

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KUALITAS
PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN
NASABAH KOPERASI MANURUNG JAYA**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh :

FEBRI FERA

19 040 200 83

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2023**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KUALITAS
PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN
NASABAH KOPERASI MANURUNG JAYA**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh :

FEBRI FERA

19 040 200 83

Pebimbing :

M. Ikhsan Purnama, S.E.Sy.,M.E

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2023**

HALAMANPERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Febri Fera
NIM : 19 040 200 83
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa;

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan atau karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat semestinya. Bilamana dikemudian hari pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administrasi atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 2023
Yang membuat pernyataan



Febri Fera
NIM. 19 040 200 83

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Manurung Jaya yang ditulis oleh Febri Fera. Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 19 0402 0083, Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah (PBS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyakan pada hari Rabu 06 September 2023 bertepatan 20 Shaffar 1445 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Palopo, 02 Oktober 2023

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua sidang | () |
| 2. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M | Penguji I | () |
| 4. Dr. Fasiha, M.E.I. | Penguji II | () |
| 5. M. Ikhsan Purnama, S.E.Sy., M.E. | Pembimbing I | () |

Mengetahui

a.n Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP. 198201242009012006



Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
NIP. 198912072019031005

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا
مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Manurung Jaya” setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat dan Salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw, kepada para keluarga, sahabat dan pengikutnya yang telah memperjuangkan dan menyebarkan ajaran agama Islam sehingga membawa peradaban perkembangan ilmu pengetahuan yang dirasakan sampai saat ini. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Sehingga penelitian Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penelitian Skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan terkhusus kepada kedua orangtuaku tercinta Bapak HAYUDDIN dan Ibu Alm. NUR ANTASARI yang telah mengasuh dan mendidik

penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil sampai sekarang. Begitu pula selama penulis menempuh pendidikan dari sekolah dasar hingga perguruan tinggi, begitu banyak pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis baik secara moril maupun materil. Penulis sadar tidak mampu untuk membalas semua yang telah diberikan, terima kasih yang sebesar-besarnya kepada bapak saya yang telah menjadi sosok seorang ibu semenjak kepergian ibu tercinta yang selalu mendoakan penulis setiap saat dan memberikan banyak dukungan dalam penyusunan Skripsi ini. Hanya do'a yang dapat penulis persembahkan untuk mereka berdua, semoga senantiasa berada dalam lindungan serta limpahan kasih sayang Allah Swt. Aamiin. Serta peneliti juga berterima kasih kepada beberapa pihak diantaranya:

1. Rektor IAIN Palopo, Dr. Abbas Langaji, M. Ag, serta Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan, Dr Munir Yusuf, M.Pd, Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Dr. Masruddin, S.S., M.Hum. Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr Mustaming, S.Ag., M.HI. yang telah membina peneliti menimbah ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI., M.HI., serta Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Fasiha, M.EI., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, Muzayyanah Jabani, S.T., M.M., dan Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, yang telah membantu mensukseskan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Ketua Prodi Perbankan Syariah IAIN Palopo, Bapak Edi Indra Setiawan. S.E., M.M., seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu, mendidik, membimbing, mengajar dan mencurahkan ilmu-ilmunya kepada penulis. Semoga Allah Swt., melimpahkan amal kebaikan mereka. Aamin.
4. Bapak M.Ikhsan Purnama,S.E.Sy.,M.E. selaku pembimbing yang telah banyak memberikan motivasi, koreksi, arahan, dan evaluasi dalam proses penyelesaian
5. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M.. selaku penguji I dan Dr. Fasiha M.El. selaku penguji II yang telah banyak meluangkan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan serta membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepala Perpustakaan dan segenap karyawan dan karyawanati dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah memberikan peluang untuk penulis dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
7. Yang tersayang kakakku Hayuni Hafhari, Amd.,Keb., Vira Yudianti S.E, serta adikku Aprilia Ananda, Juan Fachri, Nahwa Ukhroini dan Nahwa Khoirumi yang selalu setia memberikan semangat, doa dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat seperjuangan khususnya kelas PBS B Angkatan 2019 yang selalu setia mendampingi, memberikan semangat, memberikan bantuan selama proses pembelajaran di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) PalopoKepada semua teman seperjuangan Perbankan Syariah Angkatan

2019 yang sudah membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini

9. Teman-teman seperjuanganku, Fansriver, Agam Atra Bintang, Alm.Fachrul, Gita Ramadani, Dian Rahmawati, dan Sartika yang senantiasa membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Teriring doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal dari Allah swt. dan selalu diberi petunjuk ke jalan yang lurus serta mendapat Ridho-Nya amin.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang perbankan.

Palopo, 2023

Penulis

Febri Fera

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab - Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya kedalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak di lambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṣa	ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	şad	ş	Es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak ditengah atau diakhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut :

Tanda	Nama	HurufLatin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	A	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>ḍammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu :

Tanda	Nama	HurufLatin	Nama
اِيْ	<i>Fathah dan yā'</i>	Ai	A dan i
اُوْ	<i>fathah dan wau</i>	Au	A dan u

Contoh:

كَيْفَ :*kaifa*

هُوْلَ :*hauला*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ...اِ...اِى	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	Ā	Ada garis di atas
يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>yā'</i>	Ī	I dan garis di atas
وُ	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	Ū	U dan garis di atas

مَاتَ :*māta*

رَمَى :*ramā*

قِيلَ :*qīla*

يَمُوتُ :*yamūtu*

4. Tā' marbūtah

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu: *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍamma*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah [h].

Kalau kata yang berakhir dengan *tā' marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata san dan *gal*-serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūṭah* itu transliterasinya dengan ha (ha).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ :*rauḍahal-atfāl*
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ :*al-madīnahal-fāḍilah*
الْحِكْمَةُ :*al-ḥikmah*

5. Syaddah (Tasydīd)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang di beri tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا :*rabbnā*
نَجَّيْنَا :*najjainā*
الْحَقُّ :*al-ḥaqq*
نُعَمُّ :*nu'ima*
عُدُوْا :*'aduwwun*

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* diakhir sebuah kata dan didahulukan oleh huruf *kasrah* (سَيِّسِي), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Alī (bukan 'Aliyyatau 'Aly)
عَرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan 'Arabiyyatau 'Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (aliflamma'rifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ :al-syamsu (bukan asy-syamsu)

الزَّلْزَلَةُ :al-zalزالah (al-zalزالah)

الفَلْسَفَةُ :al-falsafah

الْبِلَادُ : al-bilādu. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arabia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ :ta'murūna

النَّوْعُ :al-nau'

شَيْءٌ :syai'un

أَمْرٌ :umirtu

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata istilah atau kalimat Arab yang transliterasinya adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia,

atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh :

Syarhal-Arba'īnal-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-Maṣlahah

9. Lafzal-Jalālah (الله)

Kata “Allah” yang didahului pertikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasanominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُنَا ٱللَّهِ *d īnillāh* بِٱللَّهِ *billāh*

Adapun *tā'marbūṭah* diakhir kata yang disandarkan kepada *lafzal-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْفِيرٌ حَمَّةِ ٱللَّهِ *humfīrah matillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*AllCaps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf

kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tnpat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. bila nama diri didahului oleh kata sandang (al), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wamā Muḥammadun illārasūl

Inna awwala baitin wudi 'a linnāsi lallaẓībi Bakkata mubārakan

Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fihi al-Qur 'ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Naṣr Ḥāmid Abū Zayd

Al-Ṭūfī

Al-Maṣlahah fī al-Tasyr ī al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū(bapak dari) sebagai anak kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau agtar referensi.

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan di bawah ini :

SWT. = subhânahūwata ‘‘âlâ

SAW. = sallallâhu,,alaihiwasallam

AS = ‘AlaihiAl-Salam

H = Hijrah

M = Masehi

SM = SebelumMasehi

l = Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)

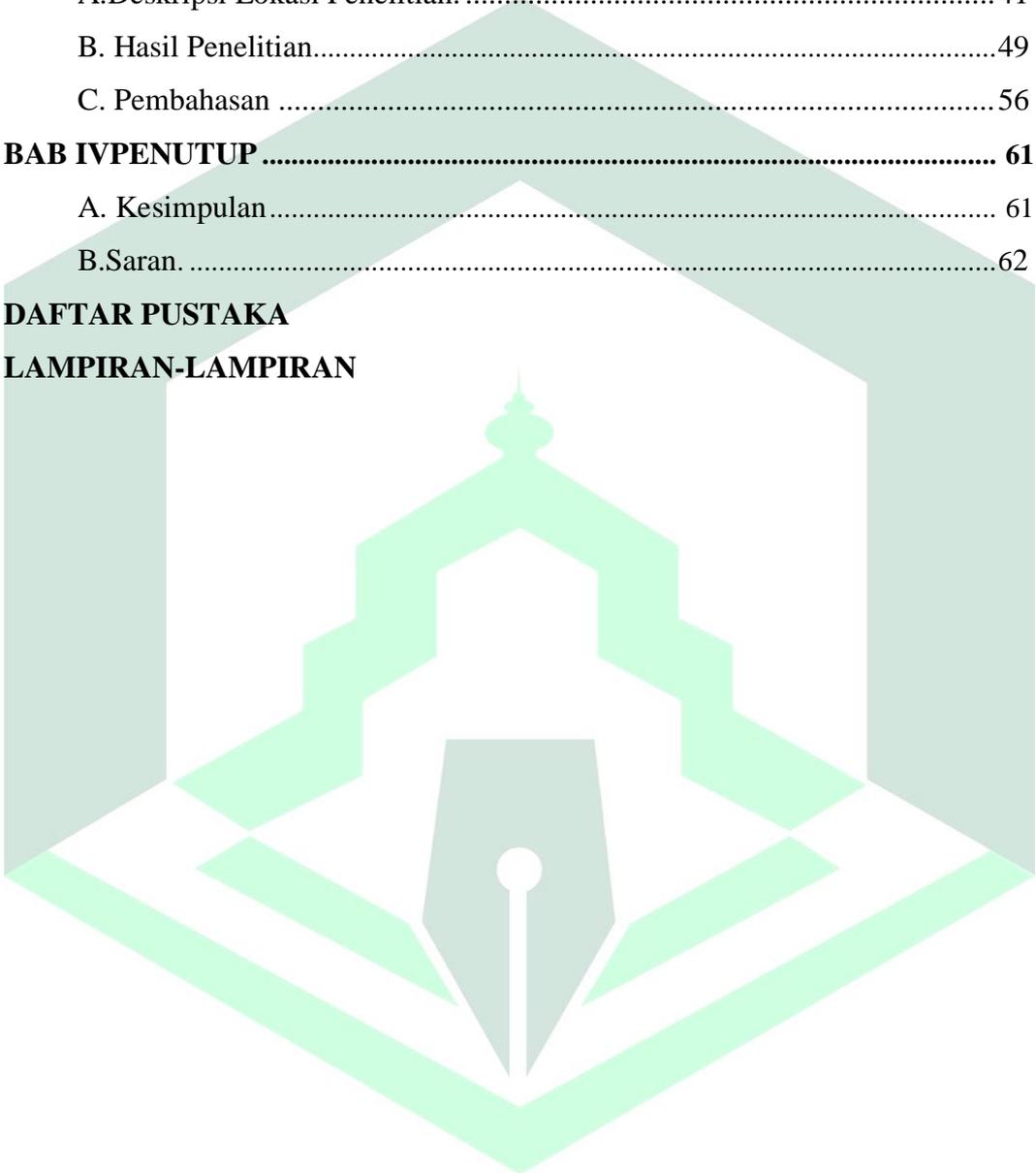
W = Wafat Tahun

QS.../...: 4 = QS al-Baqarah/2: 276

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PRAKATA.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN.....	viii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR AYAT	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR HADITS.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
ABSTRAK	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORI	7
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	7
B. Landasan Teori	12
C. Kerangka Pikir.....	24
D. Hipotesis Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Lokasi dan Waktu Peneltian	26
C. Populasi dan Sampel.....	26
D. Sumber Data	29
E. Definisi Operasional.....	29
f. Instrumen Peneitian.....	30
F.Teknik Pengumpulan Data	31
G. Teknik Analisis Data	32

H. Uji Instrumen	33
I. Uji Asumsi Klasik.	36
J. Uji Hipotesis.	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.	41
B. Hasil Penelitian.....	49
C. Pembahasan	56
BAB V PENUTUP	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



