

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI
NASABAH TERHADAP KEPUASAN NASABAH DAN
LOYALITAS NASABAH PADA KSP TERATAI EMAS
SEJAHTERA DESA WADANG KECAMATAN NGASEM
KABUPATEN BOJONEGORO**

SKRIPSI



Oleh:

DEVI DWI NUR ANGGRAINI

NIM: 20010007

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI CENDEKIA BOJONEGORO
TAHUN 2024**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI NASABAH
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DAN LOYALITAS NASABAH
PADA KSP TERATAI EMAS SEJAHTERA DESA WADANG
KECAMATAN NGASEM KABUPATEN BOJONEGORO**

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi salah satu syarat
guna mencapai gelar Sarjana Manajemen pada
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Boojonegoro

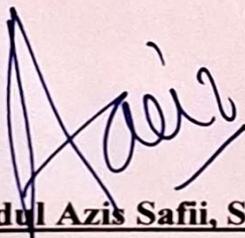
Oleh:

DEVI DWI NUR ANGGRAINI

NIM. 20010007

Menyetujui :

Dosen Pembimbing I



Abdul Azis Safii, SE.,MM

NIDN. 0715098303

Dosen Pembimbing II



Eka Adiputra, SE.,MSM

NIDN. 0705018403

Dipertahankan di Depan Panitia Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen
STIE Cendekia Bojonegoro

Oleh :

Nama mahasiswa : Devi Dwi Nur Anggraini

NIM : 20010007

Disetujui dan di terima :

Hari, Tanggal : Senin, 19 Agustus 2024

Tempat : Ruang J

Dewan Penguji Skripsi :

1. Ketua Penguji : Latifah Anom, SE.,MM.

(Anom)

2. Anggota Penguji : Ahmad Saifurriza Effasa, SH.I.,MM.

(As)

3. Sekretaris Penguji : Abdul Azis Safii, SE.,MM.

(Azis)

Diserahkan oleh :

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro



Ketua

Nurul Mazidah, SE., MSA., Ak

NIDN : 070567503

MOTTO

“Bukan kesulitan yang membuat kita takut, tapi ketakutanlah yang membuat jadi sulit. Jadi jangan mudah menyerah ...”

(Joko Widodo)

Kupersembahkan untuk :

Bismillahirrohmanirrohim

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Kedua Orang tua saya

Nenek Saki, Wakijah

Bapak Sunari dan Ibu Yatemi

Untuk kedua mas-masku

Dan tak lupa untuk adek ku yang sudah tenang di sana “Miftakul Janah”

Yang selalu melangitkan doa-doa baik dan menjadikan motivasi bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah mengantarkan saya sampai pada titik ini.

Kepada dosenku dan teman-teman terdekat saya Terima kasih atas segala doa, sudah saya repotkan selama mengerjakan, motivasi dan support yang diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini.

BIODATA SINGKAT PENULIS

Nama : Devi Dwi Nur Anggraini

NIM : 20010007

Tempat, Tanggal Lahir : Bojonegoro, 11 Oktober 2001

Agama : Islam

Pendidikan sebelumnya : MA ABU DARRIN

Nama Orang Tua / Wali : Sunari

Alamat : Ds. Wadang RT/RW : 014/004
Kec. Ngasem Kab. Bojonegoro

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Pada KSP Teratai Emas Sejatera Desa Wadang Kecamatan Ngasem Kabupaten Bojonegoro

Bojonegoro, 11 Agustus 2024

Penulis

Devi Dwi Nur Anggraini

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Devi Dwi Nur Anggraini
NIM : 20010007
Tempat, Tanggal Lahir : Bojonegoro, 11 Oktober 2001
Program Studi : Manajemen
Institusi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sejujurnya bahwa skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Pada KSP Teratai Emas Sejatera Desa Wadang Kecamatan Ngasem Kabupaten Bojonegoro” adalah asli hasil penelitian saya sendiri dan bukan hasil plagiasi hasil karya orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar dikemudian hari bahwa skripsi ini merupakan plagiasi dari hasil plagiasi orang lain, maka saya bersedia ijazah dan gelar Sarjana Manajemen yang saya terima di STIE Cendekia Bojonegoro ditinjau kembali.

Bojonegoro, 11 Agustus 2024

Yang Menyatakan



Devi Dwi Nur Anggraini

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah Allah SWT pencipta manusia dan alam semesta. Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dari keteladannya kita mendapat nilai-nilai acuan bagaimana berinteraksi dengan sesama manusia dalam kehidupan bermasyarakat, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Pada KSP Teratai Emas Sejatera Desa Wadang Kecamatan Ngasem Kabupaten Bojonegoro” dengan tepat waktu.

Penulisan skripsi ini bermaksud untuk memenuhi persyaratan guna meraih gelar Sarjana Manajemen (SM) jenjang Strata-1 Program Studi Manajemen, dan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisa suatu masalah yang diangkat dalam skripsi ini dan mengambil dari hasil kesimpulannya. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Nurul Mazidah, SE., MSA., Ak. selaku Ketua STIE Cendekia Bojonegoro.
2. Ibu Latifah Anom, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Cendekia Bojonegoro.
3. Bapak Abdul Azis Safii, SE., MM dan Bapak Eka Adiputra, SE., MSM. selaku dosen pembimbing I dan dosen pembimbing II yang telah memberikan saran dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Para dosen, karyawan dan semua pihak yang telah memberikan dorongan semangat dan bantuan lainnya bagi penulis.
5. Ketua KSP yang telah memberikan ijin dan bantuan selama penelitian berlangsung.
6. Kedua orang tuaku dan teman-teman tercinta. Terima kasih sudah ikut serta dalam proses penulisan menempuh pendidikan selama ini, terima kasih atas semangat, doa dan cinta yang telah diberikan kepada penulis.
7. Seluruh teman-teman Manajemen A angkatan 2020 dan yang telah memberikan pengalaman dan pembelajaran selama dibangku perkuliahan ini.

8. Almamater STIE Cendekia Bojonegoro, yang telah menjadi saksi penulis untuk berproses selama ini.
9. Keluarga besar saya terima kasih atas bantuan, semangat dan doa baik yang diberikan kepada penulis selama ini.
10. Seseorang yang saat ini bersama saya, terima kasih telah memberikan kontribusi besar dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih atas kehadiran, waktu, tenaga, pemikiran dan dukungan yang telah diberikan, serta memberi motivasi dalam mengejar mimpi saya, yang setia menemani saya setiap mengerjakannya.
11. Dan yang terakhir tidak kalah penting, saya ingin berterima kasih kepada diri sendiri Devi Dwi Nur Anggraini yang merupakan bagian kebahagiaan tersendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Terima kasih telah percaya pada diri sendiri bahwa saya bisa melalui semua ini. Terima kasih karena tidak pernah berhenti dan mencintai dan menjadi diri sendiri.

