden hanya memilih alternatif jawaban yang disediakan. Sedangkan dokumentasi adalah teknik untuk mencari data terkait hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda, dan sebagainya (Suharsimi, 2006:231). Teknik dokumentasi ini dilakukan dengan cara melihat, membaca, mempelajari, dan kemudian mencatat informasi yang ada hubungannya dengan Kopma Unnes.

Uji coba instrumen dilaksanakan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen. Instrumen dikatakan valid apabila mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011:52). Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program komputer

SPSS for Windows Release 20.0. Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa tidak semua item pertanyaan pada angket yang dibagikan ke anggota menunjukkan valid, terdapat 6 pertanyaan yang tidak valid dari total 31 pertanyaan. Selanjutnya suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan/pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011:48). Variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai *Cronbach Alpha* 0,777 di atas 0,70, maka semua pertanyaan tentang kualitas pelayanan adalah reliabel. Variabel kesesuaian kebutuhan mempunyai nilai *Cronbach Alpha* 0,741 di atas 0,70. Kemudian variabel keberhasilan unit usaha toko mempunyai nilai *Cronbach Alpha* 0,744 di atas 0,70.

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka dilakukan pengolahan data hasil penelitian untuk memperoleh suatu kesimpulan. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda. Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel yang ada pada penelitian ini. Secara lebih rinci untuk masing-masing variabel dijelaskan dengan indikator. Setiap indikator memiliki kriteria yang berbeda dengan indikator yang lainnya. Selanjutnya mengolah data menggunakan analisis uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinearitas, uji heterosdastisitas dan uji normalitas. Kemudian melakukan analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis yaitu menggunakan uji simultan (uji F), uji parsial (uji t) dan koefisien determinasi simultan (R^2).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Semarang (Kopma Unnes) berdiri tanggal 7 Mei 1982. Kopma Unnes mempunyai peran ganda yaitu selain sebagai organisasi kemahasiswaan yang mempunyai visi atau tugas pendidikan, pelayanan dan pengembangan sumber daya para anggotanya, Kopma Unnes juga merupakan organisasi bisnis yang berbadan hukum koperasi. Kopma Unnes memiliki dua aktivitas pokok yaitu dalam bidang usaha dan bidang pemberdayaan

sumber daya anggota. Kopma Unnes berusaha secara optimal dalam menjalankan kedua aktivitas tersebut. Hal ini dikarenakan kedua aktivitas tersebut merupakan bagian dari kunci keberhasilan Kopma Unnes.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dalam mengolah data yaitu bertujuan untuk mengetahui gambaran dari masing-masing variabel dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan (X1), kesesuaian kebutuhan (X2) dan keberhasilan unit usaha toko (Y). Deskripsi dari tiap variabel tersebut dapat diketahui dari tabel 1 yang disajikan berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
KUALITAS PELAYANAN	93	11.00	38.00	2304.00	24.7742	5.71255
KESESUAIAN KEBUTUHAN	93	12.00	29.00	1938.00	20.8387	3.59435
KEBERHASILAN UNIT USAHA TOKO	93	7.00	23.00	1394.00	14.3405	3.34760
Valid N (listwise)	93					

Berdasarkan tabel 1 terlihat bahwa skor untuk variabel kualitas pelayanan dari jawaban responden yaitu 11 dan tertinggi mencapai 38, sedangkan skor rata-rata dari 93 responden sebesar 24,77 dengan standar deviasi sebesar 5,71. Variabel kesesuaian kebutuhan menunjukkan skor tertinggi mencapai 29 dan terendah adalah 12 dengan skor rata-rata 20,84 dan standar deviasi sebesar 3,59. Kemudian untuk variabel terikat dalam penelitian ini yaitu keberhasilan unit usaha toko memiliki skor tertinggi mencapai 23 dan terendah adalah 7 sedangkan skor rata-rata dari 93 responden sebesar 14,34 dan standar deviasi 3,35. Penelitian ini dalam pendeskripsian terdapat empat kriteria penilaian jawaban responden

terhadap item pertanyaan dalam instrumen kualitas pelayanan, kesesuaian kebutuhan dan keberhasilan unit usaha toko. Jawaban pada item pertanyaan terdapat kriteria penilaian terhadap poin-poin yang ada.