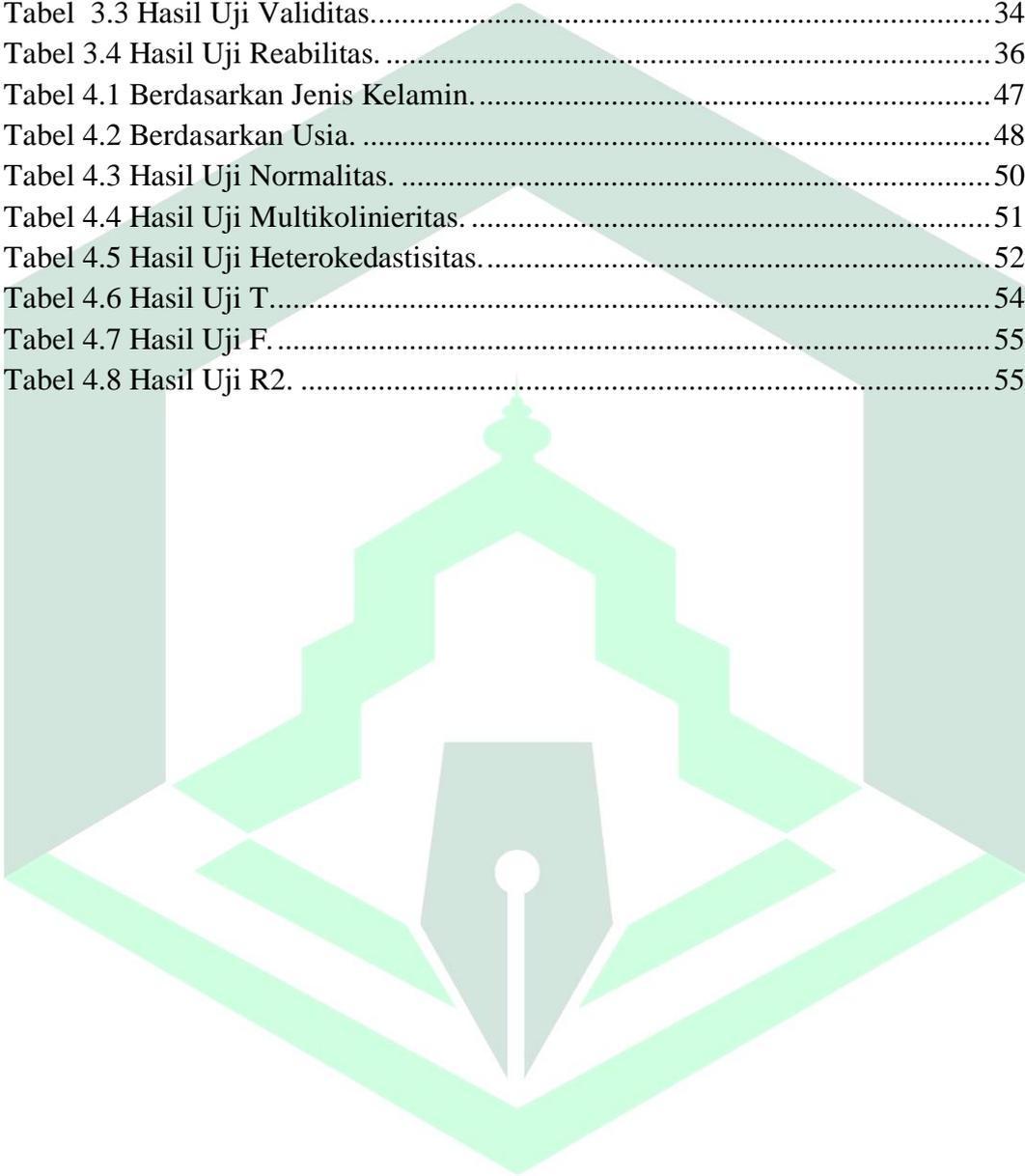
DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat 1 QS At- Taubah 9/105.....4



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional.	30
Tabel 3.2 Alternatif Jawaban	31
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 3.4 Hasil Uji Reabilitas.	36
Tabel 4.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2 Berdasarkan Usia.	48
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas.	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinieritas.....	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	52
Tabel 4.6 Hasil Uji T.....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji F.....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji R2.	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pikir	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	46



ABSTRAK

Febri Fera, 2023. “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Manurung Jaya”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing Oleh M. Ikhsan Purnama.

Skripsi ini membahas tentang Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Manurung Jaya. Penelitian ini bertujuan untuk : Mengetahui bagaimana faktor-faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah koperasi manurung jaya. Informannya adalah beberapa nasabah koperasi manurung jaya. Penelitian berlangsung selama 1 bulan . Data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya data yang diperoleh di analisis dengan metode SPSS. Maka penulis dapat menarik kesimpulan mengenai Kualitas pelayanan jasa yang di lakukan oleh pegawai Koperasi Manurung Jaya telah optimal dimana dari 37 responden memberikan tanggapan atas mutu kualitas pelayanan jasa dan kepuasan nasabah yang dilakukan oleh pegawai Koperasi Manurung Jaya. Hasil pengujian statistik secara parsial yang telah dilakukan antara variabel pelayanan Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) bahwa t_{hitung} sebesar 2,538 dan t_{tabel} sebesar 2,032 jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$. Dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka diperoleh hasil yang signifikan bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah berpengaruh positif. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif sebesar 86,3% dan signifikan terhadap kepuasan Koperasi Manurung Jaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya kualitas pelayanan maka akan semakin berpengaruh baik pada kepuasan nasabah.

Kata Kunci : Jasa, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Koperasi merupakan gerakan ekonomi rakyat yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan melandaskan kegiataannya pada prinsip-prinsip koperasi. Sebagai gerakan, koperasi menjunjung tinggi nilai-nilai kebersamaan dan kerja sama antar anggotanya yang sangat diperlukan untuk mewujudkan tujuan utamanya, yaitu meningkatkan kesejahteraan para anggotanya dan kemakmuran masyarakat. Banyak pakar yang menyatakan bahwa kunci keberhasilan. Sehingga dapat dikatakan bahwa partisipasi dalam koperasi seperti jantungnya tubuh manusia, karena dalam koperasi anggota berperan ganda (*dual identity*) yaitu sebagai pemilik dan pengguna, disinilah letak keunikan badan usaha koperasi karena pemilik usaha merangkap sebagai pengguna jasa, karena kedua sifat ini menyebabkan koperasi lebih banyak menuntut partisipasi dari anggota untuk mengembangkan usaha yang telah didirikan bersama untuk mencapai tujuannya.¹ Tujuan utama koperasi adalah untuk meningkatkan kesejahteraan anggota-anggotanya.

Dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, koperasi memberikan kontribusi yang positif. Koperasi termasuk gerakan ekonomi rakyat yang telah mendapatkan tempat sebagai salah satu pilar ekonomi yang diharapkan dapat memenuhi harapan tersebut. Pemerintah baik pusat maupun daerah dalam upaya

¹ A Jajang W Mahri, *Teori dan praktek Koperasi*, (Jakarta: Erlangga, 2019), 1.

mengurangi pengangguran dan mengentaskan kemiskinan, terus mendorong adanya pemberdayaan ekonomi rakyat melalui koperasi. Peran koperasi makin besar dalam meningkatkan produksi maupun Income masyarakat serta memberikan kontribusi nilai tambah dalam ekonomi dan pembangunan wilayah.²

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka, jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, nasabah akan tidak puas, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi nasabah akan sangat puas atau senang³, dan kepuasan nasabah terjadi jika kinerja tersebut berada di bawah tangan, maka nasabah tersebut merasa di kecewakan, jika memenuhi harapan, pelanggan tersebut akan merasa puas dan jika melebihi harapan, nasabah akan merasa sangat puas. Harapan nasabah dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. nasabah yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.⁴

Dengan demikian kepuasan pelanggan itu tergantung dari kualitas pelayanan koperasi tersebut dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan nasabahnya. Sebab dalam perusahaan perbankan nasabah itu di nomor satukan kepentingannya, karena kehidupan perusahaan perbankan bergantung kepada nasabah-nasabahnya jika bank tersebut memiliki banyak nasabah, kehidupan

² Pariaman Sinaga, dkk. *Koperasi Dalam Sorotan Peneliti*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2021), 194

³ Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid1*, (PT Gelora aksara Pratama: Penerbit Erlangga, 2020), 138-139

⁴ John C. Mowen, Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga, 2019), 89.

perusahaan semakin maju dan kepercayaan yang timbul di dalam masyarakat kepada bank tersebut juga semakin tinggi sehingga semakin menguntungkan perusahaan.⁵

Kepuasan nasabah adalah hasil akumulasi dari nasabah dalam menggunakan produk dan jasa. Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman baru akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian kepuasan konsumen mempunyai dimensi waktu karena hasil akumulasi. Karena itu, siapapun yang terlibat dalam urusan keputusan konsumen, ia telah melibatkan diri dalam urusan jangka panjang upaya memuaskan nasabah adalah pengalaman panjang yang tidak mengenal batas akhir.⁶

Menurut ahli Kotler dan Amstrong, Kepuasan pelanggan yakni tingkatan dimana anggapan kinerja produk sesuai dengan harapan yang dirasakan pelanggan. Bila kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan dengan harapan pelanggan, maka pelanggan tidak akan puas. Sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, maka pelanggan akan terpuaskan. Sedangkan menurut, Oliver menyatakan kepuasan pelanggan ditentukan oleh ketidaksesuaian harapan, yang merupakan perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.⁷

Mengingat arti pentingnya kualitas jasa serta kinerja koperasi dalam menarik minat nasabah dan pengguna jasa koperasi, maka KSP Manurung Jaya

⁵Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan pelanggan*, (Jakarta: PT Media Komputindo,2020),37.

⁶ Irawan, *Kepuasan Konsumern* (Yogyakarta: PT.Media Komputindo,2019),37.

⁷ Fasiha, *Ekonomi Dan Bisnis Islam : Konsep Dan Aplikasi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, (Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, 2016),55.

berusaha meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabahnya. KSP Manurung Jaya mencoba untuk selalu tumbuh, meningkatkan diri dan selalu berkembang dalam aktivitas pelayanan operasional kepada nasabah, baik simpanan maupun pinjaman. Menurut Lupiyoadi, salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Apabila setelah dianalisis ternyata terdapat indikasi kekurangan nasabah, maka harus diidentifikasi atribut-atribut yang menimbulkan ketidakpuasan itu dan melakukan tindakan korektif atau menyelesaikannya. Menganalisis tingkat pelayanan yang telah diberikan, maka akan mengetahui sejauh manakah pengaruh kualitas jasa serta 4 kinerja yang di berikan kopersai manurug jaya.

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam firman Allah SWT pada surah At-Taubah ayat 105:

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَى
عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Terjemahnya :

Dan katakanlah, “Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”⁸

⁸Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemhannya*, (Jakarta: Darus Sunah, 2018),203.

Selain dari kualitas pelayanan dari faktor kepercayaan merupakan faktor penting, karena tanpa kepercayaan maka masyarakat tidak akan menyimpan dananya di koperasi. Untuk itu bank harus mampu menjaga kepercayaan dari masyarakat bahwa dana yang di simpan aman. Kepercayaan terbentuk dari pengalaman masa lalu dan interaksi sebelumnya. Nasabah koperasi adalah salah satu koperasi di dusun Kanjiro Kec.Bone-Bone, yang menabung setiap bulannya untuk masa depan anaknya yang berjalan selama satu tahun pelayanan yang ada di koperasi terutannya di koperasi manurung jaya mulai dari ingin memasuki koperasi itu pelayanannya cukup baik, pegawainya sopan, ramah, dan memberi senyuman sehingga membuat nasabahnya merasa terlayani saat ingin memasuki koperasi tersebut.⁹

Berdasarkan uraian diatas, untuk mengetahui sejauh manakah faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah di koperasi Manurung Jaya maka penulis memilih judul proposal ini sebagai sebagai berikut: **“Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Manurung Jaya”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah yang diajukan dalam proposal ini adalah faktor-faktor apa saja yang memengaruhi kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah Koperasi Manurung Jaya?

⁹ Nasabah Bank Syariah Kota Bengkulu, di posting 23 Maret 2019, dikutip 28 Maret pukul 16:00.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah koperasi manurung jaya.

D. Manfaat Penelitian

Ada 2 manfaat dari penelitian ini, yaitu: manfaat teoritis dan manfaat praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dapat digunakan untuk bahan referensi bagi peneliti lain yang akan mengadakan penelitian yang berhubungan dengan masalah yang sama dan juga di harapkan dapat menjadi bahan bagi penelitian yang sejenis lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

- a) Untuk memberikan informasi yang bernilai dan bermanfaat kepada KSP Manurung Jaya tentang bagaimana kualitas pelayanan dalam peningkatan kepuasan nasabah.
- b) Bahan pertimbangan dan masukan bagi KSP Manurung Jaya dalam mengevaluasi hal-hal apa saja yang harus di benahi untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang berorientasi pada kepuasan anggota yang mendukung keberhasilan usaha koperasi simpan pinjam.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan berguna untuk mengetahui bagaimana metode penelitian dan hasil-hasil penelitian yang dilakukan, hal ini menjadi upaya untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru serta membantu penelitian dalam memposisikan penelitian dan menunjukkan orsinalitas dari penelitian. Adapun penelitian terdahulu yang dikemukakan antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nila Nadhiroh dengan judul “*Pengaruh kualitas produk dan penerapan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah di bank muamalat indonesia kantor cabang pembantu tulungagung*”. Memberikan kualitas produk yang terbaik. Bank muamalat tulungagung selain memberikan kualitas produk yang terbaik, Bank Muamalat Tulungagung juga menerapkan nilai Islam, agar nasabah selalu yakin dengan apa yang dilakukan Bank Muamalat Tulungagung berdasarkan nilai-nilai Islam seperti keadilan, kesederajatan, ketentraman, jaminan dan persaingan sehat¹⁰. Selain itu kualitas produk juga selalu di berikan agar nasabahnya tetap setia memakai dan menikmati produk yang di berikan oleh Bank Muamalat Tulungagung. Kualitas produk dan nilai Islam bagi nasabah dapat mempengaruhi kepuasan

¹⁰ Nila Nadhiroh, *Pengaruh kualitas produk dan penerapan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah di bankmuamalat indonesia kantor cabang pembantu tulungagung* (SKRIPSI IAIN Tulungagung,2021).

nasabah, karena dalam jangka panjang kepuasan nasabah dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran di Bank Muamalat Tulungagung.