Saya selaku peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan maupun kesalahan. Kritik dan saran akan peneliti terima dengan senang hati. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Bojonegoro, 11 Agustus 2024

Penulis

Devi Dwi Nur Anggraini

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	xiv
BIODATA SINGKAT PENULIS	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Msalah dan Cakupan Masalah.....	6
1. Identifikasi Masalah	6
2. Cakupan Masalah	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	7
1. Tujuan Penelitian.....	7
2. Manfaat Penelitian.....	8
A. Manfaat teoritis.....	8
B. Manfaat praktis.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR.....	10
A. Kajian Pustaka dan Deskripsi Teori.....	10
1. Kualitas Pelayanan.....	10
2. Nilai Nasabah.....	12

3. Kepuasan Nasabah	13
4. Loyalitas Nasabah	15
B. Kajian Empiris	19
C. Kerangka Berfikir.....	21
D. Hipotesis.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
A. Metode dan Teknik Penelitian	23
B. Jenis dan Sumber Data	24
Sumber Data	24
Data Primer.....	24
C. Populasi sampel dan Teknik sampling.....	25
1. Populasi	25
2. Sampel	25
D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data.....	30
E. Metode dan Teknik Analisis Data.....	31
1. Uji Validitas.....	31
2. Uji Realibilitas.....	31
3. Uji Asumsi Klasik	31
4. Uji Multikolinearitas.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Gambaran Singkat Obyek Penelitian	36
1 . Stuktur Organisasi Koperasi	38
B. Hasil Penelitian Dan Analisis Data	40
1. Hasil Penelitian.....	40
2. Analisis Data	44

C. Pembahasan.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	68



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Diagram Jumlah koperasi	1
Tabel 2 Definisi Operasional.....	26
Tabel 3 Kearakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4 Karakteristik Respdn Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 5 Katarestik Responden Berdasarkan pekerjaan	40
Tabel 6 Katarestik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	41
Tabel 7 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 8 Hasil Uji Reli abilitas.....	46
Tabel 9 Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 10 Hasil Uji Multikolonieritas	48
Tabel 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 12 Hasil Analisis Regresi Persamaan I	50
Tabel 13 Hasil Analisis Regresi Persamaan II.....	50
Tabel 14 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Persamaan pertama.....	53
Tabel 15 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Persamaan Kedua	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Skema Kerangka Berpikir 21
Gambar 2 Analisis Jalur 33



ABSTRAK

Anggraini, Devi Dwi Nur. 2024. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah pada KSP Teratai Emas Sejahtera Skripsi*. Manajemen: STIE Cendekia Bojonegoro. Abdul Aziz Safii, SE., MM., selaku dosen pembimbing satu dan Eka Adiputra, SE., MM., selaku dosen pembimbing dua.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Nilai Nasabah, Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada KSP Teratai Emas Sejahtera. Sampel sebanyak 65 responden, dengan metode accidental sampling dengan populasi seluruh nasabah KSP Teratai Emas Sejahtera Desa Wadang Kecamatan Ngasem Kabupaten Bojonegoro. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Serta menggunakan analisis berganda dan instrumen pengumpulan data yang di gunakan adalah observasi dan kuesioner (angket). Data telah memenuhi uji asumsi klasik, Dalam membuktikan dan menganalisis hal tersebut, maka menggunakan uji instrumen: uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik: uji normalitas data, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis: uji t, variabel dengan penelitian ini terdiri dari Kualitas Pelayanan (X1), Nilai Nasabah (X2), Kepuasan Nasabah (Y1), dan Loyalitas Nasabah (Y2). Maka dapat di ambil kesimpulan bahwa 1) Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah, 2) Nilai Nasabah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah, 3) Kepuasan Nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, 4) Kualitas Nasabah tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah, 5) Nilai Nasabah tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah.

BAB I

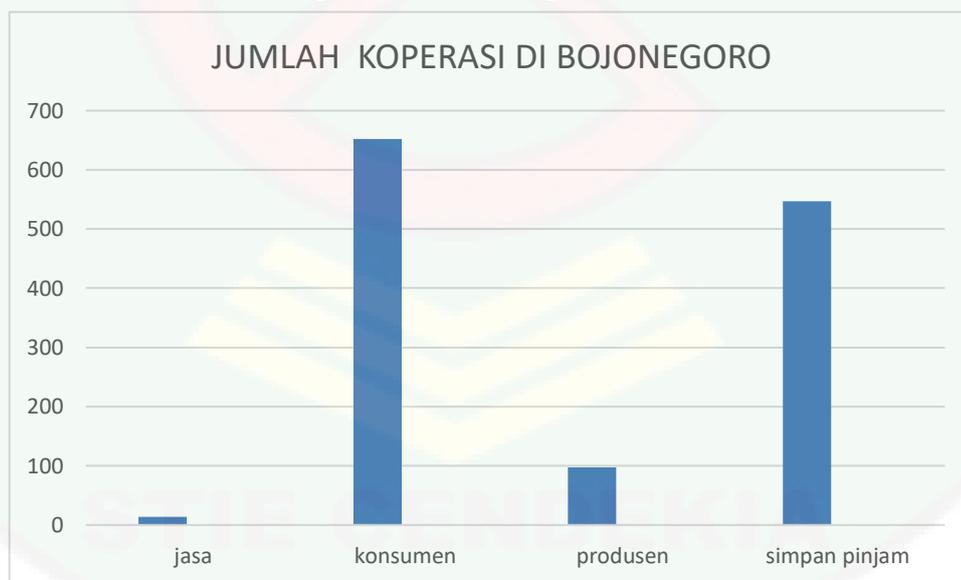
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Koperasi merupakan lembaga keuangan yang berkontribusi besar bagi negara. Koperasi di Indonesia dijuluki sebagai soko guru perekonomian artinya Koperasi dijadikan sebagai tulang punggung atau penyangga perekonomian Indonesia. Tujuan Koperasi untuk Indonesia adalah memajukan kesejahteraan anggotanya dan masyarakat pada umumnya, serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat adil dan makmur. Tujuan Koperasi tidak akan terealisasi tanpa peran aktif dari anggota. Maka, untuk menarik minat anggota dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan bermutu, yang memenuhi tingkat kepentingan anggota.

Tabel 1

Diagram Jumlah Koperasi



Sumber: Dinas Koperasi Bojonegoro

Tabel 1 menunjukkan bahwa di bojonegoro terdapat 4 jenis koperasi yaitu koperasi jasa, koperasi konsumen, koperasi produsen dan koperasi

simpan pinjam. Berdasarkan data yang di ambil dari dinas koperasi bojonegoro jumlah koperasi yang bergerak bidang jasa sebanyak 14 koperasi, bidang konsumen sebanyak 652 koperasi , bidang produsen terdapat 97 koperasi, dan koperasi simpan pinjam sebanyak 547 koperasi yang tersebar di seluruh Kabupaten Bojonegoro. Data di atas menunjukkan ketatnya persaingan koperasi di daerah Bojonegoro, Persaingan bisnis yang semakin ketat menjadikan koperasi harus membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi dalam perbaikan proses pelayanan yang termasuk didalamnya ada memperbaiki cara berpikir, prilaku, kemampuan dan pengetahuan dari semua sumber daya manusia yang ada. Memberikan kesempatan kepada nasabah untuk menyampaikan keluhan, dengan membentuk sistem dan saran. Kepuasan nasabah adalah perasaan senang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja jasa yang riil atau akurat dengan kinerja jasa yang diharapkan.

Memberikan kepuasan dengan cara memenuhi kebutuhan anggota dan keinginan anggota adalah inti dari pemasaran. Sasaran dari setiap bisnis adalah memberikan nilai nasabah agar bisnis mendapatkan laba. Dalam perekonomian yang kopotentif, koperasi dapat meraih keuntungan dengan cara memberikan nilai nasabah yang baik serta memilih, menyediakan, dan menginformasikan nilai yang unggul.

Menurut Undang-undang Nomor 25 tahun 1992 Tujuan koperasi mensejahterakan para anggotanya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju.

Namun koperasi sendiri sekarang mengalami banyak hambatan yang membuat koperasi lambat dalam berkembang. Hambatan tersebut berasal baik dari fasilitas koperasi, anggota, masyarakat, lingkungan maupun pengurus koperasi itu sendiri padahal koperasi adalah penunjang perekonomian karena dengan adanya koperasi UKM di Indonesia dapat berkembang pesat. Salah satu penyebab rendahnya loyalitas nasabah pada koperasi adalah kualitas pelayanan yang dilakukan oleh karyawan koperasi sehingga membuat anggota enggan menabung atau menggunakan fasilitas yang diberikan koperasi.