Data mengenai kualitas pelayanan Kopma Unnes diperoleh dari angket penelitian dengan jumlah pertanyaan sepuluh butir. Berdasarkan hasil analisis deskriptif untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh skor rata-rata sebesar 24,77 atau jika dipersentasikan menjadi 65,18%. Variabel kualitas pelayanan termasuk dalam kriteria memuaskan. Jawaban dari angket masing-masing responden pada variabel kualitas pelayanan diperoleh hasil seperti disajikan pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Pelayanan

Kriteria	Interval	Frekuensi
Sangat memuaskan	31,26 – 38,00	10
Memuaskan	24,51 – 31,25	40
Kurang memuaskan	17,76 – 24,50	33
Tidak memuaskan	11,00 – 17,75	10
Total		93

Sumber: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 2 di atas menunjukkan bahwa secara umum responden terbanyak menyatakan kualitas pelayanan masuk dalam kriteria memuaskan, yaitu sebanyak 40 responden dari total 93 responden atau sebesar 43,01% dari total responden. Secara lebih rinci variabel kualitas pelayanan dibagi dalam lima indikator. Indikator *tangibles* (bukti fisik) masuk dalam kriteria memuaskan dengan skor rata-rata 8,03. Selanjutnya indikator *reliability* (keandalan) masuk dalam kriteria memuaskan dengan skor rata-rata 2,54. Indikator *responsiveness* (ketanggapan) masuk dalam kriteria memuaskan dengan skor rata-rata 2,55. Indikator *assurance* (jaminan dan kepastian)

masuk dalam kriteria memuaskan dengan skor rata-rata 7,83. Indikator *empathy* (perhatian) masuk dalam kriteria kurang memuaskan dengan skor rata-rata 4,06.

Data mengenai variabel bebas yang kedua yaitu kesesuaian kebutuhan Kopma Unnes diperoleh dari angket penelitian dengan jumlah pertanyaan delapan butir. Berdasarkan hasil analisis deskriptif untuk variabel kesesuaian kebutuhan diperoleh skor rata-rata sebesar 20,84 atau jika dipersentasikan menjadi 71,86%. Variabel kesesuaian kebutuhan termasuk dalam kriteria baik. Jawaban variabel kesesuaian kebutuhan disajikan pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Jawaban Responden pada Variabel Kesesuaian Kebutuhan

Kriteria	Interval	Frekuensi
Sangat baik	24,76 – 29,00	16
Baik	20,51 – 24,75	37
Kurang baik	16,26 – 20,50	28
Tidak baik	12,00 – 16,25	12
Total		93

Sumber: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 3 di atas menunjukkan bahwa responden terbanyak menyatakan kesesuaian kebutuhan masuk dalam kriteria baik, yaitu sebanyak 37 responden dari total 93 responden atau 39,78% dari total responden. Hasil tersebut menjelaskan bahwa kesesuaian kebutuhan Kopma Unnes sudah baik. Secara lebih rinci variabel kesesuaian kebutuhan dibagi dalam tiga indikator. Indikator produk yang

tidak tersedia di pasar masuk dalam kriteria kurang baik dengan skor rata-rata 4,14. Selanjutnya indikator produk dengan harga, mutu dan syarat-syarat yang lebih menguntungkan dibandingkan badan usaha lain masuk dalam kriteria baik dengan skor rata-rata 10,79. Indikator program yang menunjang aktualisasi diri masuk dalam kriteria baik dengan skor rata-rata 5,87.

Data mengenai variabel terikat keberhasilan unit usaha toko Kopma Unnes diperoleh dari angket penelitian dengan jumlah pertanyaan tujuh butir. Berdasarkan hasil analisis deskriptif untuk variabel keberhasilan unit usaha toko diperoleh skor rata-rata sebesar 14,34 atau jika dipersentasikan menjadi

62,35%. Variabel keberhasilan unit usaha toko termasuk dalam kriteria kurang tinggi. Jawaban dari angket masing-masing responden pada variabel keberhasilan unit usaha toko diperoleh hasil seperti disajikan pada tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Jawaban Responden pada Variabel Keberhasilan Unit Usaha Toko

Kriteria	Interval	Frekuensi
Sangat tinggi	19,01 – 23,00	14
Tinggi	15,01 – 19,00	30
Kurang tinggi	11,01 – 15,00	37
Tidak tinggi	7,00 – 11,00	12
Total		93