2. Penelitian pertama yang dilakukan oleh Agesti Puput Widyasari, mahasiswa program S1 Perbankan Syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam institute agama islam negeri (IAIN) Tulungagung. Yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan dan nilai nasabah terhadap kepuasan konsumen di Koperasi Simpan Pinjam Syariah Peta Tulungagung” hasil dari penelitian yang dilakukan Agesti Puput Widyasari ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Adapun nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan nilai nasabah dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah¹¹. Persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Agesti Puput Widyasari dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Adapun perbedaannya adalah selain menggunakan variabel kualitas pelayanan, penelitian yang dilakukan oleh Agesti menggunakan variabel nilai nasabah yang mempengaruhi kepuasan konsumen sedangkan pada penelitian ini selain menggunakan kualitas pelayanan juga menggunakan variabel kualitas produk yang mempengaruhi kepuasan nasabah koperasi.

¹¹ Agesti Puput Widyasari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Konsumen di Koperasi Simpan Pinjam Syariah Peta Tulungagung* (SKRIPSI IAIN Tulungagung, 2020), 108.

3. Penelitian yang kedua dilakukan dilakukan oleh Heni Wahyu Mulyani mahasiswa program S1 jurusan pendidikan ekonomi fakultas ekonomi Universitas Negri Semarang yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi Dan Citra Koperasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening di KUD Mekar Kecamatan Ungkaran Kabupaten Semarang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung variabel kualitas pelayanan koperasi dan citra koperasi terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel *intervening*.¹² Simpulan dari penelitian ini adalah pengaruh positif secara langsung maupun tidak langsung variabel kualitas pelayanan sebesar 40% dan citra koperasi sebesar 27% terhadap kepuasan konsumen KUD Mekar melalui keputusan pembelian sebagai variabel *intervening*. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Heni Wahyu Mulyani dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan kualitas pelayanan untuk mengukur kepuasan konsumen pada koperasi. Adapun perbedaannya adalah selain menggunakan kualitas pelayanan, penelitian yang dilakukan oleh Heni menggunakan kualitas pelayanan, penelitian yang dilakukan Heni menggunakan citra koperasi sebagai tolak ukur mengenai kepuasan konsumen, sedangkan npada penelitian ini menggunakan kualitas produk sebagai tolak ukur lainnya.

¹² Heni Wahyu Mulyani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi dari Citra Koperasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening di KUD Mekar Kecamatan Ungkaran Kabupaten Semarang* (SKRIPSI, Universitas Negri Semarang, 2020), 124.

4. Penelitian yang ketiga oleh Vety Bela Makestiana Program Studi Muamalah Jurusan Syariah STAIN Ponogoro, yang berjudul “Pengaruh Pemasaran Syariah dan Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Nasabah Tabungan Insani (Wadiah Yad Dammanah) di BMT Hasanah Sambit Ponorogo)”. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Vety ini adalah adanya pengaruh variabel bebas yaitu pemasaran syariah dan pelayanan secara signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan nasabah tabungan insani. Dari uji F, didapat F hitung sebesar 13,132 dan F tabel sebesar 3,12, maka F hitung lebih besar dari F tabel yakni $13,132 > 3,12$, maka H_3 diterima artinya bahwa pemasaran syariah dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Tabungan Insani (Wadiah Yad Dammanah) di BMT Hasanah Sambit Ponorogo.¹³ Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh Vety dengan penelitian yang dilakukan ini adalah sama-sama ingin mengetahui tingkat kepuasan nasabah. Adapun perbedaannya adalah pada penelitian ini tolak ukur yang digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk sedangkan penelitian Vety menggunakan pelayanan dan pemasaran syariah.
5. Penelitian yang keempat dilakukan oleh Ani Fitriani, mahasiswa program S1 fakultas ekonomi dan bisnis universitas halu uleo Kendari, yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

¹³ Vety Bela Makesta, *Pengaruh Pemasaran Syariah dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah* (SKRIPSI STAIN Ponorogo, 2020)95.

Halu Oleo”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara persial dan simultan kualits produk dan harga berpengaruh signifikan terhdap keputusan pembelian.¹⁴ Persamaan antara pnelitian yang dilakukan Eni dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel kualitas produk sebagai variabel sependent. Adapun perbedaannya adalah variabel kualitas produk padapenelitian Eni digunakan untuk mengukur keputusan pembelian sedangkan pada penelitian ini variabel kualitas produk digunakan untuk mengukur kepuasan.

B. Landasan Teori

1. Koperasi

Menurut Revord Baswir, Kopersi adalah suatubentuk perusahaan yang didirikan oleh orang-orang tertentu, untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu, berdasarkan ketentuan dan tujuan tertentu pula¹⁵.

Menurut Rudianto secara umum koperasi dipahami sebagai perkumpulan orang yang secara sukarela mempersatukan diri untuk memperjuangkan peningkatan kesejahteraan ekonomi mereka, melalui pembentukan sebuah badan usaha yang dikelola secara demokratis.¹⁶

Menurut Joesron, Koperasi adalah suatu lembaga yang dirancang untuk memberikan pelayanan bagi anggotanya yang sekaligus merupakan pemilik. Adapun menurut Arifin Sitio & HalomoanTamba, Koperasi sebagai suatu

¹⁴ Eni Fitriani, *Pengaruh Kualitas Produk Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Halu Oleo (SKRRIPSI Universitas Halu Oleo Kendari, 2021)*, 7.

¹⁵ Resvior Baswir, *Koperasi Indonesia* (Yogyakarta:BPFE, 2019), 6

¹⁶ Rudianto, *Akuntansi Manajmen Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Manajemen* (Jakarta:Gramedia, 2021), 6.

perkumpulan yang bernggotakan orang-orang atau badan hukum, yang memberikan kebebasan kepada anggota untuk masuk dan keluar, dengan bekerjasama secara kekeluargaan menjalankan usaha untuk mempertinggi kesejahteraan jasmaniah para anggotanya.¹⁷

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan, yaitu suatu badan/lembaga usaha yang beranggotakan perorang untuk memperbaiki nasib penghidupan ekonomi dalam bentuk kerjasama yang bersifat sukarela yang berdasarkan asas-asas kekeluargaan.

a. Jenis-Jenis Koperasi

Menurut Revisond Baswit Koperasi dapat dibedakan berdasarkan bidang usaha, jenis komoditi, jenis anggota, daerah kerja:

- 1) Berdasarkan bidang usaha, koperasi dibedakan menjadi:
 - a) Koperasi konsumsi, koperasi yang berusaha dalam bidang penyediaan barang-barang konsumsi yang dibutuhkan oleh para anggotanya.
 - b) Koperasi produksi, koperasi yang kegiataannya utamanya melakukan pemrosesan bahan baku menjadi barang jadi atau barang setengah jadi.
 - c) Koperasi pemasaran, koperasi yang dibentuk utama untuk membantu para anggotanya dalam pemasaran barang-barang yang mereka hasilkan.
 - d) Koperasi kredit/simpan pinjam, koperasi yang bergerak dalam bidang pemupukan simpanan dari para anggotanya, untuk kemudian dipinjamkan kembali kepada para anggotanya yang memerlukan bantuan modal¹⁸.

¹⁷ Arifin Sitio & Halomon Tamba, *Koperasi Teori dan Prakti*, (Jakarta: Erlangga, 2019), 7.

¹⁸ Revisond Baswir, *Koperasi Indonesia*, (Yogyakarta: BPFE, 2019), 7.

2) Berdasarkan jenis komoditi, koperasi dapat dibedakan menjadi:

- a) Koperasi pertambangan, koperasi yang melakukan usaha dengan menggali atau memanfaatkan sumber-sumber alam secara langsung atau dengan sedikit mengubah bentuk dan sifat sumber-sumber alam tersebut.
- b) Koperasi pertanian dan peternakan, koperasi yang melakukan usaha sehubungan dengan komoditi pertanian tertentu.
- c) Koperasi industri dan kerajinan, koperasi yang melakukan usahanya dalam bidang usaha industri atau kerajinan tertentu.
- d) Koperasi jasa-jasa, koperasi yang mengkhususkan usahanya dalam memproduksi dan memasarkan kegiatan jasa tertentu.

3) Berdasarkan jenis anggota, koperasi dibedakan menjadi:

- a) Koperasi karyawan
- b) Koperasi pedagang pasar
- c) Koperasi angkatan darat
- d) Koperasi mahasiswa
- e) Koperasi produk pesantren
- f) Koperasi peranserta wanita
- g) Koperasi pramuka

4) Berdasarkan daerah kerja koperasi dibedakan menjadi:

- a) Koperasi primer, koperasi yang beranggotakan orang-orang yang biasanya didirikan pada lingkup kesatuan wilayah terkecil tertentu.

- b) Koperasi sekunder/pusat koperasi, koperasi yang beranggotakan koperasi-koperasi primer, yang biasanya didirikan pada lingkup kesatuan wilayah terkecil tertentu.
- c) Koperasi tertier/induk koperasi, koperasi yang beranggotakan koperasi-koperasi sekunder yang berkedudukan di Ibu kota negara.¹⁹

2. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan penelitian dari pelanggan atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya.²⁰ Pada dasarnya kepuasan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah terjadi proses pembelian. Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Nasabah yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain.²¹

Tidak demikian dengan seorang nasabah yang tidak puas. Pelanggan yang tidak puas dapat melakukan tindakan pengambilan produk, atau secara ekstrem bahkan dapat mengajukan gugatan terhadap perusahaan melalui seorang pengacara. Hal tersebut haruslah dapat diantisipasi oleh perusahaan, karena seorang pelanggan yang tidak puas dapat merusak citra perusahaan. Perusahaan harus

¹⁹ Revrison Baswir, *Koperasi Indonesia*, (Yogyakarta: BPFE, 2019), 8.

²⁰ Kasmir, *Manajemen Perbankan.*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2019), 263.

²¹ Fasiha, *The Effect Of Product Quality And Service Quality On Customer Loyalty At Palopo Minimarkets*, (2022).

memiliki cara untuk menimalakan jumlah pelanggan yang tidak puas setelah proses pembelian terjadi.²²

Menurut Kotler, kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Tingkat kepuasan nasabah dapat ditentukan berdasar pada lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan yaitu:

a. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas pelayanan

Nasabah akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang sesuai yang diharapkan, terutama untuk industri jasa.

c. Emosional

Nasabah akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap konsumen tersebut apabila menggunakan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

d. Harga

Produk yang mempunyai harga yang sama tapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai lebih tinggi kepada nasabahnya.

e. Biaya

²² Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta:Selemba Empat,2020),194.

Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk dan jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

a. Kepuasan dan Ketidakpuasan

Terdapat tiga tipe kepuasan dan dua tipe ketidakpuasan berdasarkan kombinasi antara emosi-emosi spesifik terhadap penyedia jasa, ekspektasi menyangkut kapabilitas kinerja masa depan pemasok jasa, dan minat berperilaku untuk memilih lagi penyedia jasa bersangkutan. Tipe-tipe kepuasan dan ketidakpuasan itu adalah berikut ini. *Dermading Customer Satisfaction*, Tipe nimerupakan tipe kepuasan yang aktif. Relasi dengan penyedia jasa diwarnai emosi positif, terutama optimisme dan kepercayaan. Berdasarkan pengalaman di masa lalu, pelanggan dengan tipe kepuasan ini berharap bahwa penyedia jasa bakal mampu memuaskan ekspektasi mereka semakin meningkat di masa depan. Selain itu, mereka bersedia meneruskan relasi yang memuaskan dengan penyedia jasa.

1) *Stable Customer Satisfaction*, Pelanggan dalam tipe ini memiliki tingkat aspirasi pasif dan perilaku yang *demanding*. Emosi positifnya terhadap penyedia jasa bercirikan *steadiness* dan *trust* dalam relasi yang terbina saat ini. Mereka menginginkan segala sesuatunya tetap sama. Berdasarkan pengalaman-pengalaman positif yang telah terbentuk hingga saat ini, mereka bersedia melanjutkan relasi dengan penyedia jasa.