Koperasi dituntut untuk lebih kreatif dan mencari alternatif baru dibidang pemasaran untuk menarik minat konsumen melalui berbagai kebijakan maupun perbaikan dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan membuat konsumen puas karena tingkat kepuasan konsumen erat hubungannya dengan loyalitas dan keuntungan koperasi Arief, (2007:166). Hal ini dikarenakan pada koperasi, konsumen merupakan anggota sendiri. Menurut Roopke dalam Joesron, (2005:15) koperasi merupakan organisasi yang anggotanya sebagai pemilik dan konsumen.

Beberapa peneliti terdahulu antara lain penelitian Wijayanti (2008:100) menyatakan bahwa salah satu cara untuk meningkatkan loyalitas konsumen adalah kepuasan konsumen. Variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen karena dengan terciptanya kepuasan konsumen yang optimal maka akan mendorong terciptanya loyalitas dibenak konsumen yang telah merasa puas. Sedangkan menurut hasil penelitian Sutrisni (2010:93) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh

secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hal ini sependapat dengan Cromin dan Taylor dalam Kombongkila, (2012) yaitu apabila kualitas layanan yang tinggi serta kepuasan yang tinggi pada akhirnya akan menciptakan loyalitas konsumen pada suatu perusahaan.

Maka dari itu koperasi harus dapat memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan agar anggota merasa puas setelah itu akan terciptanya sikap loyalitas terhadap koperasi. Menurut Griffin dalam Sari (2017) menyatakan bahwa loyalitas merupakan perilaku membeli berulang secara teratur, membeli antar lini produk dan jasa mereferensikan kepada orang lain, menunjukkan kekebalan terhadap pengaruh dari pesaing. Untuk menjadikan koperasi yang lebih maju dan terus berkembang terdapat hal yang perlu diperhatikan yaitu, kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik harus diberikan kepada anggota supaya mereka merasa puas dan nantinya dapat menciptakan sikap loyalitas terhadap koperasi. Sebuah koperasi perlu memiliki strategi yang unggul dalam memenangkan Capriati, (2023).

Terdapat beberapa koperasi simpan pinjam di kabupaten Bojonegoro salah satunya yaitu KSP Teratai Emas Sejahtera. Banyak masyarakat yang menggunakan jasa koperasi yaitu berjumlah 1.200.000 nasabah. Koperasi KSP Teratai Emas Sejahtera terletak di Desa Wadang RT 14/RW 04, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Bojonegoro didirikan pada tanggal 1 April 2019. KSP Teratai Emas Sejahtera bergerak di bidang keuangan dengan kegiatan berupa menghimpun dana tabungan harian, tabungan berhadiah, tabungan hari raya, tabungan haji, deposito atau tabungan berjangka, dan simpan pinjam.

Permasalahan yang terjadi pada KSP Teratai Emas Sejahtera berdasarkan survey awal peneliti menemukan bahwa ada beberapa anggota yang merasa pelayanannya lambat sehingga anggota mengeluh terlalu lama menunggu saat melakukan transaksi, kurangnya keramahan karyawan saat melayani anggota, dan terkadang petugas-petugas tabungan tidak melayani penarikan jika anggota melakukan penarikan secara mendadak. Keteledoran karyawan yang kurang memberikan informasi secara lengkap tentang persyaratan pengajuan kredit sehingga anggota harus berulang kali ke kantor hanya untuk memenuhi persyaratan peminjaman kredit tersebut. Hal ini dapat menyebabkan anggota merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan sehingga akan berdampak pada loyalitas anggota. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengetahui lebih lanjut mengenai kepuasan anggota KSP Teratai Emas Sejahtera melalui pelayanan yang telah diberikan. Apabila dibandingkan antara jumlah pengurus Koperasi dengan jumlah anggota Koperasi, maka terjadi ketimpangan yang besar terhadap pelayanan Koperasi. Hal ini diperkirakan yang menjadi penyebab pelayanan Koperasi kurang maksimal.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian. Peneliti melakukan penelitian dengan judul yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai anggota terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Nasabah pada KSP Teratai Emas Sejahtera.

B. Identifikasi Msalah dan Cakupan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang di uraikan di atas, maka identifikasi masalah dalm penelitian sebagai berikut:

- a) Kualitas pelayanan yang masih belum maksimal diterapkan sehingga nasabah kurang nyaman.
- b) Kurang lengkapnya karyawan kalau memberi informasi persyaratan pinjaman sampai-sampai nasabah bolak balik ke kantor menanyakan persyaratan tersebut kepada admin.
- c) Kurang telitinya karyawan sehinga penulisan di tabungan salah atau salah input.

2. Cakupan Masalah

Berdasarkan penjabaran di atas, penulis menetapkan cakupan masalah dalam penelitian ini adalah loyalitas anggota di koperasi KSP Teratai Emas Sejahtera diperkirakan dipengaruhi beberapa faktor. Penelitian memilih variabel kualitas pelayanan dan nilai anggota karena kedua variabel ini yang diperkirakan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah di KSP Teratai Emas Sejahtera.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, ditetapkan rumusan masalah penelitian ini yaitu.

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah di KSP Teratai Emas Sejahtera?

2. Apakah Nilai Nasabah berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah di KSP Teratai Emas Sejahtera?
3. Apakah Kepuasan Nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di KSP Teratai Emas Sejahtera?
4. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas Nasabah di KSP Teratai Emas Sejahtera?
5. Apakah Nilai Nasabah berpengaruh terhadap loyalitas Nasabah di KSP Teratai Emas Sejahtera?

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Relevan dengan rumusan masalah yang dijabarkan, maka tujuan yang dapat dicapai penelitian ini yaitu:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Nasabah di KSP Teratai Emas Sejahtera
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Nilai Nasabah terhadap kepuasan Nasabah di KSP Teratai Emas Sejahtera
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap loyalitas Nasabah di KSP Teratai Emas Sejahtera
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas Nasabah di KSP Teratai Emas Sejahtera
5. Untuk mengetahui pengaruh Nilai Nasabah terhadap loyalitas Nasabah di KSP Teratai Emas Sejahtera?

2. Manfaat Penelitian

A. Manfaat teoritis

Dapat digunakan sebagai penerapan ilmu tentang KSP sebagai pengaplikasian ilmu yang telah di pelajari selama peneliti menempuh studi program manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro.

B. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

Untuk meperluas pengetahuan peneliti dan mengetahui gambaran praktik sesungguhnya di koperasi, selain itu dapat menegetahui kemampuan dan keterampilan berfikir dalam cara memahami karakter nasabah.

b. Bagi koperasi KSP

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk membantu memperbaiki kualitas pelayanan dan nilai anggota terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah di KSP Teratai Emas Sejahtera sehingga peneliti mengetahui karakter nasabah di koperasi tersebut.

c. Bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro

Sebagai referensi atau tambahan dalam melakukan penelitian, di jadikan terutama yang berhubungan dengan

kualitas pelayanan dan nilai anggota terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Pustaka dan Deskripsi Teori

1. Kualitas Pelayanan

Definisi dari kualitas pelayanan menurut Wyckof dalam Tjiptono, (2002:59) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diinginkan dan pengendalian berdasarkan tingkat keunggulan tersebut yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Wijaya (2011:52) menyatakan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang telah diberikan sesuai dengan ekspektasi yang diinginkan pelanggan. Dari pengertian menurut beberapa ahli maka dapat disintesis bahwa kualitas pelayanan adalah persepsi pelanggan terhadap keunggulan dari tingkat pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan oleh anggota dalam memenuhi keinginannya.