Sumber: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4 di atas menunjukkan bahwa secara umum responden terbanyak menyatakan keberhasilan unit usaha toko masuk dalam kriteria kurang tinggi, yaitu sebanyak 37 responden dari total 93 responden atau sebesar 39,78% dari total responden. Hasil tersebut menjelaskan bahwa keberhasilan unit usaha toko Kopma Unnes kurang tinggi. Secara lebih rinci variabel keberhasilan usaha dibagi dalam dua indikator. Indikator volume usaha masuk dalam kriteria kurang tinggi dengan skor rata-rata sebesar 4,14. Selanjutnya indikator realisasi anggaran pendapatan dan belanja organisasi masuk dalam kriteria kurang tinggi dengan skor rata-rata sebesar 10,97.

Uji multikolinieritas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan yang sempurna atau tidak. Model regresi yang bebas dari multikolinieritas memiliki nilai VIF di bawah 10 dan nilai *tolerance* di atas 0,1. Penelitian ini dalam melakukan analisis uji multikolinieritas dibantu menggunakan program *SPSS for Windows Release 20.0*, yaitu diperoleh nilai *tolerance* untuk variabel kualitas pelayanan 0,784 dan kesesuaian kebutuhan 0,784. Sedangkan nilai VIF untuk variabel

kualitas pelayanan 1,275 dan kesesuaian kebutuhan 1,275. Nilai *tolerance* kedua variabel tersebut lebih dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terdapat multikolinieritas.

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena varian pengganggu yang berada antara satu pengamatan ke pengamatan lain. Adanya heteroskedastisitas dapat diketahui dengan melihat grafik plot antar prediksi variabel terikat dengan nilai residualnya. Model yang bebas dari heteroskedastisitas memiliki grafik *scatterplot* dengan pola titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah sumbu Y atau tidak adanya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Penelitian ini dalam melakukan analisis uji heteroskedastisitas dibantu menggunakan program *SPSS for Windows Release 20.0*. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa grafik *scatterplot* tidak membentuk pola tertentu dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Oleh karena itu, model regresi ini tidak memiliki gejala heteroskedastisitas.

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh

berdistribusi normal atau tidak. Analisis kenormalan data ini juga didukung oleh *plot of regression standarized residual*. Penelitian ini dalam melakukan analisis uji normalitas dibantu menggunakan program *SPSS for Windows Release 20.0*. Hasil uji normalitas yaitu grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal atau tidak menceng dan pada grafik

normal plot terlihat penyebaran titik-titik ada di sekitar dan sepanjang garis diagonal dan dapat disimpulkan bahwa data-data pada variabel penelitian berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program *SPSS for Windows Release 20.0* diperoleh hasil seperti pada tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	6.919	1.990			.423	.673
KUALITAS PELAYANAN	.027	.064	.046		3.477	.001
KESESUAIAN KEBUTUHAN	.355	.101	.381		3.503	.001

a. Dependent Variable: KEBERHASILAN UNIT USAHA TOKO

Berdasarkan tabel 5 di atas, maka diperoleh persamaan regresi berikut:

$$Y = 6,919 + 0,027 X_1 + 0,355 X_2$$

Persamaan diatas mengandung makna bahwa:

1. Konstanta sebesar 6,919 berarti bahwa jika skor kualitas pelayanan dan kesesuaian kebutuhan adalah nol maka besarnya keberhasilan unit usaha toko adalah 6,919 dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.
2. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,027 menyatakan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar satuan maka akan menyebabkan peningkatan atau kenaikan keberhasilan unit usaha toko sebesar 0,027 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.
3. Koefisien regresi variabel kesesuaian kebutuhan sebesar 0,355 menyatakan

bahwa setiap peningkatan kesesuaian kebutuhan sebesar satuan maka akan menyebabkan peningkatan atau kenaikan keberhasilan unit usaha toko sebesar 0,355 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.

Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh antara dua variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan dan kesesuaian kebutuhan secara bersama-sama terhadap variabel terikat, yaitu keberhasilan unit usaha toko. Hasil uji hipotesis dapat dilihat bahwa secara simultan besarnya F hitung adalah 8,820 dan F tabel sebesar 2,66 sehingga nilai F hitung > F tabel dengan harga signifikansi sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05 yang berarti bahwa H_0 ditolak dan menerima H_a . Dengan diterimanya H_a , berarti ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kesesuaian kebutuhan

secara simultan terhadap keberhasilan unit usaha toko.

