

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Uji Kualitas Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Berikut adalah hasil uji validitas dengan koefisien korelasi *product moment*.

Tabel 5.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Nilai r	Nilai sig	Keterangan
Keputusan Konsumen	Item 1	0,726	0,000	Valid
	Item 2	0,734	0,000	Valid
	Item 3	0,716	0,000	Valid
	Item 4	0,748	0,000	Valid
Kualitas Pelayanan	Item 1	0,733	0,000	Valid
	Item 2	0,793	0,000	Valid
	Item 3	0,707	0,000	Valid
	Item 4	0,802	0,000	Valid
Persepsi Kemudahan	Item 1	0,835	0,000	Valid
	Item 2	0,791	0,000	Valid
	Item 3	0,776	0,000	Valid
	Item 4	0,747	0,000	Valid
Lokasi	Item 1	0,855	0,000	Valid
	Item 2	0,759	0,000	Valid
	Item 3	0,741	0,000	Valid
	Item 4	0,677	0,000	Valid
Fleksibilitas	Item 1	0,690	0,000	Valid
	Item 2	0,720	0,000	Valid
	Item 3	0,854	0,000	Valid
	Item 4	0,800	0,000	Valid

Sumber: Data Primer, 2017

Berdasarkan tabel 5.1 di atas dapat dilihat bahwa semua item pernyataan mempunyai nilai r hitung $>$ daripada r tabel yaitu 0,2199 dengan nilai signifikansi $<$ 0,05, hal ini berarti bahwa semua item-item pada pernyataan kuesioner valid dan dapat digunakan pada penelitian selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan pada suatu penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan. Berikut merupakan hasil dari pengujian reliabilitas.

Tabel 5.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpa	Keterangan
Keputusan Konsumen	0,709	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,755	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,796	Reliabel
Lokasi	0,757	Reliabel
Fleksibilitas	0,769	Reliabel

Sumber: Data Primer, 2017

Berdasarkan tabel 5.2 di atas dapat dilihat bahwa semua instrument pada kuesioner mempunyai nilai *Alpha Cronchbach's* diatas 0,70 hal ini berarti menunjukkan bahwa semua instrument pernyataan pada kuesioner tersebut adalah reliable dan dapat digunakan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengukur kualitas data pada penelitian guna menghasilkan model persamaan regresi yang baik, sehingga dilakukan pengujian asumsi klasik terhadap variabel – variabel bebas dalam penelitian ini yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi normalitas data dalam penelitian ini menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov. Hasil pengujiannya adalah sebagai berikut.

Tabel 5.3
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,07981661
Most Extreme Differences	Absolute	0,109
	Positive	0,043
	Negative	-0,109
Kolmogorov-Smirnov Z		0,977
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,296

Sumber: Data Primer, 2017

Berdasarkan tabel 5.3 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,296 > 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi dua atau lebih antar variabel-variabel independen yang masuk ke dalam model regresi. Berikut ini hasil pengujian multikolinieritas.

Tabel 5.4

Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	0,702	1,424
	Persepsi Kemudahan	0,462	2,165
	Lokasi	0,735	1,360
	Fleksibilitas	0,559	1,790

Sumber: Data Primer, 2017

Berdasarkan tabel 5.4 di atas menunjukkan bahwa hasil uji multikolinearitas terhadap keempat variabel independen pada penelitian ini masing – masing diperoleh nilai VIF < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi pada penelitian ini terbebas dari multikolinearitas, artinya adalah tidak terjadi korelasi antar variabel bebasnya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Berikut ini hasil pengujian heteroskedastisitas dengan uji *Glejser*.

Table 5.5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,457	1,112		2,210	0,030
	Kualitas Pelayanan	-0,054	0,057	-0,128	-0,946	0,347
	Persepsi Kemudahan	0,016	0,062	0,043	0,254	0,800
	Lokasi	-0,043	0,056	-0,101	-0,761	0,449
	Fleksibilitas	-0,013	0,061	-0,032	-0,210	0,835

Sumber: Data Primer, 2017

Berdasarkan pada tabel 5.5 hasil uji dari heteroskedastisitas dengan menggunakan metode *Glejster* terlihat bahwa nilai signifikansi $> 0,05$ sehingga dalam hal ini berarti model yang diestimasi bebas dari heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Berikut adalah hasil dari pengujian autokorelasi dengan uji Durbin-Watson.