Kualitas pelayanan yang diberikan harus memperhatikan kepuasan anggota dari anggota yang menggunakan jasa dari koperasi tersebut. Pelayanan merupakan tuntutan para anggota agar kebutuhan mereka terpenuhi. Oleh karena itu koperasi dituntut untuk bisa memenuhi kebutuhan secara baik dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh anggota yang menggunakan jasa tersebut.

Adapun indikator kualitas pelayanan menurut Parasuraman *et al.*, (1988:118) adalah sebagai berikut:

a. Keandalan

kemampuan dalam memberikan pelayanan kepada anggota yang dapat dipertanggung jawabkan dengan baik dan akurat, tanpa adanya kesalahan dalam bentuk apapun.

b. Daya tanggap

keinginan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap kepada nasabah, dengan penyampaian informasi yang jelas.

c. Jaminan dan kepastian

Pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai koperasi untuk menumbuhkan rasa kepercayaan para nasabah kepada koperasi. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

d. Empati

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah.

e. *Tangible*

Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, staff dan bangunannya, dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik

dan layanan yang akan di terima oleh konsumen. Contohnya seperti fasilitas kantor, kebersihan dan kenyamanan ruang yang digunakan untuk transaksi serta kerapian penampilan pegawai.

2. Nilai Nasabah

Nilai nasabah merupakan suatu penilaian dari nasabah dengan memberikan perbandingan antara kemanfaatan, kemudahan dan profit yang akan didapatkan dari suatu produk atau layanan. Menurut Zeithmal (1998) nilai nasabah merupakan total keseluruhan nilai dari nasabah yang berkaitan dengan manfaat produk atau layanan berdasarkan manfaat apa yang akan diterima. Setelah nasabah memberikan penilaian dari penggunaan tabungan, maka nasabah akan membuat Keputusan untuk menggunakan layanan tersebut atau tidak menggunakan. Keputusan yang dibuat oleh nasabah akan memberikan pengaruh terhadap perilaku nasabah dalam penggunaan layanan tabungan. Nasabah akan merasakan kepuasan apabila kinerja dari layanan tabungan sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah. Sebaliknya, nasabah akan merasakan ketidakpuasan layanan tabungan apabila kinerja layanan tersebut tidak sesuai apa yang diharapkannya.

Menurut Sweeney dan Sountar (2001) indikator Nilai Nasabah sebagai berikut:

- a. Nilai emosional

Nilai emosional merupakan nilai yang berasal dari kemampuan produk yang menimbulkan perasaan positif pada diri konsumen. Atribut-atribut dari nilai emosional meliputi kemampuan sebuah produk meninggalkan rasa ingin mengkonsumsi dan kemampuan sebuah produk untuk menciptakan rasa senang atau puas.

b. Nilai sosial

Nilai sosial adalah produk atau jasa yang bertujuan agar keinginan pelanggan dalam mendapat pengakuan dapat terpenuhi.

c. Nilai kualitas

Nilai kualitas adalah nilai yang menggambarkan suatu produk atau jasa dalam melaksanakan fungsinya secara konsisten.

d. Nilai biaya

Nilai biaya adalah nilai yang menggambarkan perbandingan antara manfaat dari produk yang akan di peroleh dengan harga yang harus dikeluarkan. Nilai ini akan memberikan dampak besar untuk mencapai kepuasan pelanggan.

3. Kepuasan Nasabah

Gespers dalam Laksana (2008:10) menyatakan bahwa kepuasan nasabah dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana keinginan, kebutuhan dan harapan nasabah dapat terpenuhi melalui produk yang digunakan. Menurut Wilkie yang dikutip dari

Tjiptono (2008:24) didefinisi kepuasan nasabah adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman menggunakan suatu produk atau jasa. Berdasarkan pengertian kepuasan nasabah dari para ahli, maka dapat disimpulkan kepuasan nasabah merupakan suatu anggapan emosional yang di berikan nasabah terhadap suatu produk yang telah di gunakan oleh nasabah untuk memenuhi dan kebutuhannya. Sebab suatu koperasi tanpa nasabah pasti akan berakibat terhadap keberhasilan itu sendiri.

Ada beberapa Faktor-faktor menurut Kotler & Keller, (2016) dalam Sukma (2023) 4 faktor yang menjelaskan kepuasan nasabah yaitu:

1. Produk
2. Harga
3. Kualitas layanan dan
4. Faktor emosional.

Lonney dikutip dalam Tjiptono (2014:101), indikator pembentuk kepuasan nasabah terdiri dari:

- a. Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antar kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.
- b. Minat berkunjung Kembali merupakan kesedian konsumen untuk berkunjung Kembali atau melakukan pemakaian ulang jasa yang di koperasi tersebut.

- c. Ketersediaan rekomendasi merupakan ketersediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

4. Loyalitas Nasabah

Tjiptono (2011) menjelaskan bahwa loyalitas merupakan perilaku pelanggan yang akan menyebabkan pembelian berulang. Ini dapat didorong oleh harga atau rasa memiliki terhadap merek tertentu, mungkin melalui eksklusivitas yang disimpulkan. Loyalitas nasabah berarti komitmen nasabah terhadap merek, toko, dan pemasok, dan didasarkan pada sikap yang sangat positif dari nasabah dan tercermin dalam perilaku pembelian positif merek Tjiptono, dalam Zahara, (2020).

Berdasarkan beberapa definisi loyalitas nasabah di atas dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah adalah kesetiaan konsumen yang diapresiasi dalam pembelian yang konsisten terhadap produk atau jasa sepanjang waktu dan ada sikap yang baik untuk merekomendasikan orang lain untuk membeli produk. Indikasi loyalitas yang sesungguhnya diperlukan suatu pengukuran terhadap sikap yang dikombinasikan dengan pengukuran terhadap perilaku.

Menurut Hasan (2014) faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah:

1. Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan dipertimbangkan sebagai prediktor kuat terhadap kesetiaan pelanggan termasuk rekomendasi positif.

2. Kualitas produk atau layanan

Kualitas produk atau layanan berhubungan kuat dengan kesetiaan pelanggan.

3. Citra Merek

Citra merek muncul menjadi faktor penentuan kesetiaan pelanggan yang ikut serta membesarkan/membangun citra perusahaan lebih positif.

4. Nilai yang disarankan

Nilai yang disarankan merupakan perbandingan manfaat yang dirasakan dan biaya-biaya yang dikeluarkan pelanggan diperlukan sebagai faktor penentuan kesetiaan pelanggan.

5. Kepercayaan

Kepercayaan didefinisikan sebagai persepsi kepercayaan terhadap keandalan perusahaan yang ditentukan oleh konfirmasi sistemasi tentang harapan terhadap tawaran perusahaan.

6. Relasional pelanggan

Relasional pelanggan didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap proporsionalitas rasio biaya dan manfaat, rasio biaya dan keuntungan dalam hubungan yang terus menerus dan timbal balik.

7. Biaya peralihan

Dalam kaitannya dengan pelanggan, *switching cost* ini menjadikan faktor penahanan atau pengendali diri dari

perpindahan pemasok/penyalur produk dan mungkin karenanya pelanggan menjadi setia.

8. Dependabilitas

Tidak hanya sebatas kemampuannya menciptakan superior nilai bagi pelanggan, tetapi juga mencakup semua aspek capaian organisasi yang berkaitan dengan apresiasi publik terhadap perusahaan secara langsung berdampak pada kesetiaan pelanggan.

Berdasarkan beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah diatas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah adalah kepuasan nasabah, kualitas produk atau layanan, citra merek, nilai yang dirasakan, kepercayaan, relasional pelanggan, biaya peralihan, dependabilitas.