Pengujian hipotesis secara parsial ini dilihat dari uji t. Apabila diperoleh nilai p value $< 0,05$, H_0 ditolak yang berarti ada pengaruh signifikan. Hasil analisis uji hipotesis secara parsial dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Keberhasilan Unit Usaha Toko

Berdasarkan hasil perhitungan bahwa secara parsial besarnya t hitung untuk variabel kualitas pelayanan (X1) yaitu sebesar 3,477 dan t tabel sebesar 1,978 sehingga t hitung $>$ t tabel dan harga signifikansi sebesar 0,001 atau kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t yang diperoleh tersebut signifikan yang berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan unit usaha toko Kopma Unnes.

2. Pengaruh Kesesuaian Kebutuhan (X2) terhadap Keberhasilan Unit Usaha Toko

Berdasarkan hasil perhitungan bahwa secara parsial besarnya t hitung untuk variabel kesesuaian kebutuhan (X2) yaitu sebesar 3,503 dan t tabel sebesar 1,978 sehingga t hitung $>$ t tabel dan harga signifikansi sebesar 0,001 atau kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t yang diperoleh tersebut signifikan yang berarti variabel kesesuaian kebutuhan berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan unit usaha toko Kopma Unnes.

Harga R^2 atau koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi yang diberikan oleh variabel kualitas pelayanan dan kesesuaian kebutuhan terhadap keberhasilan unit usaha toko Kopma Unnes. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan kesesuaian kebutuhan terhadap keberhasilan unit usaha toko Kopma Unnes dapat diketahui dari koefisien determinasi (R square) yaitu sebesar 0,264 atau 26,4%. Dengan demikian, kualitas pelayanan

dan kesesuaian kebutuhan mempengaruhi keberhasilan unit usaha toko Kopma Unnes sebesar 26,4% dan sisanya sebesar 73,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Pembahasan

Keberhasilan unit usaha toko dalam sebuah koperasi merupakan prestasi dalam meningkatkan kegiatan berbisnis dan pencapaian tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Koperasi Mahasiswa Unnes adalah Koperasi Serba Usaha (KSU) yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Tujuan Kopma Unnes dapat tercapai melalui aktivitas-aktivitas penunjang yang berlandaskan Pancasila, UUD 1945 dan UU No. 25 Tahun 1992. Kopma Unnes memiliki dua aktivitas pokok yaitu dalam bidang pemberdayaan sumber daya anggota dan bidang usaha. Hal ini dikarenakan Kopma Unnes sebagai Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) mempunyai peran ganda yaitu selain sebagai organisasi kemahasiswaan yang mempunyai visi atau tugas pendidikan, pelayanan dan pengembangan sumber daya para anggotanya, Kopma Unnes juga merupakan organisasi bisnis yang berbadan hukum koperasi. Sebagai organisasi bisnis, Kopma Unnes memiliki beberapa unit usaha, diantaranya adalah unit usaha toko, persewaan, *counter*, *laundry*, fotokopi dan rusunawa.

Toko Kopma merupakan salah satu unit usaha yang dimiliki Kopma Unnes. Selain itu, Toko Kopma juga termasuk dalam jenis ritel modern yang menjual berbagai macam jenis produk. Semua jenis produk tersebut disediakan oleh Toko Kopma dengan menyesuaikan kebutuhan yang dimiliki anggota. Tujuan Toko Kopma dalam meningkatkan kesejahteraan anggota dapat

tercapai, salah satunya dengan memenuhi kebutuhan anggota serta pemberian pelayanan dengan kualitas yang memuaskan. Oleh karena itu, semua pihak yang terkait saling membantu demi tercapainya tujuan tersebut dan keberhasilan unit usaha toko.