Tabel 5.6
Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1,761

Sumber: Data Primer, 2017

Tabel 5.6 di atas menunjukkan nilai Durbin Watson sebesar 1,761. Dengan $n = 80$, $\alpha = 5\%$ dan $k = 4$ diperoleh $dL = 1,533$ dan $dU = 1,743$. Nilai DW sebesar 1,761 berada pada interval $dU < d < 4-dU$ atau $1,743 < 1,761 < 2,260$ yang berarti tidak ada autokorelasi positif ataupun negatif.

Berdasarkan pada uji asumsi klasik yang telah dilakukan didalam penelitian meliputi: uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan juga uji autokorelasi, maka dapat disimpulkan bahwa data variabel dalam penelitian ini sudah layak untuk dianalisa lebih lanjut dengan menggunakan regresi linier berganda.

1. Uji Hipotesis

a. Intrepretasi Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel kualitas pelayanan, persepsi kemudahan, lokasi, dan fleksibilitas terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo. Berikut merupakan hasil analisis linier berganda.

Tabel 5.7
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Standardized Coefficients	T	Sig.	
1				
	Kualitas Pelayanan	0,328	3,794	0,000
	Persepsi Kemudahan	0,333	3,212	0,003
	Lokasi	0,077	0,915	0,363
	Fleksibilitas	0,226	2,331	0,022

Sumber: Data Primer, 2017

Berdasarkan tabel 5.7 di atas, dapat disusun persamaan regresi dari hasil pengujian analisis regresi linier berganda sebagai berikut.

$$Y = 0,328 X_1 + 0,333X_2 + 0,077X_3 + 0,226X_4$$

Persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

1) Koefisien regresi kualitas pelayanan (b_1)

Variabel kualitas pelayanan (X_1) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,328. Koefisien regresi yang positif, menunjukkan pengaruh yang searah antara kualitas pelayanan dengan tingkat keputusan konsumen. Artinya semakin tinggi atau baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak penyedia jasa maka akan semakin tinggi tingkat keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo dengan asumsi *ceteris paribus*.

2) Koefisien regresi persepsi kemudahan (b_2)

Variabel persepsi kemudahan (X_2) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,333. Koefisien regresi yang positif, menunjukkan pengaruh yang searah antara persepsi kemudahan dengan tingkat keputusan konsumen. Artinya apabila semakin tinggi kemudahan yang dapat diberikan oleh penyedia jasa untuk penggunaannya maka akan semakin tinggi tingkat keputusan

konsumen dalam menggunakan jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo dengan asumsi *ceteris paribus*.

3) Koefisien regresi lokasi (b_3)

Variabel lokasi (X_3) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,077. Koefisien regresi yang positif, menunjukkan pengaruh yang searah antara lokasi dengan tingkat keputusan konsumen. Artinya semakin mudah lokasi dari penyedia jasa untuk dijangkau letaknya maka akan semakin tinggi tingkat keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo dengan asumsi *ceteris paribus*.

4) Koefisien regresi fleksibilitas (b_4)

Variabel fleksibilitas (X_4) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,226. Koefisien regresi yang positif, menunjukkan pengaruh yang searah antara fleksibilitas dengan tingkat keputusan konsumen. Artinya semakin baik seorang karyawan mampu memberikan pelayanan yang jauh lebih mudah dari prosedur yang ditetapkan oleh penyedia jasa untuk penggunaannya maka akan semakin tinggi tingkat keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo dengan asumsi *ceteris paribus*.

b. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial

Pengaruh parsial menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya. Berdasarkan hasil analisis data yang ditunjukkan Tabel 5.7 diperoleh nilai signifikansi (p-value) variabel kualitas pelayanan sebesar 0,000, dikarenakan nilai p-value lebih kecil dari nilai $\alpha = 5\%$ atau ($0,000 < 0,05$), maka dapat dinyatakan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap tingkat keputusan konsumen dalam

menggunakan jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo. Hal ini berarti H_1 diterima.

Variabel persepsi kemudahan sebesar 0,003, dikarenakan nilai p-value lebih kecil dari nilai $\alpha = 5\%$ atau ($0,003 < 0,05$), maka dapat dinyatakan variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap tingkat keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo. Hal ini berarti H_2 diterima.

Variabel lokasi 0,363, dikarenakan nilai p-value lebih besar dari nilai $\alpha = 5\%$ atau ($0,363 > 0,05$), maka dapat dinyatakan variabel lokasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap tingkat keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo. Hal ini berarti H_3 ditolak.