Indikator dari loyalitas nasabah yang dijelaskan menurut Tjiptono (2013:33) adalah sebagai berikut:

a. *Repeat*

(Kesetiaan terhadap pembelian produk) adalah Pembelian Kembali atas hasil produk barang yang dibeli dari perusahaan tertentu.

b. *Retention*

(Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan) adalah sikap pelanggan yang hanya percaya

pada produk tertentu dan kebal terhadap produk perusahaan lain sehingga tidak teratak membeli produk perusahaan lain.

c. *Referallas*

(merefereasikan secara total esistensi perusahaan) adalah rekomendasi perusahaan pada orang lain tentang produk yang pakai.

B. Kajian Empiris

Table 1
kajian emperis

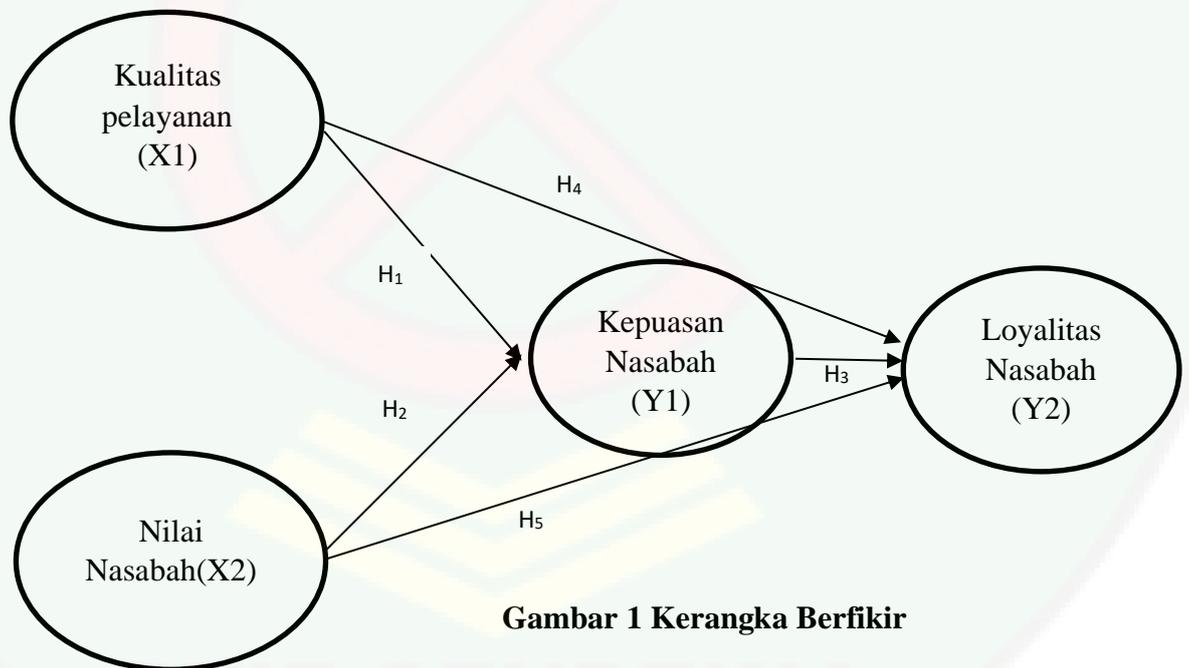
NO	Nama Penelitian dan Judul Penelitian	Jenis Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Astuti, Susanti, Puja (2021), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Anggota KSP Karya Pemulung Denpasar	Metode Kuantitatif	Seluruh instrument dari variabel kualitas pelayanan, kepuasan anggota dan loyalitas anggota valid, karena seluruh instrumen memiliki nilai lebih besar dari koefisien korelasi yaitu 0,30 sehingga seluruh instrumen valid.	Penelitian ini meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas	Dalam penelitian ini tidak menjelaskan tentang nilai anggota
2.	Rachmawaty Haroen (2020), Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada PT Nuasantara Surya Sakti)	Metode Kuantitatif	Hasil analisis berdasarkan hubungan variabel kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan secara silmuta dengan variabel loyalitas pelanggan dikategorikan lemah.	Penelitian ini meneliti tentang kualitas pelayanan, loyalitas	Tidak meneliti tentang nilai anggota, kepercayaan pelanggan

3.	Listyowati Puji Rahayu, Unna Ria Safitri, Sri Lestari (2022), Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap loyalitas nasabah (Studi Kasus Pada KSPPS BMT TUMANG Cabang Boyolali)	Metode Kuantitatif	Uji hasil ini menyatakan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.	Peneliti ini meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap loyalitas nasabah	Tidak meneliti tentang nilai anggota
4.	Fahmi Amiruddin dan Ida Farida (2020) faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah dilihat dari kualitas pelayanan dan ilia nasabah pada koperasi serba usaha (KSU) Bina Mitra Mandiri Kudus	Metode Kuantitatif	Kualitas pelayana dan nilai anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. nilai anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota.	Penelitian ini meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan, nilai anggota dan kepuasana	Tidak meneliti tentang loyalitas

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan konseptual tentang bagaimana berfikir rencana penelitian dan teori berhubungan dengan berbagai factor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting.

Berdasarkan landasan teori dalam penelitian ini maka dibuat kerangka berfikir sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Berfikir

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap pertanyaan-pertanyaan penelitian, dimana rumus masalah telah dinyatakan dalam pertanyaan. Hipotesis dalam penelitian ini disimpulkan sebagai berikut:

H₁: kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasaabah di KSP Teratai Emas Sejahtera

H₂: Nilai Nasabah berpengaruh terhadap Kepuasan Nasaabah di KSP Teratai Emas Sejahtera

H₃: Kepuasan Nasabah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah di KSP Teratai Emas Sejahtera

H₄: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah di KSP Teratai Emas Sejahtera

H₅: Nilai Nasabah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah di KSP Teratai Emas Sejahtera

BAB III

METODODOLOGI PENELITIAN

A. Metode dan Teknik Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, yang mana riset ini mengacu pada data yang telah terkumpul serta dinyatakan kedalam bentuk angka-angka untuk menghasilkan penemuan yang dapat di capai menggunakan prosedur-prosedur statistik. Selanjutnya data tersebut akan dilakukan analisis dengan memakai sebuah metode statistik Sugiyono, (2019:2).

Sedangkan Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk probability sampel. Menurut sugiyono (2017) probability sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Penelitian ini merupakan penelitian untuk mengukur Pengaruh Kualitas Pelayanan Nilai Anggota Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Pada KSP Teratai Emas Sejahtera, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2016:7) menjelaskan pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan untuk menguji hipotesa atau kesimpulan sementara dengan menggunakan analisis statistik berdasarkan pengumpulan data melalui instrumen penelitian yang diberikan kepada sampling dari populas penelitian. Penelitian ini menggunakan verifikasi yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji kesimpulan awal penelitian atau hipotesa awal, apakah hipotesa penelitin diterima atau di tolak sugiyono, (2016:06).

B. Jenis Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Data kuantitatif yaitu jenis data yang dapat diukur atau di hitung secara langsung yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka (Sugiyono, 2010).

2. Sumber Data

Menurut Arikunto, (2010:161) data adalah hasil pencatatan baik dengan berupa fakta atau langkah. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini ada dua jenis, yaitu:

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2016:225) data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer didapatkan peneliti melalui penyebaran kuesioner dengan nasabah. Hasil dari kuesioner tersebut dikumpulkan dan dijadikan data dari variabel yang telah ditentukan oleh peneliti.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui pengumpulan dokumen-dokumen yang ada pada koperasi. Dokumen tersebut antara lain seperti gambaran umum perusahaan yang terdiri dari visi, misi, dan nilai perusahaan, struktur organisasi, serta jumlah karyawan.