2) *Resigned Customer Satisfaction*, Pelanggan dalam tipe ini juga merasa puas. Namun, kepuasannya bukan disebabkan oleh pemenuhan ekspektasi, namun

lebih didasarkan pada kesan bahwa tidak realistis untuk berharap lebih. Perilaku konsumen tipe ini cenderung pasif. Mereka tidak bersedia melakukan berbagai upaya dalam rangka menuntut perbaikan situasi.²³

3) *Stable Customer Dissatisfaction*. Pelanggan dalam tipe ini tidak puas terhadap kinerja penyedia jasa, namun mereka cenderung tidak melakukan apa-apa. Relasi mereka dengan penyedia jasa diwarnai emosi negative dan asumsi bawa ekspektasi mereka tidak bakal terpenuhi di masa dating. Mereka juga tidak melihat adanya peluang untuk perubahan atau perbaikan.

4) *Demanding Customer Dissatisfaction*, Tipe ini bercirikan tingkat aspirasi aktif dan perilaku *demanding*. Pada tingkat emosi, ketidakpuasannya menimbulkan protes dan oposisi. Hal ini menyiratkan bahwa mereka akan aktif dalam menuntut perbaikan. Pada saat bersamaan, mereka juga merasa tidak perlu tetap loyal pada penyedia jasa. Berdasarkan pengalaman negatifnya, mereka tidak akan memilih penyediaan jasa yang sama lagi di kemudian hari.

b. Model Pengukuran Kepuasan Nasabah

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis, kartu komentar, *websites*, dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk beraksi

²³ Fandy Tjipton, *Service, Quality & Satisfaction*, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2021) 303.

secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul berdasarkan karakteristiknya.

Ada beberapa metode yang dapat digunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dalam Tony Wijaya, mendefinisikan empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:²⁴

1) Sistem Keluhan Dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang diisi langsung maupun yang dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, *website* dan lain-lain.

2) *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghostshopper*) untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan pesaing. Mereka diminta berinteraksi dengan staf penyedia jasa dan menggunakan produk/jasa perusahaan.

3) Lost Customer Analysis

²⁴ Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid1*, (PT Gelora aksara Pratama: Penerbit Erlangga, 2020.), 23.

Perusahaan seharusnya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan agar dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting karena *customer lossrate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggan.

4) Survey Kepuasan Nasabah

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survei, baik dengan survei pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survei, perusahaan akan diperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan jugamemberikan signal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

c. Strategi Kepuasan Konsumen

Ada beberapa strategi yang dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan konsumen, diantaranya :²⁵

1) *Relationship Marketing*

Strategi ini hubungan antara penyedia jasa dan konsumen berkelanjutan, tidak beralih setelah penjualan selesai. Dengan kata lain dijalinlah kemitraan jangka panjang dengan konsumen secara terus menerus, sehingga diharapkan dapat terjadi bisnis ulang (*repeat business*).

²⁵ Joesron. *Manajemen Strategi Koperasi*. (Yogyakarta :Graha Ilmu, 2020),54.

2) *Strategy Superior Customer Service*

Perusahaan yang menerapkan bisnis ini berusaha menawarkan kepada konsumen yang lebih unggul daripada perusahaan pesaingnya. Untuk mewujudkannya dibutuhkan dana yang besar maupun kemampuan sumber daya manusia dan usaha yang gigih. Meskipun demikian, perusahaan dengan pelayanan yang superior akan meraih laba dan tingkat pertumbuhan yang lebih besar dari perusahaan pesaingnya yang lebih memberikan pelayanan inferior.

3) *Strategy unconditional Quarantees / Extraordinary Quarantees*

Komitmen untuk memberikan kepuasan konsumen pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan kualitas jasa dan kinerja perusahaan. Strategi ini dijalankan dengan cara mengembangkan *augmemied service* terhadap *core service*-nya.

- 4) Strategi penanganan keluhan yang efektif Strategi penanganan konsumen yang efektif akan memberikan manfaat kepada konsumen yang meliputi :
- a) Penyedia jasa memperoleh kesempatan lagi untuk memperbaiki hubungan dengan konsumen yang kecewa.
 - b) Penyedia jasa bisa dihindarkan dari publisitas.
 - c) Penyedia jasa akan mengetahui aspek-aspek yang perlu dibenahi dalam pelayanan saat ini.

3. Pelayanan

Pelayanan merupakan hal yang terpenting yang ada dalam setiap perusahaan dalam menawarkan produk yang ada dalam perusahaan tersebut.

Dengan kata lain tidak ada produk yang tidak disertai dengan pelayanan. Pelayanan tidak hanya ada pada tingkat operasionalnya saja, tetapi juga pada tingkat puncak manajemen. Terdapat beberapa definisi menurut beberapa ahli yaitu:

Menurut Ivancevich, Lorenzi, Skinner, dan Crosby dalam Ratminto, pelayanan adalah produk-produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan.²⁶

Sedangkan menurut Gronroos, bahwa pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk pemecahan permasalahan konsumen/pelanggan.²⁷

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa ciri pokok dari pelayanan adalah tidak kasat mata, tidak dapat diraba, dan melibatkan upaya manusia atau peralatan lain yang disediakan oleh perusahaan penyelenggara pelayanan.

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Artinya, karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menempatkan sesuatu dimana pelanggan atau nasabah sudah tau tempatnya atau pelayanan

²⁶Ivancevich, Lorenzi, Skinner, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: PT Salamba Empat, 2021),67.

²⁷ Gronroos, *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Bagian Penerbit Lembaga PPM, 2018), 33.

melalu telepon.²⁸ Pengertian pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan.

Dalam memberi layanan kepada nasabah, yang perlu diperhatikan yaitu pada umumnya nasabah menginginkan layanan yang cepat dan akurat. Seringkali harga jasa tidak menjadi masalah bagi nasabah, asal nasabah mendapat layanan yang memuaskan. Sebagai contoh, Pada masa sekarang ini nasabah banyak yang lebih menyukai membayar biaya pengiriman uang/transfer yang lebih mahal dari pada transfer dengan surat atau lewat pos wesel. sebab mereka menginginkan kecepatan waktu pengiriman walaupun harga yang dibayar lebih mahal. Juga seperti kesediaan nasabah membayar suku bunga kredit yang lebih tinggi asal segera diperoleh kepastian atau keputusan memperoleh kredit dengan cepat.²⁹

Seorang konsumen dapat mengetahui kualitas jasa (pelayanan) dengan cara membandingkan yang diharapkan adalah kinerja jasa yang diangan-angankan diberikan oleh penjual jasa. Kinerja jasa yang diharapkan ini muncul berdasarkan informasi-informasi dari mulut ke mulut, pengalaman masa lalu dan janji promosi oleh perusahaan misalnya informasi yang mengatakan bahwa “penerbangan maskapai Garuda tepat waktu”. Apabila seorang pelanggan baru mencoba terbang dengan Garuda dan ternyata tepat waktu, maka harapan dan kenyataannya disebut sama. Kepuasan dan ketidakpuasan bergantung atas harapan dan kenyataan,

²⁸ Kasmir. *Etika Customer Service*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2019), 15.

²⁹ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Liberty, 2020), 302.

Ketidakpuasan akan terjadi apabila kinerja yang sebenarnya lebih rendah dari kinerja yang diharapkan.³⁰

a. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan yaitu sebagai berikut:

1) Tersedianya karyawan yang baik

Kenyamanan nasabah sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya, Karyawan harus ramah, sopan, dan menarik. Disamping itu, karyawan harus cepat tanggap, pandai bicara menyenangkan serta pintar. Karyawan juga harus mampu memikat dan mengambil hati nasabah sehingga nasabah semakin tertarik. Demikian juga dengan cara kerja karyawan harus rapi, cepat, dan cekatan.³¹

2) Tejadinya sarana dan prasarana yang baik

Pada dasarnya, nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan di samping kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Peralatan dan fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu dan ruang untuk menerima tamu harus dilengkapi berbagai fasilitas sehingga membuat pelanggan nyaman atau betah dalam ruangan tersebut.

3) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai

³⁰ Harman Malau, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2021), 67.

³¹ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2019), 32-33.

Artinya dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika karyawan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Risikonya apabila ada karyawan yang tidak dilayani secara tuntas akan menjadi preseden yang buruk bagi perusahaan.³²

4) Mampu melayani secara cepat dan tepat

Artinya, dalam melayani nasabah diharapkan karyawan harus melakukan sesuai prosedur, Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar perusahaan dan keinginan nasabah. Melayani secara cepat artinya melayani dalam batasan waktu yang normal. Proses yang terlalu lama dan berbelit-belit akan membuat nasabah menjadi tidak betah dan malas berhubungan kembali.

5) Mampu berkomunikasi

Artinya, karyawan harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Karyawan juga harus mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Selain itu karyawan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti.

6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Artinya, karyawan harus menjaga kerahasiaan nasabah terutama yang berkaitan dengan uang dan pribadi nasabah. Pada dasarnya, menjaga rahasia nasabah sama artinya dengan menjaga rahasia perusahaan.

³² Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2019), 34-35.

Menjaga rahasia nasabah merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada perusahaan.

7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Untuk menjadi karyawan yang khusus melayani pelanggan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu karena tugas karyawan selalu berhubungan dengan manusia, karyawan perlu di didik khusus mengenai kemampuan.³³

4. Defenisi Dan Dimensi kualitas pelayanan

Menurut parasuraman dimensi kualitas pelayanan digunakan untuk mengukur adanya perbandingan antara antara persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan/inginkan (*expected service*) yang berakhir pada tingkat kepuasan pelanggan terhadap terhadap tingkat pelyanan yang diberikan. Model *service quality* merupakan salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran. Dimensi kualitas pelayanan yaitu:³⁴

1) *Tangible* (Bukti fisik)

Kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan disekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung,gudang dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

³³ Kasmir,*Etika Customer Service* (Jakarta: Raja Gravindo Persada, 2019),,36.

³⁴ Tjiptono, F. *Strategi Pemasaran Edisi III*. PT. Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2019),39.

2) *Reliability* (Keandalan)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi..

3) *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

4) *Assurance* (Jaminan)

Pengetahuan dan kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

5) *Empathy*(Empati)

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan

pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

5. Definisi Jasa

Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat di tawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun produknya bisa berkaitan dengan produk fisik atau tidak, Jasa mempunyai empat karakteristik utama yang sangat mempengaruhi pemasaran, dimana karakteristik jasa tersebut dapat diartikan :³⁵

a. *Intangible* (tidak berwujud)

Jasa mempunyai sifat tidak berwujud, tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum dibeli oleh konsumen. Untuk mengurangi ketidakpastian, konsumen akan mencari tanda atau bukti dari kualitas jasa. Konsumen akan menarik kesimpulan mengenai kualitas jasa dari tempat, orang, peralatan, alat komunikasi, dan harga yang mereka lihat.

b. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Jasa diproduksi (dihasilkan) dan dirasakan pada waktu bersamaan. Dikarenakan konsumen juga hadir saat suatu jasa dilakukan, interaksi penyedia-konsumen merupakan ciri khusus pemasaran jasa.

c. *Variability* (bervariasi)

Jasa sangat bervariasi, tergantung dari siapa yang menghasilkan jasa, kapan, dan dimana jasa tersebut diberikan.

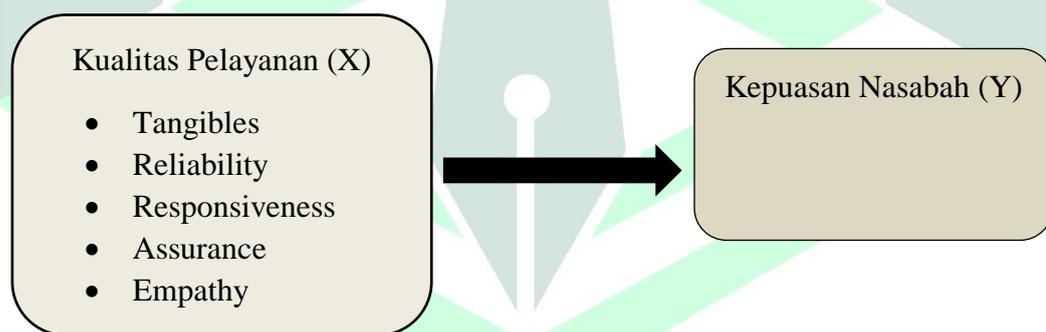
d. *Perishability* (tidak tahan lama)

³⁵ Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Prenhalindo, 2021), 23.

Jasa tidak dapat disimpan. Sifat jasa yang tidak tahan lama tersebut bukan menjadi masalah apabila permintaan tetap. Namun jika permintaan berfluktuasi, perusahaan jasa menghadapi masalah yang rumit. Misalkan, sebuah perusahaan transportasi umum harus memiliki lebih banyak kendaraan karena adanya permintaan pada jam sibuk, dibandingkan jika permintaannya cukup merata sepanjang hari.