Berdasarkan hasil analisis mengenai variabel kualitas pelayanan, kesesuaian kebutuhan dan keberhasilan unit usaha toko Kopma Unnes di atas, serta pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat baik secara parsial maupun simultan dapat diketahui sebagai berikut:

Kualitas Pelayanan

Pelayanan menurut Sudarsono dan Edilius (2007:19) merupakan salah satu bentuk kerjasama yang muncul karena adanya kesamaan kebutuhan dari para anggotanya dan berupaya memenuhi kepentingan kelompok masyarakat yang menjadi anggotanya. Berkaitan dengan hal ini koperasi seharusnya tidak mengambil keuntungan yang tinggi dalam usaha bisnisnya, tetapi memberikan manfaat pelayanan kepada anggota koperasi. Kopma Unnes dalam memberikan pelayanan terhadap anggota sebagai pemilik sekaligus pelanggan telah dilakukan dengan sebaik-baiknya. Responden menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh unit usaha toko Kopma Unnes telah memuaskan dengan skor rata-rata sebesar 24,77 atau jika dipersentasikan menjadi 65,18%. Responden terbanyak yaitu 40 anggota dari total 93 responden menyatakan kualitas pelayanan unit usaha toko Kopma Unnes telah memuaskan. Sedangkan responden yang menyatakan sangat memuaskan sejumlah 10 anggota, kurang memuaskan sejumlah 33 anggota dan tidak memuaskan sejumlah 10 anggota. Adanya sistem komputerisasi yang mempermudah dalam transaksi usaha, penawaran berupa poin anggota, fasilitas yang tersedia dan kinerja karyawan mampu

memberikan pelayanan yang memuaskan kepada anggota. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini menggunakan lima indikator, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan dan kepastian) dan *empathy* (perhatian).

Kesesuaian Kebutuhan

Koperasi sebagai lembaga ekonomi berupaya untuk memenuhi kebutuhan para anggotanya. Koperasi merupakan salah satu bentuk kerjasama yang muncul karena adanya suatu kesamaan kebutuhan daripada anggotanya. Tugas utama koperasi adalah untuk menunjang kegiatan perusahaan koperasi dan rumah tangga anggotanya dalam rangka meningkatkan kekuatan ekonominya melalui penyediaan barang dan jasa yang dibutuhkan. Kopma Unnes dalam menyelenggarakan usaha juga berpegang pada kesesuaian kebutuhan.

Secara umum dalam penyelenggaraan usaha, prinsip kesesuaian kebutuhan Kopma Unnes sudah baik dengan skor rata-rata sebesar 20,84 atau jika dipersentasikan menjadi 71,86%. Responden terbanyak yaitu sejumlah 37 anggota dari total 93 responden menyatakan kesesuaian kebutuhan Kopma Unnes sudah baik, sedangkan responden paling sedikit menjawab tidak baik sejumlah 12 anggota, 28 anggota menyatakan kurang baik dan 16 anggota menyatakan sangat baik. Hal ini dikarenakan pengurus bidang Usaha mempunyai program kerja dalam *survey* kebutuhan anggota yang bekerjasama dengan bidang Litbang Hum sehingga produk yang ditawarkan oleh unit usaha toko Kopma Unnes dapat disesuaikan dengan kebutuhan anggota. Variabel kesesuaian kebutuhan dalam penelitian ini menggunakan tiga indikator, yaitu produk yang tidak tersedia di pasar; produk dengan harga, mutu dan syarat-syarat yang lebih menguntungkan dibandingkan

badan usaha lain; dan program yang menunjang aktualisasi diri.

Keberhasilan Unit Usaha Toko

Keberhasilan toko yang merupakan salah satu jenis ritel menurut pendapat Meerzorg dalam Utami (2006:62) adalah bahwa salah satu kunci sukses dalam bidang usaha ritel modern adalah implementasi strategi *relationship marketing* (pemasaran relasional) yang bertujuan membangun dan memelihara komitmen pelanggan sebagai dasar bagi pencapaian tujuan organisasi. Secara umum, keberhasilan unit usaha toko Kopma Unnes kurang tinggi dengan skor rata-rata sebesar 14,34 atau jika dipersentasikan menjadi 62,35%. Responden terbanyak, yaitu sebanyak 37 anggota dari total 93 responden menyatakan keberhasilan unit usaha toko Kopma Unnes kurang tinggi. Sedangkan responden paling sedikit sejumlah 12 anggota menyatakan tidak tinggi, kemudian 30 anggota menyatakan tinggi dan 14 anggota menyatakan sangat tinggi. Variabel keberhasilan unit usaha toko dalam penelitian ini menggunakan dua indikator yaitu volume usaha dan realisasi anggaran pendapatan dan belanja organisasi.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keberhasilan Unit Usaha Toko