C. Populasi sampel dan Teknik sampling

a. Populasi

Menurut Arikunto (2017:173) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila peneliti ingin meneliti semua elemennya yang ada dalam wilayah penelitian maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Sampel di ambil dari pertanyaan dalam penelitian. Peneliti mengambil jumlah indikator untuk mengetahui berapa jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini, dalam penelitian ini yaitu 13 per item indikator yang di ambil buat penentuan populasi, minimal ukuran sampel yang diperoleh adalah:

$$13 \times 5 = 65$$

Jadi, jumlah sampel yang diambil dari penelitian ini adalah 65 seluruh nasabah KSP Teratai Emas Sejahtera.

b. Sampel

Menurut Arikunto (2017:173) Sampel penelitian digunakan untuk mendapatkan gambaran dari populasi. Pengertian sampel menurut Sugiyono (2011) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor keterbatasan biaya dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu penelitian ini mengambil sebagian dari populasi yang disebut sampel penelitian. Sampel penelitian adalah bagian dari

populasi yang di ambil melalui suatu cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, maka penelitian ini meneliti seluruh nasabah koperasi KSP tetapi untuk yang dijadikan sampel berjumlah sebesar 65 responden.

c. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel (sugiyono,2016:118). Dengan kata lain teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang dijumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan digunakan sumber data penelitian yang sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel penelitian yang representatif. Jenis pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan menggunakan *non probability sampling* atau non acak, dengan cara tersebut semua elemen populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel misalnya ada bagian tertentu secara tidak sengaja tidak dimasukkan dalam pilihan untuk mewakili populasi.

Peneliti ini dilakukan menggunakan Teknik sampling *accidental sampling* yaitu Teknik penentuan sampel peneliti berdasarkan kebetulan, artinya siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti maka dapat digunakan sebagai sampel peneliti, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui tersebut cocok dijadikan sebagai sumber data penelitian Sugiyono, (2016:85).

Tabel 2**Definisi operasional**

Variabel	Indikator	Keterangan	Referensi
Kualitas pelayanan (X1) (Parasuraman, 1988)	1. Kehandalan	Memberikan pelayanan kepada anggota yang dapat dipertanggung jawabkan dengan baik dan akurat.	1
	2. Daya tanggap	Keinginan membantu pelayanan yang cepat dengan penyampaian informasi yang jelas.	2
	3. Jaminan dan kepastian	Kemampuan para pegawai koperasi untuk menumbuhkan rasa kepercayaan para nasabah kepada koperasi. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kopetensi, dan sopan santun.	3
	4. Empati	Memberikan perhatian yang tulus para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah.	4

	5. <i>Tangibles</i>	Fasilitas dan perlengkapan perusahaan untuk melayani nasabah sudah lengkap.	5
Nilai Nasabah (X2) (Sweeney dan Sountar 2001)	1. Nilai emosional	Nilai yang berasal dari kemampuan produk yang menimbulkan perasaan positif pada diri nasabah.	1
	2. Nilai sosial	Produk atau jasa yang bertujuan agar keinginan pelanggan dalam mendapatkan pengakuan dapat terpenuhi.	2
	3. Nilai kualitas	Nilai yang dapat menggambarkan suatu produk atau jasa dalam melaksanakan fungsinya secara konsisten.	3
	4. Nilai biaya	Nilai yang menggambarkan perbandingan antara manfaat dari produk yang akan diperoleh dengan harga yang harus dikeluarkan.	4
Kepuasan nasabah (Y1) (Lonney dikutip dalam Tjiptono, 2014)	1. Kesesuaian harapan	Tingkat kesesuaian antar kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.	1

	2. Minat berkunjung Kembali	Kesediaan konsumen untuk berkunjung Kembali atau melakukan pemakaian ulang jasa yang di koperasi tersebut.	2
	3. Kesiediaan rekomenaasi	kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.	3
Loyalitas nasabah (Y2) (Tjiptono 2013:33)	1. <i>Repeart</i>	Pembelian Kembali atas hasil produk barang yang dibeli dari perusahaan tertentu.	1
	2. <i>Rention</i>	Sikap pelanggan hanya percaya pada produk tertentu dan kebal terhadap produk perusahaan lain sehingga tidak tertarik membeli produk atau perusahaan lain.	2
	3. <i>Referallas</i>	Rekomendasi perusahaan pada orang lain tentang produk yang pakai.	3

d. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, (2010), teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara.

Metode pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono, (2010) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab secara langsung. Tujuan dari penggunaan kuesioner dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi dan data yang berkaitan dengan penelitian.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban pada penelitian kualitas pelayanan (X1), dan nilai anggota (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y1) loyalitas (Y2), penelitian ini menggunakan skala likert dengan jawaban bertingkat dalam lima pilihan yaitu: 1) Sangat Tidak Setuju (STS), 2) Tidak Setuju (TS), 3) Netral (N), 4) Setuju (S), 5) Sangat Setuju (SS). Nilai jawaban ini akan digunakan dengan analisis kuantitatif.

e. Metode dan Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2019, p. 181) uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan keaslian suatu instrument. Suatu instrument dikatakan valid jika dapat mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data tentang variabel yang diteliti dengan cara yang tepat. Uji validitas instrument yang digunakan dengan analisis item yang mana dilakukan dengan mengetahui korelasi antara skor butir instrumen dengan skor total, jika item yang mempunyai korelasi positif dengan skor total dan korelasi yang tinggi, bahwa item tersebut menunjukkan kalau mempunyai validitas yang tinggi.

2. Uji Reliabilitas

Pada uji kali ini, semua item yang valid dimasukkan sedangkan yang tidak valid tidak diikutsertakan. Sebelumnya pada uji Validitas semua item valid sehingga semua dimasukkan dalam uji Reabilitas. Output Reability Statistic sebagai hasil dari analisis reabilitas dengan teknik cronbacg alpha

3. Uji Asumsi Klasik

Pada uji ini asumsi multikolinearitas karena hanya ada tiga variabel independen:

a. Uji Normalisasi

Menurut Ghozali bertujuan untuk mengetahui tentang masing-masing variabel yang berdistribusi normal atau tidak.

Karena uji normalitas diperlukan untuk melakukan pengujian variabel lain dengan asumsi kalau nilai residual mengikuti distribusi yang normal.

Menurut Singgih Santoso dalam Meilasari (2020, p. 43) bahwa penjelasan output tests of normality, yaitu:

- 1) Adanya pedoman pengambilan keputusan: angka signifikan (Sig) $> \alpha = 0,05$ jadi data berdistribusi normal.
- 2) Angka signifikan (Sig) $< \alpha = 0,05$ jadi data tidak berdistribusi normal.