C. Kerangka Pikir

Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan dimana pelanggan menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dari pihak penyedia jasa telah sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Dalam penelitian ini, kepuasan nasabah pada koperasi simpan pinjam manurung jaya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yakni tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy.



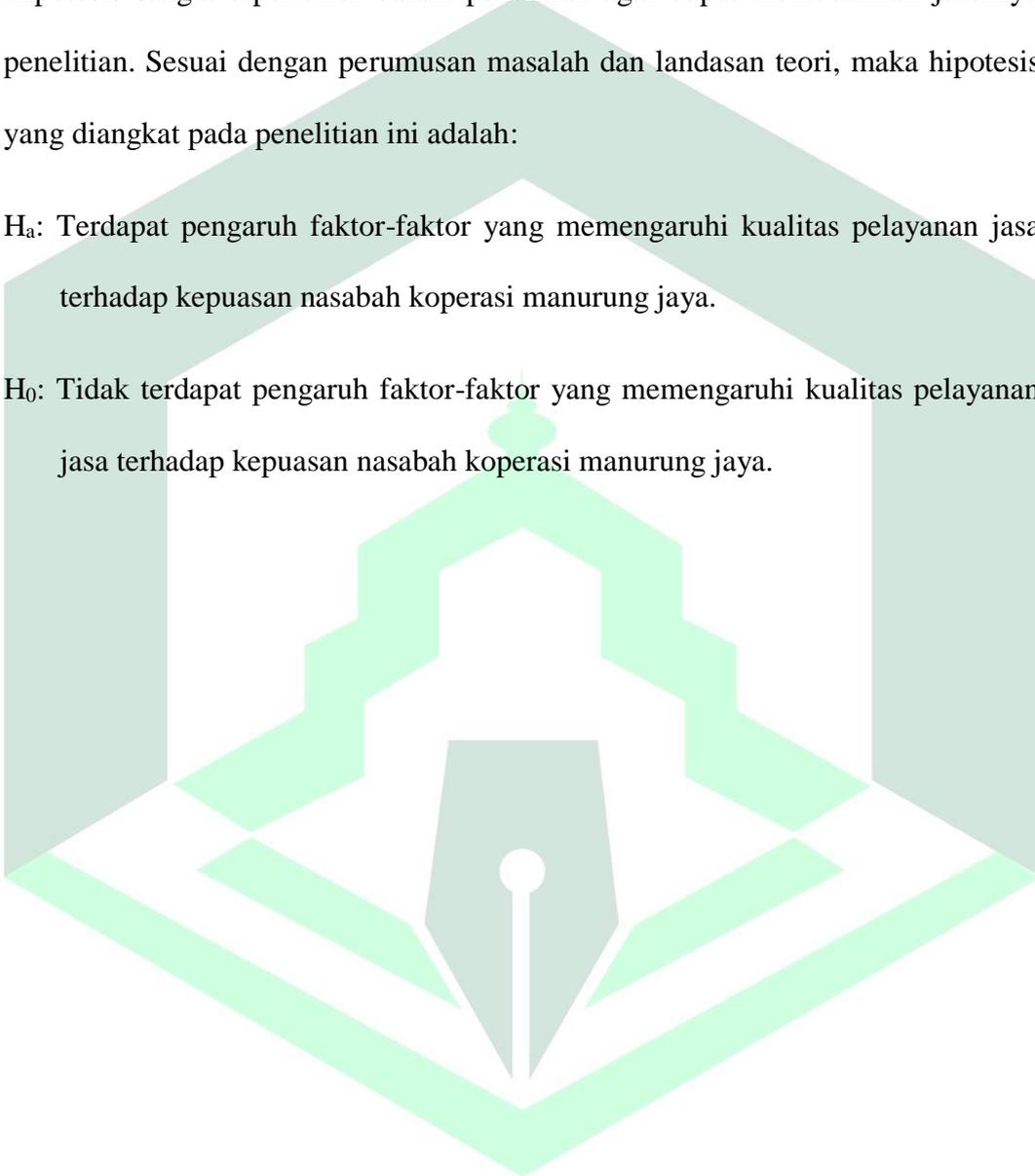
Gambar 2.1
Kerangka Pikir

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang berfungsi sebagai petunjuk ke arah pemecahan masalah. Hipotesis sangat diperlukan dalam penelitian agar dapat memudahkan jalannya penelitian. Sesuai dengan perumusan masalah dan landasan teori, maka hipotesis yang diangkat pada penelitian ini adalah:

H_a: Terdapat pengaruh faktor-faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah koperasi manurung jaya.

H₀: Tidak terdapat pengaruh faktor-faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah koperasi manurung jaya.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis yaitu penelitian *kuantitatif*. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistic, dengan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan³⁶. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan untuk membuktikan seberapa besar pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah suatu tempat atau wilayah dimana peneliti melakukan kegiatan penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Penelitian ini akan dilakukan di Kec.Bone-Bone. Waktu penelitian yang dibutuhkan kurang lebih satu bulan terhitung sejak Maret s/d April tahun 2023.

C. Populasi Dan Sampel

Populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan.³⁷ Sebuah populasi dengan jumlah individu tertentu dinamakan populasi *finit* sedangkan jika jumlah individu dalam kelompok tidak mempunyai

³⁶Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi Mixed Methods, Edisi 1 (Bandung: Alfabeta, 2022), 11

³⁷ Bambang prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (rajawali pers : Jakarta, 2019),119

jumlah yang tetap, ataupun jumlahnya tidak terhingga di sebut populasi *infinite*. Dalam penelitian ini populasinya adalah nasabah koperasi manurung jaya yang bersedia menjadi objek penelitian dengan mengisi kuesioner yang telah di persiapkan sebelumnya oleh peneliti karena jumlahnya tidak tetap, maka populasi dalam penelitian ini termasuk dalam kategori populasi *infinite*.

Sampel adalah bagian dari populasi yang ingin diteliti. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus *representative* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan yang sederhana.

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel/jumlah responden

N : Ukuran populasi

α : Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa di tolerir, $\alpha = 0,05\%$ (5%).

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 740 nasabah Koperasi manurung jaya pada tahun 2022, sehingga persentase kelonggaran yang digunakan adalah 5% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{740}{1+740 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{740}{1+740 (0.025)}$$

$$n = \frac{740}{19.5}$$

$$n = 37.$$

Dari perhitungan menggunakan rumus Slovin diatas diperoleh jumlah sampel sebesar 37. Jadi dalam penelitian ini peneliti mengambil data penelitian sebanyak 37 sampel, sampel tersebut diyakini mampu memperoleh data penelitian yang dianggap bisa mencerminkan populasi. Jumlah tersebut dianggap mampu menggambarkan dan menjawab tujuan dan permasalahan penelitian.

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data dari kuosioner atau angket mengenai Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Manurung Jaya.

E. Definisi Operasional Dan Ruang Lingkup

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskripsi kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan terhadap variabel mandiri, yaitu tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Tujuan penelitian

deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat serta hubungan antara berbagai fenomena yang di selidiki.³⁸

Tabel 3.1
Definisi operasional variabel dan ruang lingkup penelitian

No.	Variabel	Indikator
1.	Pelayanan (X)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti fisik 2. Reliabilitas 3. Daya tanggap 4. Jaminan 5. Empati
2.	Kepuasan Nasabah (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk 2. Kualitas pelayanan 3. Emosional 4. Harga 5. Biaya

³⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2020),56.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen merupakan alat yang digunakan dalam pengumpulan data, dimana pengumpulan datanya dengan menggunakan teknik scoring skala likert yang pengukurannya sebagai berikut:

Tabel 3.2

Alternatif Jawaban

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	4
S	Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

G. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yaitu dari proses pengujian data yang berhubungan pada sumber dan cara perlu mendapatkan data penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis pada penelitian ini terdiri dari:

1. *Kuesioner*

Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data serta mengisi pertanyaan atau pernyataan. Pertanyaan atau pernyataan dalam *kuesioner* diukur dengan skala liter, (Sangat Setuju, Setuju, Sangat Setuju dan Tidak Setuju).

2. *Observasi*

Pengumpulan data dengan *observasi* langsung merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan mata tanpa pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut.³⁹

3. *Dokumentasi*

Dokumentasi adalah metode yang di gunakan untuk menelusuri data historis metode dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data berupa sejumlah karyawan yang ada pada KSP Manurung jaya.

H. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data

Pengelolaan data adalah suatu proses untuk memproses data atau angka ringkasan berdasarkan kelompok data mentah. Data atau angka ringkasan dapat berupa jumlah (total), presentase, proporsi, rata-rata, dan sebagainya.⁴⁰

Pengelolaan data menggunakan teknik statistik yang dilakukan berdasarkan jenis variabel/data kategori maupun numeric, dapat dilakukan dengan menggunakan komputer dengan aplikasi pengelolaan data seperti Ms Excel, SPSS (*Statistical and Service Solution*) dan aplikasi lainnya yang dapat di gunakan untuk mengelola data berbasis statistik.

Adapun teknik analisis data dari penelitian ini yaitu:

³⁹Indah Luluk Kadarsih, “*Analisis Pengaruh Persepsi, Keberagaman, Tingkat Pendapatan dan Motivasi Terhadap Pemanfaatan Jasa Di BTN Syariah KCP Semarang*”. Skripsi (Salahtiga, Insititut Agama Islam Negeri Salahtiga, 2020),65-66.

⁴⁰J, Supranto, *Statistik Teori Dan Aplikasi*, Edisi Keenam (Jakarta: Erlangga, 2021) , 24

1. Analisis *Kuantitatif*

Analisis ini dilakukan dengan cara analisis permasalahan yang diwujudkan dengan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *kuantitatif* karena jenis data yang digunakan adalah data *kuantitatif*.

2. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif, adalah variabel yang digunakan untuk analisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Adapun tugasnya yaitu untuk mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data sehingga dapat menyajikan data yang baik.⁴¹

I. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan.⁴² Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Data yang valid

⁴¹Saiful Gozi, dan Aris Sunindyo. *Statistika Deskriptif Untuk Ekonomi. (Buku 1 Edisi 1, Yogyakarta: Deepublish, 2021), 2.*

⁴²Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian. (Jakarta: Rineka Cipta, 2019), 54.*

adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.⁴³

Uji validitas untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrument (kuesioner) yang digunakan dalam pengumpulan data. Hal ini dilakukan untuk menguji butir-butir pertanyaan yang ada di dalam kuesioner. Dari uji validitas yang dilakukan dengan program SPSS versi 20 yaitu dengan melihat nilai dari *Corrected Item Correlation*. Teknik ini dilakukan dengan membandingkan nilai antara r_{hitung} dengan r_{tabel} . Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan dan indikator yang digunakan dianggap valid atau sah. Sedangkan apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan atau indikator yang digunakan dianggap tidak valid.⁴⁴

Table 3.3 Hasil uji validitas

NO	variabel	Item	R _{hitung}	R _{tabel (5%)}	Ket.
1	Kualitas Pelayanan (X1)	1	0,351	0,334	Valid
		2	0,489	0,334	Valid
		3	0,424	0,334	Valid
		4	0,394	0,334	Valid
		5	0,404	0,334	Valid
		6	0,371	0,334	Valid

⁴³Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif", Kuantitatif dan R&D,(Bandung: Alfabeta, 2020),121.

⁴⁴ Sugiyono,., *Metode Penelitian Bisnis*. (Bandung : Alfabeta,2021),55.

		7	0,352	0,334	Valid
		8	0,449	0,334	Valid
2	Kepuasan	1	0,892	0,334	Valid
	Nasabah (Y)	2	0,740	0,334	Valid
		3	0,693	0,334	Valid
		4	0,748	0,334	Valid
		5	0,575	0,334	Valid
		6	0,590	0,334	Valid
		7	0,368	0,334	Valid
		8	0,417	0,334	Valid
		9	0,437	0,334	Valid

Berdasarkan perbandingan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} , maka dapat disimpulkan bahwa semua butir soal untuk variabel kompetensi (X) dan (Y) adalah valid.

2. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat

pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.⁴⁵ Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Menurut pandangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih penelitian dalam obyek yang sama dalam kurun waktu berbeda menghasilkan data yang sama atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menemukan data yang tidak berbeda.⁴⁶

Suatu penelitian itu dikatakan reliabel, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrument yang reliabel belum tentu valid. Reliabilitas instrument merupakan syarat untuk penguian validitas instrument, oleh kerna itu walaupun instrumen yang valid umumnya pasti reliabel. Pada program SPSS, metode ini dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*, dimana kuesioner dikatakan reliable jika *Cronbach Alpha* $\geq 0,6$ (lebih besar atau sama dengan 0,6).

Table 3.4 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,592	17

Berdasarkan dari hasil perhitungan uji reabilitas, dimana nilai dari *Cronbach Alpha* 0,592 lebih besar daro 0,6 maka instrument kuesioner dinyatakan handal (reliable).

⁴⁵Ghozali,Imam.*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Semarang : BP Undip,2019).32.

⁴⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. (Bandung : Alfabeta,2020),44.

J. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linear dapat disebut sebagai model baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang kemudian tersebut dengan sumsi klasik. Adapun asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam model analisis linear yaitu:

1. Uji Normalitas

Uji *normalitas* dilakukan untuk mengetahui *residual* terstandarisasi yang diteliti berdistribusi secara normal atau tidak, hal ini dapat dilihat pada data *output kolmogrnov smirnov* di mana jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data relatif sama dengan rata-rata hingga dapat disebut normal.

2. Uji Multikoliearitas

Uji *multikolinearitas* digunakan untuk menguji apakah terjadi korelasi antar variabel independen dalam regresi. Jika tidak terjadi korelasi antara variabel *independent* maka regresi dikatakan baik, hal ini dapat dilihat pada nilai VIF (*Varian Infloating Factor*) di mana jika $FIV \leq 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.⁴⁷

3. Uji Heterokedastisitas

Uji *Heteroskedastisitas* memiliki arti terdapat varian dalam model yang tidak sama, hal ini di sebabkan variabel yang dipakai mempunyai nilai yang berbeda-beda yang menyebabkan nilai residu yang tidak konstan.

⁴⁷ Imam Ghozali, “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20”, (Semarang: Badan Penerbit Undip 2021), 160.

K. Uji Hipotesis

1. Uji Signifikan Individual (Uji-T)

Uji ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan pengaruh antara variabel bebas (X) secara parsial (sendiri-sendiri) dengan variabel terikat (Y). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf signifikan 5% (0,05). Adapun persyaratan uji-t adalah sebagai berikut:

- a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_1 diterima, artinya variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat dan ada pengaruh antara kedua variabel yang akan diuji.
- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima H_1 ditolak, artinya variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat dan tidak ada pengaruh antara kedua variabel yang akan diuji.

2. Uji Signifikan Simultan (F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan pengaruh antara variabel bebas (X) secara serentak atau bersama-sama dengan variabel terikat (Y), koefisien ini didapat dengan mengambil akar dari koefisien determinasi R .⁴⁸ Adapun persyaratan uji F sebagai berikut:

- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_1 diterima. Artinya variabel bebas secara bersama-sama dapat menerangkan variabel terikat dan ada pengaruh antara variabel yang akan diuji.

⁴⁸Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.(Edisi III; Semarang; Badan Penerbit Universitas Ponegoro, 2021),85.

- b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima. Artinya variable bebas secara bersama-sama tidak dapat menerangkan variable terikat dan tidak ada pengaruh antara variable yang akan diuji.

3. Uji koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) berguna untuk mengukur seberapa besar peranan variabel bebas yang terjadi pada dasar variabel terikat profitabilitas. Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel.⁴⁹ Jadi koefisien determinasi adalah kemampuan variabel X (variabel independen) memengaruhi variabel Y (variabel terikat). Semakin besar koefisien determinasi menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y. Koefisien determinasi menunjukkan suatu proporsi dari varian yang dapat diterangkan oleh persamaan regresi (*regression of sum squares-RSS*) terhadap varian total (*total sum of squares-TSS*).⁵⁰

⁴⁹Suharyadi dan Purwanto S.K. *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. (Jakarta: Salemba Empat,2020),18.

⁵⁰ Sekaran,U.& Bougie,R.J., *Research Methodes forBusiness: penganbagan pendekatan keterampilan edisi 7* (New York:2020)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Sejarah Singkat Koperasi Manurung Jaya

Mengingat perekonomian masyarakat yang boleh dikata sangat terpuruk keberadaan koperasi ditengah-tengah masyarakat sangat berperan penting dan Koperasi Manurung hadir ditengah masyarakat yang cukup membantu dalam meminjamkan modal awal dalam memulai usaha Koperasi Manurung Jaya sudah ada sejak tahun 1976. Koperasi Manurung Jaya dalam mengembangkan visi dan misinya yang diemban maka pengurus memprogramkan menambah perluasan jaringan yaitu tempat pelayanan dikoperasi di Belopa, Masamba, Wotu, Mangkutana dan Malili serta membuka cabang-cabang pembantu diwilayah lainnya. Karena strategi dan potensional untuk mengembangkan Koperasi Manurung terhadap masyarakat yang membutuhkan dana dalam mengembangkan usahanya, dan adapun pengembangan Koperasi Manurung khususnya di Dusun Kanjiro, Desa Patoloan, kec. Bone-Bone. Pada dasarnya pembukaan ini merupakan perpanjangan tangan yang selama ini dikelola.⁵¹

Koperasi Manurung didirikan pada Tahun 1976 di jaya kemudian memperoleh pengakuan Badan Hukum : No 3928/BH/IV.TGL 26 FEB 1976. Koperasi Manurung didirikan karena merupakan kawasan yang memiliki

⁵¹ Rustam, Manager KSP Manurung, "Wawancara". diakses tanggal 16 Marer 2023.

potensial dalam sektor perekonomian masyarakat sangat bagus dan memiliki jumlah masyarakat yang banyak pula. Selain itu penyerapan tenaga kerja yang produktif, kedatangannya sangat disambut baik oleh masyarakat sebab dapat membantu masyarakat dalam hal penambahan modal untuk tiap kegiatan usaha yang masyarakat jalankan. Tujuan memperkenalkan kepada masyarakat bahwa Koperasi Manurung Jaya itu tidak kalah baik dari koperasi-koperasi lain. Karena dalam pemahaman masyarakat mereka hanya mengetahui tentang kegiatan-kegiatan dalam simpan pinjam saja. Fungsi Koperasi Manurung Jaya yaitu membantu perekonomian dan pendapatan masyarakat seperti memberikan pinjaman dan bantuan usaha serta meringankan kebutuhan yang tidak disangka-sangka oleh masyarakat. Keberhasilan Koperasi Manurung Jaya menarik masyarakat menjadi anggota koperasi bukan hanya kerja keras para pengurus dan para seluruh karyawan, tetapi juga karena pembinaan dari Dinas Koperasi/UKM Jaya dan segenap jajarannya.⁵²

2. Visi dan Misi Koperasi Simpan Pinjam Manurung

- a. Visi koperasi simpan pinjam manurung yaitu lembaga perekonomian anggota masyarakat yang dikelola secara professional dengan mengutamakan kesejahteraan masyarakat berdasarkan pancasila sehingga kokoh, sehat dan mandiri.

- b. Misi koperasi simpan pinjam manurung yaitu :

⁵² Laporan Pertanggung jawaban (LPJ) KSP Manurung Palopo, (2022),1.

1. Memasyarakatkan koperasi dan penyerapan tenaga kerja produktif.
2. Masyarakat yang meminjam di koperasi simpan pinjam manurung jaya diharapkan menjadi anggota koperasi.
3. Menjaga keharmonisan internal dan eksternal agar tercipta rasa aman dan nyaman.

2. Tujuan KOPERASI Manurung

Adalah memajukan kesejahteraan anggota, meningkatkan pengetahuan anggota dan mengupayakan latihan kerja keterampilan perkoperasian dan pengelolaan secara demokratis.

3. Persyaratan Simpan Pinjam Koperasi Manurung Jaya

a. Jaminan Swasta

- 1) Sertifikat;
- 2) AJB;
- 3) Akta Kelahiran;
- 4) BPKB Kendaraan.

b. Jaminan Pensiun

- 1) SK;
- 2) KARIP.

c. Jaminan Pegawai

1) SK;

2) KGB (Asli) dan boleh copy SK kalau sudah ada pengambilan kredit

Bank.

d. Daftar Angsuran

Pinjaman	Rp1,020,000	Rp1,500,000	Rp2,040,000	Rp2,520,000	Rp3,000,000	Rp3,540,000	Rp4,020,000	Rp4,500,000	Rp5,040,000	Rp10,020,000
Angs Ke 1	Rp146,200	Rp215,000	Rp292,400	Rp361,200	Rp430,000	Rp507,400	Rp576,100	Rp645,000	Rp722,400	Rp1,436,200
Angs Ke 2	Rp141,100	Rp207,500	Rp282,200	Rp348,600	Rp415,000	Rp489,700	Rp556,100	Rp622,500	Rp697,200	Rp1,386,200
Angs Ke 3	Rp136,000	Rp200,000	Rp272,000	Rp336,000	Rp400,000	Rp472,000	Rp536,000	Rp600,000	Rp672,000	Rp1,336,000
Angs Ke 4	Rp130,900	Rp192,500	Rp261,800	Rp323,400	Rp385,000	Rp454,300	Rp515,900	Rp577,500	Rp646,800	Rp1,285,900
Angs Ke 5	Rp125,800	Rp185,000	Rp251,600	Rp310,800	Rp370,000	Rp436,600	Rp495,800	Rp555,000	Rp621,600	Rp1,235,800
Angs Ke 6	Rp120,700	Rp177,500	Rp241,400	Rp298,200	Rp355,000	Rp418,900	Rp475,700	Rp532,500	Rp596,400	Rp1,185,700
Angs Ke 7	Rp115,600	Rp170,000	Rp231,300	Rp285,600	Rp340,000	Rp401,200	Rp455,600	Rp510,000	Rp571,200	Rp1,135,600
Angs Ke 8	Rp110,500	Rp162,500	Rp221,200	Rp273,000	Rp325,000	Rp383,500	Rp435,500	Rp487,500	Rp546,000	Rp1,085,500
Angs Ke 9	Rp105,400	Rp155,000	Rp210,800	Rp260,400	Rp310,000	Rp365,800	Rp415,400	Rp465,000	Rp520,800	Rp1,035,400
Angs Ke 10	Rp100,300	Rp147,500	Rp200,600	Rp247,800	Rp295,000	Rp348,100	Rp395,300	Rp442,500	Rp495,600	Rp985,400
Angs Ke 11	Rp95,200	Rp140,000	Rp190,400	Rp235,200	Rp280,000	Rp330,400	Rp375,200	Rp420,000	Rp470,400	Rp935,200
Angs Ke 12	Rp90,100	Rp132,500	Rp132,500	Rp222,600	Rp265,000	Rp312,700	Rp355,100	Rp397,500	Rp445,200	Rp885,100

4. Hak-hak karyawan KOPERASI Manurung

- a. Setiap anggota hanya mempunyai satu suara saja dalam menjalankan rapat.
- b. Anggota yang tidak hadir tidak bisa mewakili suaranya kepada orang lain.
- c. Anggota berhak mengeluarkan/mengajukan usul atau suara demi kemajuan Koperasi Manurung Jaya.

- d. Setiap anggota berhak dan memilih siapa yang berhak untuk menjadi pengurus dan pengawas Koperasi Manarung Jaya.

5. Tugas dan kewajiban pimpinan

Karyawan dan anggota Koperasi Manurung Tugas dan kewajiban pimpinan Koperasi Manurung Jaya yaitu :

- a. Pimpinan harus mengikuti tata tertib yang ada.
- b. Apabila diadakan rapat dipimpin oleh ketua pengawas, dan apabila ketua pengurus tidak ada maka ketua menunjuk pengurus lainnya untuk mewakili.
- c. Pimpinan berkewajiban mengumumkan forum rapat sesuai dengan pasal 3 dalam tata tertib rapat Koperasi Manurung Jaya.
- d. Pimpinan berkewajiban mengatur, menjaga, mengarahkan dan mengusahakan agar kegiatan berkoperasi berjalan lancar, aman dan teratur senantiasa mentaati tata tertib yang dijiwai dengan semangat kekeluargaan dan azas demokrasi pancasila.
- e. Pimpinan berhak memperingati para pembicara atau penghentikan karyawan jika tidak sesuai atau menyimpang jauh dari kegiatan Koperasi Manurung Jaya.