Menurut John Sviokla dalam Lupiyoadi (2001:147), salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan organisasi atau perusahaan jasa dan ritel secara keseluruhan (Utami, 2006:249). Keterkaitan kualitas pelayanan anggota terhadap keberhasilan unit usaha toko, yaitu berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan konstanta sebesar 0,027 menyatakan bahwa setiap peningkatan kualitas

pelayanan sebesar satuan maka akan menyebabkan peningkatan atau kenaikan keberhasilan unit usaha toko sebesar 0,027 satuan, dengan asumsi variabel yang lainnya konstan. Sedangkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan menerima H_a , yaitu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan unit usaha toko.

Berdasarkan hasil perhitungan bahwa secara parsial besarnya t hitung untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) yaitu sebesar 3,477 dan t tabel sebesar 1,978 sehingga t hitung $>$ t tabel dan harga signifikansi sebesar 0,001 atau kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t yang diperoleh tersebut signifikan yang berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan unit usaha toko Kopma Unnes. Dengan demikian, hasil penelitian ini setuju dengan pendapat John Sviokla dalam Lupiyoadi dan Christina Whidya Utami bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keberhasilan unit usaha toko.

Pengaruh Kesesuaian Kebutuhan terhadap Keberhasilan Unit Usaha Toko

Anggota koperasi mempunyai kebutuhan ekonomi yang sama dan hal tersebut merupakan faktor utama yang mendasari mereka untuk mendirikan usaha koperasi. Apabila faktor pembentukan tersebut menjadi acuan utama dalam mengembangkan usaha koperasi, maka seluruh kegiatan usaha koperasi didasarkan pada maksimisasi pelayanan atau pemenuhan kebutuhan ekonomi anggota (Sitio dan Tamba, 2001:81). Toko Kopma yang merupakan jenis ritel modern berupaya memuaskan kebutuhan konsumen dengan mencari kesesuaian antara barang-barang yang dimilikinya dengan harga, tempat dan waktu yang diinginkan pelanggan (Utami, 2006:4). Keterkaitan kesesuaian kebutuhan anggota terhadap keberhasilan unit usaha toko, yaitu

berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan konstanta sebesar 0,355 menyatakan bahwa setiap peningkatan kesesuaian kebutuhan sebesar satuan maka akan menyebabkan peningkatan atau kenaikan keberhasilan unit usaha toko sebesar 0,355 satuan, dengan asumsi variabel yang lainnya konstan. Sedangkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan menerima H_a , yaitu kesesuaian kebutuhan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan unit usaha toko.

Berdasarkan hasil perhitungan bahwa secara parsial besarnya t hitung untuk variabel kesesuaian kebutuhan (X_2) yaitu sebesar 3,503 dan t tabel sebesar 1,978 sehingga t hitung $>$ t tabel dan harga signifikansi sebesar 0,001 atau kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t yang diperoleh tersebut signifikan yang berarti variabel kesesuaian kebutuhan berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan unit usaha toko Kopma Unnes. Dengan demikian, hasil penelitian ini setuju dengan pendapat Arifin Sitio dan Halomoan Tamba serta Christina Whidya Utami bahwa kesesuaian kebutuhan mempunyai pengaruh terhadap keberhasilan unit usaha toko.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kesesuaian Kebutuhan terhadap Keberhasilan Unit Usaha Toko

Keberhasilan unit usaha toko koperasi merupakan prestasi dalam meningkatkan kegiatan berbisnis dan pencapaian tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Toko Kopma atau dikenal dengan *Minimarket* Kopma merupakan salah satu jenis ritel modern yang menjual sebagian besar variasi produk dengan harga yang murah. Menurut Meerzorg dalam Utami (2006:62), bahwa salah satu kunci sukses dalam bidang usaha ritel modern adalah implementasi strategi *relationship marketing* (pemasaran relasional)

yang bertujuan membangun dan memelihara komitmen pelanggan sebagai dasar bagi pencapaian tujuan organisasi. Pendapat tersebut ditambahkan oleh Utami (2006:65), bahwa secara khusus ritel memiliki keunggulan bersaing terbesar dalam kesempatan-kesempatan yang sama dengan strategi ritelnya, sehingga ritel akan berhasil dalam kesempatan penembusan pasar. Selain itu, Nuritha dkk. (2013:825-835) menambahkan bahwa keberhasilan usaha *minimarket* diukur berdasarkan laba usaha yang berhasil dicapai oleh para pengusaha dalam kurun waktu tertentu.