Metode yang digunakan yaitu dari pengujian secara visual dengan metode gambar normal probability plots dengan program SPSS yang dibandingkan dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Maka prinsip normalitas bisa dideteksi dengan adanya penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Imam Ghozali uji multikolinearitas bertujuan untuk memeriksa apakah model regresi menemukan korelasi antar variabel bebas. Untuk menguji multikolinearitas yaitu melihat dengan nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF).

c. Uji Heterokedastisitas

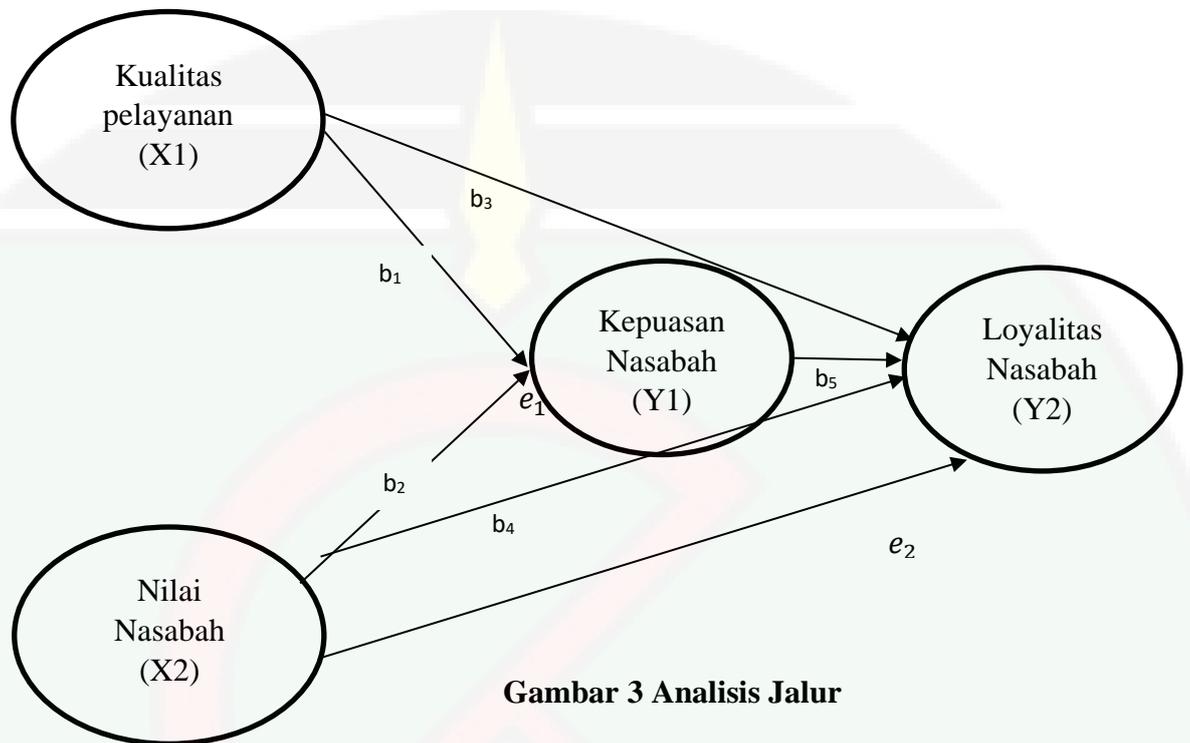
Menurut Ghozali uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan

varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heterokedastisitas. Deteksi dilakukan dengan melihat tidak adanya pola tertentu dalam grafik scatterplot dimana sumbu X dan Y telah diproduksi. Dasar pengambilan keputusan adalah:

- 1) Jika titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur seperti gelombang melebar kemudian menyempit maka terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika titik-titik ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda. Menurut Sugiyono (2016:177) bahwa “Analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (di naikan-turunkan nilainya). Jadi analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua”. Analisis regresi linier berganda yang ditetapkan adalah sebagai berikut:



Gambar 3 Analisis Jalur

$$y_1 = a_1 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e_1$$

$$y_2 = a_2 + b_3 x_1 + b_4 x_2 + b_5 y_1 + e_2$$

Keterangan:

y_1 : kepuasan Nasabah

Y_2 : Loyalitas

a_1 : Koefisien konstanta

b_1 b_5 : Koefisien regresi

X_1 : Kualitas Pelayanan

X_2 : Nilai Anggota

5. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis secara parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis penelitian yang diajukan. Jika nilai t hitung $>$ nilai t tabel atau tingkat signifikansi yang diperoleh $< 0,05$, maka variabel independen dikatakan memiliki hubungan statistik yang signifikan terhadap variabel dependennya, atau dengan kata lain hipotesis alternatif terbukti secara statistik. Uji t dilakukan dengan menggunakan rumus yang dijelaskan oleh Sugiyono (2016:150).

Setelah mendapatkan nilai t hitung, selanjutnya akan dibandingkan dengan nilai t tabel dengan tingkat kepercayaan $\alpha = 0,05$ pada uji dua pihak. Berdasarkan hipotesis yang telah ditetapkan, akan di uji menggunakan daerah penerimaan dan daerah penolakan yang telah ditetapkan menurut sugiyono, daerah penerimaan dan daerah penolakan ditetapkan sebagai berikut;

1. H_0 ditolak dan H_a diterima apabila t hitung $>$ t tabel dan sig. $< 0,05$ artinya variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

2. H_0 diterima dan H_a ditolak apabila t hitung $>$ t tabel dan sig. $< 0,05$ artinya variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cip.
- Arikunto,S. (2017). *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penelitian Program*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arieska, P. K.(2018). Pemilihan Teknik Sampling Berdasarkan Perhitungan Efisiensi Relatif. *Jurnal Statistika*. 164–170.
- Buttle. 2007. *Customer Relationship Management*. Semarang: Rahmini.
- Capriati. 2023. Pengertian Loyalitas Koperas Dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol. 1, No. 1, Mei.
- Firdaus dan Ariyanti. 2009. *Manajemen Perkreditan Bank Umum*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. 2009. *MANalisis Faktor-faktor Yaengaruhi Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT.Index.
- Kotler, P., dan Keller, K. (2016), *Marketing Management Fourheenth Edition*. England : Pearson Education Limited
- Laksana. 2008. *Kepuasan Anggota Terhadap Kebutuhan Dan Harapan Nasabah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Malayu S.P. Hasibuan. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Askar.
- Parasuraman. 1985. *Model Konseptual Kualitas Pelayanan Dan Implikasi Terhadap Kualitas Layanan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Parasuraman. 1988. *Indikator-indikator Kualitas Layanan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Prasetyo, B. & L. M. J. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Granfido Persada.

Philip Kotler & Gery Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Koperasi*. Jakarta: Erlangga.

Ropke dan Joesron, (2005:15). *Partisipasi Anggota Koperasi Pada Primkopkar*. PT. Bumi Aksara. Jakarta. Hal 20-23.

Ropke Sutrisno. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Partisipasi Anggota*. Semarang: Rahmini Yuli.

Sari. 2017. *Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Produk*. Semarang: Badan Pene.

Sumarwan, U. 2014. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sweeney ,J.C. dan Sountar, G.N., “*Consumer perceived value: The development of a multiple item scale*”,Juenal ritel, Vol. 77,no.2, 2001

LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Kuesioner penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah Terhadap kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

Karakteristik Responden :

1. Responden merupakan warga Ds, Wadang Kec, Ngasem Kab Bojonegoro
2. Responden yang sudah ikut menabung di KSP Teratai Emas Sejahtera

I. Identitas Responden

1. Nama responden :
2. Jenis kelamin : (a) Laki-laki (b) Perempuan
3. Usia :
4. Alamat :

II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pada setiap item kuesioner, berilah penilaian seberapa jauh masyarakat Ds Wadang setuju dengan pernyataan yang tersedia. Isilah jawaban atas pernyataan pada kuesioner ini dan jangan ada yang terlewatkan. Berilah tanda check list (√) pada salah satu jawaban dengan pemahaman Mahasiswa /I dengan keterangan sebagai berikut :

Keterangan	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Netral (N)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
Skor	5	4	3	2	1

1. Kualitas Pelayanan (X1)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1.	Saya mendapatkan pelayanan yang maksimal di KSP Teratai Emas Sejahtera.					
2.	Koperasi KSP Teratai Emas Sejahtera mampu menyelesaikan masalah atau keluhan dari nasabah secara efektif.					
3.	koperasi KSP Teratai Emas Sejahtera menjamin keamanan data pribadi dan informasi sensitif nasabah.					
4.	Ada rutinan tahunan di KSP Teratai Emas Sejahtera antara karyawan dan nasabah bukti terjalannya komunikasi antar nasabah.					
5.	Karyawan KSP Teratai Emas Sejahtera memahami masalah nasabah tabungan.					
6.	KSP Teratai Emas Sejahtera memahami masalah keuangan nasabah					

2. Nilai Nasabah (X2)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1.	Saya puas menabung di KSP Teratai Emas Sejahtera.					
2.	Koperasi KSP Teratai Emas Sejahtera sangat berperan dalam memberdayakan masyarakat dan membantu meningkatkan kesejahteraan sosial nasabah					
3.	Saya sangat mendukung dengan produk yang dijalankan oleh KSP Teratai Emas Sejahtera.					
4.	Saya mengetahui nilai biaya dari nabung di KSP Teratai Emas Sejahtera.					