Tugas dan kewajiban karyawan Koperasi Manurung Jaya yaitu :

- a. Menyetujui semua peraturan yang ada.
- b. Harus tepat waktu atau disiplin waktu. Termasuk dalam hal rapat hadir 15

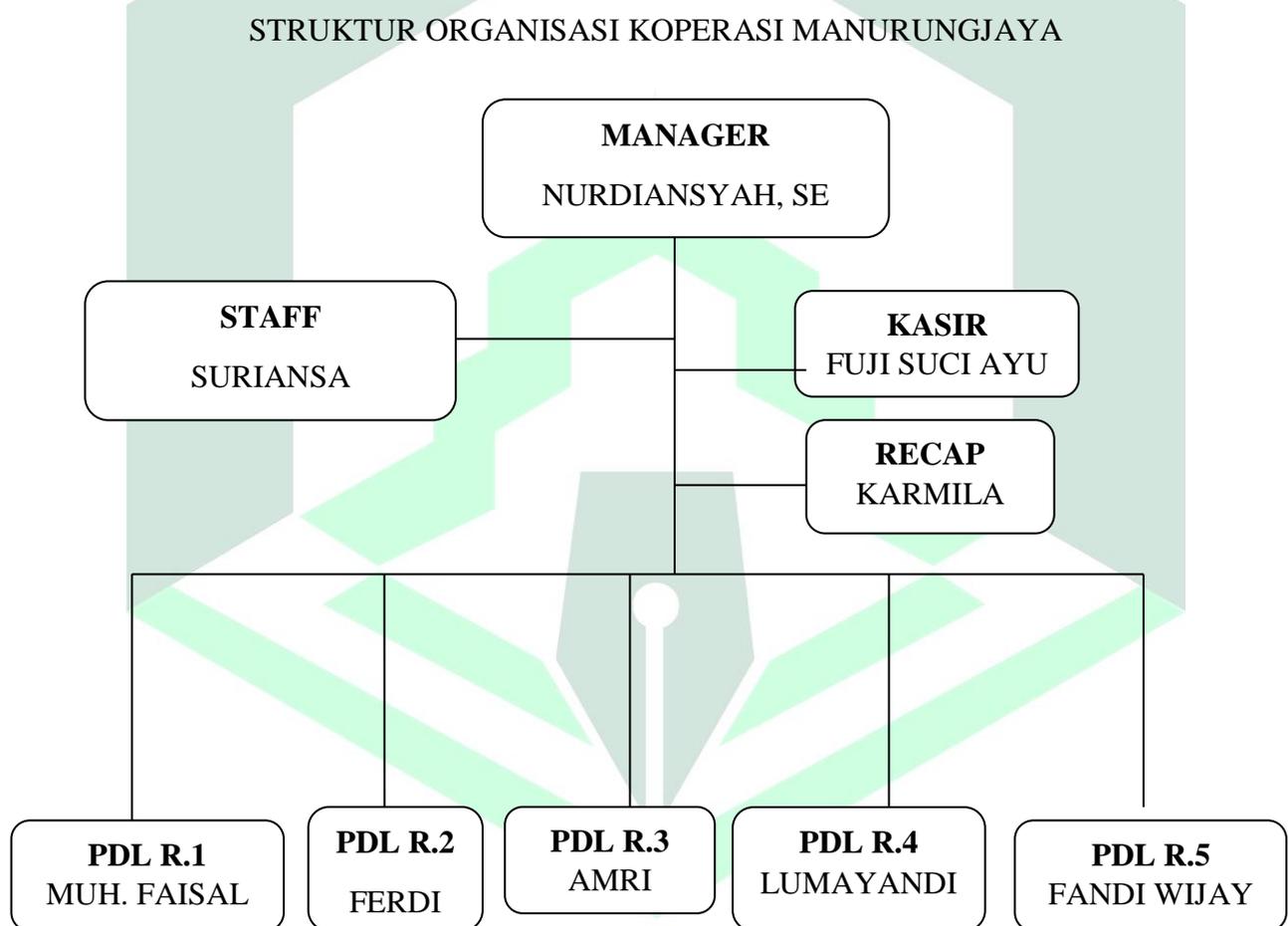
menit sebelum acara dimulai.

c. Menjaga ketertiban dan keamanan baik di dalam maupun diluar ruangan.

d. Mentaati semua tata tertib.

e. Bagi karyawan yang ingin meninggalkan kantor harus terlebih dahulu meminta izin kepada pimpinan terlebih dahulu.

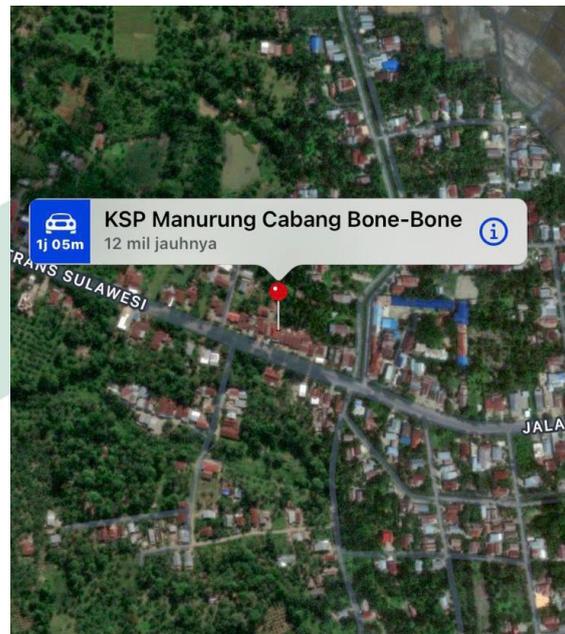
5. Struktur organisasi pengurus Koperasi Manurung Jaya



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

6. Lokasi KSP Manurung Jaya

Alamat : Jl. Trans Sulawesi Bone-bone, Kec. Bone-bone, Kabupaten Luwu Utara.



Gambar 4.2 Lokasi Koperasi Manurung Jaya Cabang Bone-bone

Sumber : Google Maps

7. Analisis Deskriptif

a. Karakteristik Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah dari Koperasi Manurung Jaya sebanyak 37 orang yang ditemui penulis pada saat penelitian berlangsung. Terdapat karakteristik responden yang dimasukkan dalam penelitian, yaitu berdasarkan jenis kelamin dan usia. Karakteristik tersebut dapat dilihat melalui uraian berikut:

1) Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis kelamin (gender) merupakan salah satu hal yang penting dalam penelitian, karena jenis kelamin seseorang akan mempengaruhi pendapat mengenai suatu objek. Berdasarkan jenis kelamin, maka responden yang diambil adalah jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	14	38%
Perempuan	23	52%
Total	37	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa dari 37 responden yang diteliti, maka responden terbanyak adalah berjenis kelamin perempuan sebanyak 23 orang atau 52%, kemudian untuk jenis kelamin laki-laki sebanyak 14 orang atau 38%. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan sebagian besar responden dari Koperasi Manurung Jaya

2) Responden Menurut Usia.

Usia responden merupakan pengelompokan usia dalam penelitian. Berdasarkan usia responden dalam penelitian ini terbagi menjadi 4

kelompok yaitu umur <20 tahun, 21-30 tahun, 31-40 tahun dan diatas 40 tahun. Adapun data mengenai usia responden dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
< 20 tahun	0	0%
21 – 30 tahun	18	54%
31 – 40 tahun	15	34%
Lebih dari 40 tahun	4	12%
Total	37	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa usia responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah berumur 21-30 tahun yaitu 18 orang atau 54%, selanjutnya responden yang berumur 31-40 tahun sebanyak 15 orang atau 34%, kemudian responden yang berumur lebih dari 40 tahun sebanyak 4 orang atau 12%, dan responden yang berumur dibawah 20 tahun yakni 0 orang atau 0% sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar umum responden pada penelitian ini adalah berumur 21-30 tahun sebanyak 18 orang atau 54%.

B. Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji Normalitas ini yaitu menguji tingkat signifikan antar variabel bebas atau independen terhadap variabel terikat atau dependen yang menghasilkan distribusi normal ataukah tidak yang terdapat dalam penelitian. Pada penelitian ini memakai uji *one-sample kolmogorov-smirnov*. Dalam hal ini untuk melihat apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak.

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		37
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.37641424
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.084
	Negative	-.067
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas diketahui bahwa nilai signifikansi (*Asymp. Sig.(2- tailed)*) sebesar $0,200 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilairesidual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinearitas ini yaitu untuk melihat apakah terjadi interterkorelasi (hubungan yang kuat) antar variabel independen. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadi interkorelasi antara variabel independen (tidak terjadi gejala multikolinearitas).

- 1) Jika nilai Tolerance lebih besar dari $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinieritas.
- 2) Jika nilai VIF lebih kecil dari $< 10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	38.715	5.180		7.474	.000		
	Kualitas Pelayanan	-.291	.189	-.252	-1.538	.133	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tampilan *output coefficients* pada tabel diatas, diketahui besarnya nilai *tolerance* kualitas pelayanan $1,000 > 0,10$ maka tidak terjadi multikolinieritas. Sedangkan nilai *variance inflation factor* (VIF) variabel kepuasan nasabah $1.000 < 10,00$ maka tidak terjadi multikolinieritas. Maka kesimpulannya adalah model regresi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tidak terjadi gejala multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

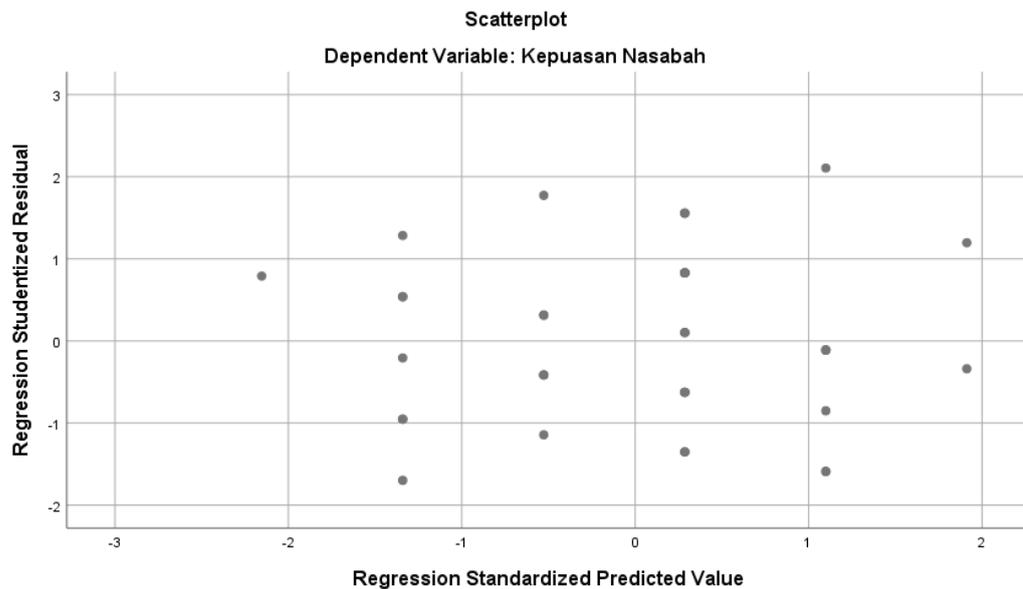
Tujuan dari uji heterokedastisitas ini yaitu untuk menguji apakah pada model regresi yang terbentuk terjadi ketidaksamaan varian dari residual model regresi. Data yang baik yaitu penelitian data yang tidak terjadi heterokedastisitas atau data yang terjadi homoskedastisitas. Salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam model regresi yang baik yaitu tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Untuk itu heterokedastisitas dalam penelitian ini memakai metode *scatter plot*.

Ciri-ciri tidak terjadi gejala heterokedastisitas adalah:

- 1) Titik-titik data penyebaran diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
- 2) Titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik tidak boleh membentuk pola bergelombang, melebar, kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Adapun hasil uji heterokedastisitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan hasil di atas dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri dari gejala heterokedastisitas sehingga dapat dikatakan bahwa dalam model regresi kualitas pelayanan (x) terhadap kepuasan nasabah (y) tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

2. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Pengujian regresi secara parsial (uji t) bertujuan untuk menguji pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dengan membandingkan

nilai probabilitas (*p-value*) dari masing-masing variabel dengan tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 0,05.

- 1) Jika nilai sig < 0,05 atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- 2) Jika nilai sig > 0,05 atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

$$t \text{ tabel} = t (a/2; n-k-2) = t (0,025; 35) = 2,030$$

Tabel 4.6
Hasil Pengujian Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	38.715	5.180		7.474	.000
	Kualitas Pelayanan	-.291	.189	-.252	2.538	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji diatas dapat diketahui bahwa nilai sig untuk pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,538 > t \text{ tabel } 2,030$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a di terima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

b. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen dengan menggunakan uji F dengan tarif signifikansi 5%.

- 1) Jika nilai sig < 0,05 atau F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap Variabel Y.
- 2) Jika nilai sig > 0,05 atau F hitung < F tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

$$F \text{ tabel} = F(k; n-k) = F(2;35) = 3,27$$

Tabel 4.7

Hasil Pengujian Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.608	1	4.608	4.365	.000 ^b
	Residual	68.203	35	1.949		
	Total	72.811	36			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil uji diatas dapat diketahui nilai signifikan untuk pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan

nilai F hitung $4,365 > 3,27$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan untuk mengukur kemampuan variabel-variabel independen, yaitu kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada kolom *adjusted R square*, yang ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.252 ^a	.863	.037	1.39594

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil uji diatas dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,863, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 86,3%.

C. Pembahasan

Dari hasil penelitian di atas maka pembahasan tentang penelitian ini adalah sebagai berikut:

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja

(atau hasil) yang diharapkan⁵³. Pengertian ini didasarkan Tjiptono⁵⁴, dimana konsep kepuasan pelanggan dapat diketahui bahwa ada dua faktor yang menentukan suatu tingkat kepuasan pelanggan, yaitu harapan pelanggan dan hasil yang dirasakan.

Sebagaimana telah di ketahui bahwa kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, baik tidaknya kualitas pelayanan jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumennya secara konsisten. Berdasarkan pengertian tersebut diatas dapat diartikan bahwa kepuasan nasabah menjadi titik acuan dalam meningkatkan dan mempertahankan keunggulan pelayanan.