Variabel fleksibilitas sebesar 0,022, dikarenakan nilai p-value lebih kecil dari nilai $\alpha = 5\%$ atau ($0,022 < 0,05$), maka dapat dinyatakan variabel fleksibilitas berpengaruh positif terhadap tingkat keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo. Hal ini berarti H_4 diterima.

Tabel 5.8
Ringkasan Hasil Signifikansi Pengaruh Parsial

Kode	Hipotesis	Hasil
H_1	Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen	Diterima
H_2	Persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen	Diterima
H_3	Lokasi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan konsumen	Ditolak
H_4	Fleksibilitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen	Diterima

Sumber: Rangkuman Penjabaran Signifikansi Pengaruh Parsial

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama – sama dapat berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, atau apakah model regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

Tabel 5.9
Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Model		Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regresion	141,686	4	35,421	28,840	0,000
	Residual	92,114	75	1,228		
	Total	233,800	79			

Sumber Data Primer, 2017

Berdasarkan hasil analisis tabel 5.9 di atas, diperoleh nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dikatakan bahwa secara simultan atau bersama – sama keempat variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan, persepsi kemudahan, lokasi, dan fleksibilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat keputusan konsumen.

d. Uji Koefisien Determinasi

Berikut merupakan hasil dari pengujian koefisien determinasi.

Tabel 5.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R square	Std. Error of the Estimate
1	0,778	0,558	0,585	1,108

Sumber: Data Primer, 2017

Tabel 5.10 di atas menunjukkan nilai *adjusted R square* sebesar 0,585. Artinya sumbangan variabel kualitas pelayanan, persepsi kemudahan, lokasi dan fleksibilitas terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa

Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama adalah sebesar 0,585 atau 58,5%. Sisanya sebesar 41,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

B. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa faktor kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap tingkat keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo, ditunjukkan oleh nilai Beta sebesar 0,325 dan nilai sebesar sig 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya, apabila semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak penyedia jasa maka akan semakin tinggi tingkat keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo. Sebaliknya, semakin rendah atau buruk kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin rendah pula tingkat keputusan konsumen terhadap penggunaan jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo.

Tanpa adanya kualitas pelayanan yang cukup baik sebesar apapun suatu perusahaan yang berdiri dalam bidang jasa akan terlihat tidak memiliki sesuatu yang dapat memuaskan bagi penggunanya, maka perusahaan tersebut dianggap belum memenuhi standar yang baik. Konsumen selalu mengharapkan pelayanan yang dapat melayaninya dengan cepat tanpa harus membutuhkan waktu yang lama untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Sehingga, untuk menarik dan bahkan mempertahankan para penggunanya suatu perusahaan diharuskan untuk memiliki suatu kualitas pelayanan yang cukup memuaskan baik dari prosedur perusahaan maupun dari diri para karyawan yang berada di perusahaan. Sesuai dengan yang diungkapkan oleh Daud (2013) yang mengatakan bahwa dengan adanya kredit

dapat membantu penggunaanya saat kekurangan dana, bias mendapatkan dana dengan mudah dan cepat tanpa proses dan prosedur yang lama.

Hal ini berarti menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor yang cukup penting pada suatu perusahaan yang bergerak pada bidang jasa. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Slamet (2016), Sofiyanto (2016), dan Shobirin (2016).

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Konsumen

Hasil analisis mengenai faktor persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo yang ditunjukkan oleh nilai Beta sebesar 0,293 dan nilai sig sebesar $0,003 < 0,05$. Artinya apabila semakin tinggi kemudahan yang dapat diberikan oleh penyedia jasa untuk penggunaanya maka akan semakin tinggi tingkat keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo.

Persepsi kemudahan dapat menjadi suatu faktor yang cukup menarik untuk diterapkan di perusahaan yang bergerak pada bidang jasa. Konsumen dapat menentukan pilihanya dalam menggunakan suatu bidang jasa karna dapat membedakan prosedur mana yang jauh mudah dan cepat dalam proses mendapatkan pelayanan. Seiring munculnya berbagai kebutuhan-kebutuhan konsumen yang sifatnya mendesak membuat perusahaan pada bidang jasa harus mampu memberikan hasil yang memuaskan dan sesuai yang diharapkan oleh penggunaanya dengan mudah. Bukan hanya prosedur yang mudah, berbagai persyaratan yang diajukan oleh calon para pengguna jasa pun diharapkan dapat sesimpel mungkin dan semudah mungkin untuk dapat diajukan pada perusahaan penyedia jasa, sehingga pada saat pengguna membutuhkan jasa dapat mendatangi

perusahaan tanpa harus disibukan dengan persyaratan yang cukup rumit. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Simanjuntak (2017) dan Adityo (2011) yang menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen

Hasil analisis mengenai pengaruh lokasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo, hal ini ditunjukkan oleh nilai Beta sebesar 0,078 dan nilai sig sebesar $0,363 > 0,05$. Setiap perusahaan yang bergerak pada bidang jasa sudah umumnya apabila akan mendirikan perusahaannya pada lokasi yang strategis dengan tujuan agar mudah pada saat akan dikunjungi oleh konsumen selama beroperasi.