Hasil penelitian melalui analisis regresi berganda dapat diketahui sebagai berikut:

1. Hasil penelitian melalui regresi berganda memperoleh angka konstanta sebesar 6,919 berarti bahwa jika skor kualitas pelayanan dan kesesuaian kebutuhan adalah nol maka besarnya keberhasilan unit usaha toko adalah 6,919 dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.
2. Adanya pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan dan kesesuaian kebutuhan terhadap keberhasilan unit usaha toko yang ditunjukkan dari harga-harga koefisien regresi yang bertanda positif.
3. Harga koefisien determinasi simultan (R^2) sebesar 26,4% dan sisanya sebesar 73,6% dipengaruhi oleh faktor lain seperti lingkungan usaha, pendidikan perkoperasian, motivasi berkoperasi kemampuan manajerial pengurus dan modal koperasi yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kesesuaian kebutuhan berpengaruh terhadap keberhasilan unit usaha toko Kopma Unnes baik secara parsial maupun simultan dibuktikan

dari hasil uji t dan uji F yang memperoleh signifikansi di bawah 0,05. Adanya pengaruh paling besar dari kualitas pelayanan terhadap keberhasilan unit usaha toko Kopma Unnes disebabkan pelayanan mempunyai kedudukan yang sangat menentukan bagi suksesnya koperasi sebagai pemenuhan kebutuhan ekonomi anggota. Kegiatan pelayanan ini tentu sekaligus diharapkan dapat menjadi sumber keuntungan bagi perusahaan koperasi (Sitio dan Tamba, 2001:81). Selanjutnya, semakin banyak hubungan ekonomis antara anggota dengan koperasi, semakin besar kemungkinan berkembangnya koperasi. Dengan demikian, hasil penelitian ini setuju dengan pendapat yang telah dijelaskan di atas.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan yaitu:

Berdasarkan uji secara parsial kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan unit usaha toko dengan koefisien sebesar 3,477 dan kesesuaian kebutuhan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan unit usaha toko dengan koefisien sebesar 3,503.

Secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kesesuaian kebutuhan terhadap keberhasilan unit usaha toko Kopma Unnes dengan kontribusi sebesar 26,4% dan sisanya sebesar 73,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Kualitas pelayanan karyawan toko Kopma Unnes termasuk dalam kriteria memuaskan dengan skor rata-rata 24,77 atau 65,18%. Kesesuaian kebutuhan anggota Kopma Unnes termasuk dalam kriteria baik dengan skor rata-rata 20,83 atau 71,86%. Kemudian untuk keberhasilan unit usaha toko Kopma Unnes termasuk dalam kriteria kurang tinggi dengan skor rata-rata 14,34 atau 62,35%.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima dengan besar F hitung 8,820 dan F tabel 2,66 ($F_{hitung} > F_{tabel}$) dengan harga signifikansi sebesar 0,000 (kurang dari 0,05), artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kesesuaian kebutuhan terhadap keberhasilan unit usaha toko.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Kopma Unnes. 2014. Laporan Akhir Tahun Kopma Unnes Tutup Buku Tahun 2014. Semarang: Kopma Unnes.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik. Jakarta: Salemba Empat.
- Nuritha, Irfrina., Saiful B, dan Windi E. 2013. "Identifikasi Pengaruh Lokasi usaha terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember dengan Sistem Informasi Geografis". Dalam Jurnal Sainstek UNEJ, Volume I No. 1. Hal 825-835. Jember: Universitas Jember.
- Sitio, Arifin dan Halomoan Tamba. 2001. Koperasi Teori dan Praktik. Jakarta: Erlangga.
- Sudarsono dan Edilius. 2005. Koperasi dalam Teori dan Praktik. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- 2007. Manajemen Koperasi Indonesia. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.

Utami, Christina Whidya. 2006. Manajemen
Ritel. Strategi dan Implementasi Ritel

Modern. Jakarta: Salemba Empat.