Konsisten kualitas jasa pelayanan sangat sulit untuk dijaga. Dalam kebanyakan jasa, kualitas terjadi selama proses penyerahan kepada nasabah, umumnya dalam interaksi dengan nasabah dan kontak personal dengan perusahaan. Dengan demikian, kualitas jasa pelayanan memiliki ketergantungan yang tinggi pada kinerja pekerja, sumber organisasional, dimana mereka tidak dapat dikontrol semudah komponen barang diproduksi.⁵⁵

Koperasi Manurung Jaya adalah badan usaha yang bergerak di bidang kredit dan simpan pinjam. Koperasi hanya melakukan kegiatan di bidang kredit

⁵³ Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2019),177.

⁵⁴ Tjiptono, F. *Strategi Pemasaran Edisi III*. PT. Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2020),76.

⁵⁵ Zeithaml, *Defining and Relaying Price, Perceived Quality, and Percaived Value*, Marketing Science, Institute, Cambtidge, MA Report NO. 87-101.

dan simpan pinjam. Koperasi ini bekerja atas dasar spesialisasi, yakni di bidang perkreditan dan simpan pinjam.

Hasil pengujian statistik secara parsial yang telah dilakukan antara variabel pelayanan Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) bahwa t_{hitung} sebesar 2,538 dan t_{tabel} sebesar 2,030 jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$. Dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka diperoleh hasil yang signifikan bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah berpengaruh positif.

Sedangkan hasil pengujian statistik secara koefisien Determinasi (R^2) bahwa nilai R Square sebesar 0,863, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 86,3%.

Signifikan merupakan suatu hal yang menyatakan tingkat kebenaran yang tidak bisa lepas dari suatu persoalan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif sebesar 86,3% dan signifikan terhadap kepuasan Koperasi Manurung Jaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya kualitas pelayanan maka akan semakin berpengaruh baik pada kepuasan nasabah.

Masyarakat sebagai pengguna jasa kini semakin selektif dalam memilih bank atau koperasi untuk menipkan dana yang dimilikinya untuk menghindari resiko kehilangan dana akibat buruknya kinerja suatu perusahaan. Dalam hal ini unsure keamanan, kepercayaan dan pelayanan menjadi faktor kunci bagi koperasi

untuk memenangkan persaingan. Menurut Kotler⁵⁶, kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan, keunggulan produk, rasa percaya, nilai nasabah, dan citra perusahaan.⁵⁷

Berdasarkan beberapa define kualitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat, andal dapat dipercaya, bertanggung jawab atas apa yang dijanjikan, tidak pernah memberikan janji yang berlebihan dan selalu memberikan janjinya.

Menurut Tjiptono⁵⁸, ada lima (5) faktor yang relevan untuk menjelaskan kualitas pelayanan yang dikenal dengan model SERVQUAL yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Kelima faktor kualitas tersebut merupakan kunci utama untuk meningkatkan kepuasan nasabah yang pada akhirnya berujung pada loyalitas nasabah.

Penjelas kelima faktor kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

- a. *Tangibles*, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personilnya dan sarana komunikasi.
- b. *Reliability*, yaitu kemampuan untuk menghasilkan kinerja pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan pasti.

⁵⁶ Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2019),200.

⁵⁷ Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2019),78.

⁵⁸ Tjiptono, F. *Strategi Pemasaran Edisi III*. PT. Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2020),34.

- c. *Responsiveness*, yaitu kemampuan para karawan untuk membantu para nasabah dan memberikan layanan dengan tanggap.
- d. *Assurance*, yaitu kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimilikimoleh para staff, bebas dari bahaya, resiko dan keraguan.
- e. *Empathy*, yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan nasabah.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

Kualitas pelayanan jasa yang dilakukan oleh pegawai Koperasi Manurung Jaya telah optimal dimana dari 37 responden memberikan tanggapan atas mutu kualitas pelayanan jasa dan kepuasan nasabah yang dilakukan oleh pegawai Koperasi Manurung Jaya.

Hasil pengujian statistik secara parsial yang telah dilakukan antara variabel pelayanan Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) bahwa t_{hitung} sebesar 2,538 dan t_{tabel} sebesar 2,032 jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$. Dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka diperoleh hasil yang signifikan bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah berpengaruh positif. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif sebesar 86,3% dan signifikan terhadap kepuasan Koperasi Manurung Jaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya kualitas pelayanan maka akan semakin berpengaruh baik pada kepuasan nasabah.

B. Saran

Saran yang peneliti berikan diharapkan dapat digunakan untuk pengembangan penelitian selanjutnya untuk tidak membatasi daerah pengambilan sampel hanya pada suatu daerah saja, sehingga dapat mewakili populasi yang lebih luas.

Peneliti juga menyarankan untuk tidak hanya mendasarkan pengukuran variabel penelitian pada persepsi responden saja. Pengumpulan data pada penelitian selanjutnya diharapkan tidak hanya terbatas pada penyebaran kuesioner saja, tetapi dapat pula dilakukan melalui wawancara. Kehadiran peneliti pada saat responden melakukan pengisian kuesioner sebaiknya juga dilakukan. Hal ini akan menghindarkan *response bias*, karena responden dapat menanyakan secara langsung mengenai item pertanyaan yang kurang dipahami.

DAFTAR PUSTAKA

- Baswir Resvior, *Koperasi Indonesia* (Yogyakarta:BPFE,2019).
- Bela Vety Makesta ,*Pengaruh Pemasaran Syariah dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (SKRIPSI STAIN Ponorogo,2019).*
- Djazhari M., “*Pengaruh sikap menghindari risiko Sharing dan Knowledge Self-Efficaty Terhadap Infomal Knowledge Sharing Pada Mahasiswa FISE UNY*”, *Jurnal Nominal 2*, no. 2, (2020).
- Fasiha, *Ekonomi Dan Bisnis Islam : Konsep Dan Aplikasi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, (Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, 2020).
- Fasiha, *The Effect Of Product Quality And Service Quality On Costumer Loyalty At Palopo Minimarkets*, (2022).
- Fitriani Eni,*Pengaruh Kualitas Produk Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Halu Oleo (SKRRIPSI Universitas Halu Oleo Kendari,2021).*
- Ghozali Imam, “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*”, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019).
- Irawan Handi,*10 Prinsip Kepuasan pelanggan*,(Jakarta:PT Media Komputindo,2020)
- Irawan,*Kepuasan Konsumemn* (Yogyakarta:PT.Media Komputindo,2019).
- Jajang A MahriW,*Teori dan praktek Koperasi*,(Jakarta:Erlangga,2019).

Kasmir,*Etika Customer Service* (Jakarta: Raja Grafindo Persada,2019).

Kotler,*Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid1*,(PT Gelora Aksara Pratama:Penerbit Erlangga,2020.)

Luluk Indah Kadarsih, “*Analisis Pengaruh Persepsi, Keberagaman, Tingkat Pendapatan dan Motivasi Terhadap Pemanfaatan Jasa Di BTN Syariah KCP Semarang*”. Skripsi (Salahtiga, Insititut Agama Islam Negeri Salahtiga, 2020).

Lupiyoadi Rambat,*Manajemen Pemasaran Jasa*(Jakarta: Selemba Empat,2020).

Mowen,Michael Minor C., John,*Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga,2019).

Prasetyo Bambang,*Metode Penelitian Kuantitatif*, (Rajawali pers : Jakarta, 2019).

Puput Agesti Widyasari,*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Konsumen di Koperasi Simpan Pinjam Syariah Peta Tulungagung* (SKRIPSI IAIN Tulungagung,2020).

Rudianto,*Akuntansi Manajemen Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Manajemen*(Jakarta:Gramedia,2021).

Sekaran,U.&Bougie,R.J., *Research Methodes forBusiness: penganbagan pendekatan keterampilan edisi 7* (New York:2020)

Sinaga Pariaman, dkk. *Koperasi Dalam Sorotan Peneliti*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2021).

Sitio Arifin &Tamba Halomon,*Koperasi Teori dan Prakti*,(Jakarta:Erlangga,2019).

Somad Rismi dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*, (Bandung: Alfabeta, 2021).

Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif*”, Kualitatif dan R&D,(Bandung: Alfabeta, 2020).

Sumarni Murti,*Manajemen Pemasaran Bank*(Yogyakarta:Liberty,2020).

Wahyu Heni Mulyani ,*Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi dari Citra Koperasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening di KUD Mekar Kecamatan Ungkaran Kabupaten Semarang* (SKRIPSI,Universitas Negri Semarang,2020).



L

A

M

P

I

R

A

N



KUESIONER PENELITIAN

Berikut ini adalah kuesioner yang berkaitan dengan penelitian tentang faktor-faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah koperasi manurung jaya oleh mahasiswa yang menempuh skripsi oleh karena itu di sela-sela kesibukan anda, saya memohon dengan hormat kesediaan anda untuk dapat mengisi kuesioner berikut ini. Atas kesediaan dan partisipasi anda sekalian untuk mengisi kuesioner yang ada, saya ucapkan terimakasih.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

DAFTAR KUESIONER

Mohon untuk memberikan tanda (√) pada setiap pernyataan yang anda pilih.

Keterangan:

SS= Sangat Setuju

S= Setuju

N= Netral

TS= Tidak Setuju

STS= Sangat Tidak Setuju

KUALITAS PELAYANAN (X)

1. Keandalan

NO.	Pernyataan	Keterangan				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Karyawan KSP manurung jaya mencatat dan mengantri transaksi dengan benar.					
2.	Keterampilan karyawan KSP manurung jaya dalam bekerja sesuai tugasnya masing-masing.					

2. DayaTanggap

NO.	Pernyataan	Keterangan				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Karyawan KSP Manurung Jaya mampu memperhatikan masalah yang terjadi pada setiap nasabah.					

3. Jaminan

NO.	Pernyataan	Keterangan				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Karyawan KSP Manurung Jaya lancar dalam berkomunikasi dengan nasabah.					
2.	Karyawan KSP Manurung Jaya mampu memberikan rasa aman kepada nasabah pada saat melakukan transaksi.					

4. Empati

NO.	Pernyataan	Keterangan				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Karyawan KSP manurung jaya cepat memberikan solusi atas keluhan dari nasabah.					
2.	Karyawan KSP manurung jaya mampu memahami kebutuhan nasabah.					
3.	Hubungan baik terus dijalin karyawan KSP manurung jaya dengan nasabah.					

KEPUASAN NASABAH (Y)

1. Layanan pinjaman di KSP manurung jaya

NO.	Pernyataan	Keterangan				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Pinjaman yang diberikan tidak berubah-ubah.					
2.	System pinjaman yang mudah dimengerti nasabah.					
3.	Prosedur administrasi pinjaman mudah dipenuhi nasabah.					

2. Perilaku karyawan KSP manurung jaya

NO.	Pernyataan	Keterangan				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Karyawan KSP Manurung Jaya ramah kepada nasabah.					
2.	Karyawan KSP Manurung Jaya sopan kepada nasabah.					

3. Puan pada pelayanan yang diberikan KSP manurung jaya

NO.	Pernyataan	Keterangan				
		SS	S	N	TS	STS
1.	KSP Manurung Jaya memberikan banyak keuntungan bagi nasabah, baik secara ekonomis dan psikologis, sehingga membuat nasabah sulit pindah kelayanan lain.					

4. Dapat memenuhi kebutuhan yang di inginkan nasabah KSP manurung jaya

NO.	Pernyataan	Keterangan				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Nasabah merasa kualitas chidupan nasabah meningkat karena kebutuhan yang di inginkan nasabah sudah terpenuhi setelah menjadi anggota KSP Manurung Jaya.					
2.	Nasabah mengambil kredit / pinjaman di KSP manurung jaya untuk membantu memenuhi kebutuhan persediaan bahan baku untuk operasional usaha nasabah.					
3.	Nasabah melakukan peminjaman di KSP manurung jaya sudah memenuhi kebutuhan yang di inginkan nasabah.					



PIMPINAN CABANG KOPERASI MANURUNG JAYA



NASABAH KSP MANURUNG JAYA



RIWAYAT HIDUP PENULIS



Febri Fera, Lahir di Lambarese pada tanggal 28 Februari 2001. Anak ke Tiga dari Tujuh bersaudara dan merupakan buah cinta kasih dari pasangan seorang ayah bernama Hayuddin dan seorang ibu bernama Alm. Nur Anta Sari. Saat ini penulis bertempat tinggal di Desa Tolada, Kecamatan Malangke, Kabupaten Luwu Utara.

Penulis menempuh pendidikan dasar pada tahun 2007 di Sekolah Dasar Negeri (SDN) 140 Lumu-Lumu dan tamat pada tahun 2013. Kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 2 Malangke dan tamat pada tahun 2016. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di salah satu sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 11 Luwu Utara dan tammat pada tahun 2019. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di salah satu pendidikan di institut perguruan tinggi pada tahun 2019 yaitu di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo dengan mengambil jurusan atau program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Palopo .

Dalam rangka memenuhi kewajiban sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulis pada akhir studinya menulis skripsi dengan judul “*Faktor-faktor yang Memengaruhi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Manurung Jaya*”.