Letak lokasi yang strategis dan mudah dijangkau dengan transportasi yang dimiliki oleh masyarakat menjadi daya tarik bagi perusahaan untuk menjadikannya sebagai tempat yang cocok untuk beroperasi. Namun, tidak hanya satu perusahaan saja yang memiliki kesempatan untuk dapat berdiri dan beroperasi pada lokasi tersebut, akan ada berbagai perusahaan yang juga memanfaatkan lokasi yang strategis tersebut dengan tujuan yang sama. Pada lokasi berdirinya Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo terdapat berbagai Bank yang berdiri dan juga berbagai perusahaan pada bidang jasa lainnya, sehingga masyarakat dapat memilih dengan mudah bidang jasa apa yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhannya sesuai dengan kebutuhan masing – masing calon anggota sebelum memilih perusahaan mana yang tepat dijadikan sebagai solusi.

Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa

Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo. Kemungkinan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen dikarenakan konsumen memutuskan untuk menggunakan jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo didasari oleh beberapa faktor lain seperti kualitas pelayanan yang dianggap cukup memuaskan dalam pelaksanaan kegiatannya, prosedur kemudahan dalam proses mendapatkan pelayanan yang tidak terlalu sulit, dan juga faktor – faktor lainnya yang lebih berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Sehingga bisa saja lokasi tidak mempunyai pengaruh yang cukup signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian Firda (2017), Sofiyanto (2016), Shobirin (2016), dan Desy (2015) yang menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap keputusan konsumen.

4. Pengaruh Fleksibilitas Terhadap Keputusan Konsumen

Hasil analisis mengenai fleksibilitas berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo hal ini ditunjukkan oleh nilai Beta sebesar 0,214 dan nilai sig sebesar $0,022 < 0,05$. Artinya semakin baik seorang karyawan mampu memberikan fleksibilitas dalam melaksanakan kegiatannya yang jauh lebih mudah dari prosedur yang ditetapkan oleh penyedia jasa untuk penggunaannya maka akan semakin tinggi tingkat keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo.

Fleksibilitas merupakan bentuk pelayanan yang dapat dijadikan suatu kelebihan bagi sebuah perusahaan di bidang penyedia jasa. Bagi pengguna jasa yang masih mampu untuk melakukan kebutuhannya sendiri mungkin dengan

prosedur yang cukup mudah sudah bisa untuk memenuhi kebutuhannya, namun bagi pengguna jasa yang kurang mampu sudah pasti membutuhkan pelayanan yang lebih diluar pelayanan yang diterapkan oleh perusahaan penyedia jasa. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Awang dkk (2009) yang mengatakan bahwa keberhasilan sebuah lembaga keuangan tidak hanya diukur dari sisi kinerja finansialnya saja melainkan yang amat penting melalui kinerja sosial. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2013) yang menyebutkan bahwa perusahaan harus meningkatkan fleksibilitas keuangannya untuk menghadapi resiko.

Perusahaan yang mampu memberikan sesuatu yang lebih baik dan dianggap sebagai pelayanan yang cukup membantu bagi konsumen yang membutuhkan pelayanan tersebut diluar prosedur yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan dapat diterima oleh konsumen tanpa perantara terlebih dahulu yang harus dilakukan oleh konsumennya yang bersifat fleksibel dalam pemenuhan kebutuhan untuk penggunaannya merupakan sesuatu yang sangat penting yang dapat dijadikan suatu daya tarik bagi perusahaan tersebut. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh responden pada penelitian pada koperasi Serba Usaha Harapan Bersama di Kabupaten Muara Bungo bahwa Semakin banyak pelayanan – pelayanan yang dapat diberikan secara pribadi oleh para karyawannya untuk konsumen dapat menjadi daya tarik sendiri bagi konsumen dalam menentukan suatu bidang jasa yang akan digunakan sebagai solusi dalam memenuhi kebutuhannya.