3. Kepuasan Nasabah (Y1)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1.	Saya merasa kepeasi KSP Teratai Emas Sejahtera memenuhi atau melebihi harapan nasabah dalam hal kualitas layanan dan produk					

	yang ditawarkan.					
2.	Saya berminat kunjung kembali di koperasi KSP Teratai Emas Sejahter untuk memanfaatkan program yang ditawarkan.					
3.	Saya bersedia merekomendasikan koperasi Teratai Emas Sejahtera kepada keluarga, teman, atau rekan kerja berdasarkan kepuasan yang saya dapatkan.					

4. Loyalitas Nasabah (Y2)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1.	Saya senang melakukan transaksi ulang di KSP Teratai Emas Sejahtera.					
2.	Saya sudah percaya menabung di KSP Teratai Emas Sejahtera sehingga tidak menabung di kopeasi lain.					
3.	Saya telah menyebar atau merekomendasikan KSP Teratai Emas Sejahtera di pasar, teman-teman dan keluarga.					

Lampiran 2. Hasil Analisis Data Menggunakan SPSS Versi 26

A. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.48571558
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.068
Test Statistic		.069
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.

B. Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.412	2.628		5.485	.000		
	KUALITAS	-.224	.129	-.221	-1.730	.089	.950	1.053
	NILAI	-.025	.123	-.025	-.202	.841	.988	1.013
	KEPUASAN	.027	.112	.031	.238	.812	.942	1.062

- a. Dependent Variable: LOYALITAS

C. Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-3.720	4.494		-.828	.411
	KUALITAS	.188	.221	.111	.850	.399
	NILAI	-.079	.210	-.048	-.375	.709
	KEPUASAN	.152	.192	.103	.792	.432

a. Dependent Variable: LN_RES

D. Uji analisis regresi persamaan 1

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	12.880	1.061		12.145	.000
	KUALITAS	.250	.058	.460	4.285	.000
	NILAI	.151	.063	.255	2.377	.021

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Persamaan 2

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	14.412	2.628		5.485	.000
	KUALITAS	-.224	.129	-.221	-1.730	.089
	NILAI	-.025	.123	-.025	-.202	.841
	KEPUASAN	.027	.112	.031	.238	.812

a. Dependent Variable: LOYALITAS

Lampiran 3.**Hasil Distribusi Jawaban Responden****1. Hasil Distribusi Jawaban Responden Kualitas Pelayanan (X1)**

X4	X5	X6	Jumlah
4	3	3	10
4	4	4	12
5	5	3	13
4	5	5	14
4	4	5	13
3	4	4	11
4	4	4	12
4	5	4	13
5	3	2	10
4	5	2	11
4	2	4	10
4	5	4	13
4	5	5	14
4	3	3	10
4	4	4	12
5	4	5	14
4	5	4	13
5	3	3	11
3	4	3	10
4	2	3	9
4	2	4	10
4	5	2	11
4	5	2	11
4	4	2	10
5	5	4	14
5	4	3	12
5	5	3	13
5	3	2	10
4	4	4	12
4	3	3	10
5	2	3	10
5	2	4	11
4	3	3	10
2	1	5	8

4	5	4	13
5	5	5	15
5	3	4	12
4	5	4	13
4	5	3	12
5	5	4	14
4	5	3	12
4	3	2	9
5	4	4	13
4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	3	11
4	5	4	13
4	3	4	11
4	5	4	13
3	3	4	10
4	3	4	11
3	4	3	10
4	3	4	11
5	4	4	13
4	4	4	12
4	3	4	11
4	4	3	11
4	5	4	13
4	5	4	13
3	3	4	10
3	3	4	10
4	5	4	13
3	3	4	10
4	5	4	13

2.Hasil Distribusi Jawaban Responden Nilai Nasabah (X2)

X1	X2	X3	Jumlah
4	3	4	11
5	2	4	11
5	4	4	13
5	2	3	10
4	4	3	11

4	5	5	14
4	3	5	12
4	4	3	11
5	4	4	13
4	5	5	14
2	4	4	10
2	4	4	10
3	5	5	13
5	5	4	14
5	4	5	14
3	4	5	12
2	4	3	9
3	4	4	11
4	2	3	9
3	4	5	12
4	4	4	12
2	4	3	9
4	3	4	11
3	4	4	11
4	3	3	10
5	4	4	13
4	4	3	11
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
3	4	4	11
4	5	5	14
5	5	4	14
5	5	4	14
4	3	4	11
5	5	5	15
4	3	3	10
5	5	4	14
4	4	5	13
5	4	4	13
5	5	4	14
4	4	4	12
4	4	3	11
5	3	4	12

4	4	4	12
5	5	4	14
5	3	4	12
3	5	5	13
5	5	5	15
5	4	4	13
4	4	3	11
2	5	4	11
5	3	4	12
5	4	4	13
4	4	4	12
3	4	4	11
4	3	4	11
3	5	5	13
4	5	5	14
5	4	3	12
4	5	4	13
4	5	3	12
5	3	4	12
4	5	3	12
4	3	3	10

3.Hasil Distribusi Jawaban Responden Kepuasan Nasabah (Y1)

Y1	Y2	Y3	Jumlah
4	3	3	10
3	4	2	9
5	3	4	12
5	5	4	14
4	4	3	11
4	3	3	10
3	5	5	13
4	3	3	10
3	5	5	13
5	2	4	11
4	3	4	11
3	3	3	9
4	4	3	11
3	5	4	12
4	3	4	11

4	5	5	14
3	4	4	11
4	5	5	14
3	3	4	10
4	5	5	14
5	3	3	11
4	5	5	14
5	4	4	13
4	5	5	14
2	3	3	8
4	2	3	9
4	5	5	14
4	4	5	13
5	4	4	13
4	5	4	13
4	3	4	11
2	3	3	8
5	5	4	14
5	5	4	14
4	4	3	11
3	3	4	10
3	4	4	11
4	5	4	13
5	5	4	14
4	4	3	11
5	4	4	13
3	3	4	10
5	4	5	14
4	3	4	11
5	4	4	13
4	3	3	10
5	4	4	13
4	3	4	11
4	4	5	13
4	5	5	14
4	5	5	14
3	4	4	11
4	5	4	13
5	4	5	14

3	3	4	10
4	2	4	10
4	3	3	10
3	4	4	11
4	4	5	13
3	3	4	10
3	4	4	11
4	5	5	14
4	4	3	11
5	4	5	14
4	4	4	12

4.Hasil Distribusi Jawaban Responden Loyalitas Nasbah (Y2)

Y1	Y2	Y3	Jumlah
5	4	3	12
3	4	4	11
4	3	3	10
3	3	3	9
4	4	4	12
4	4	4	12
3	3	3	9
4	3	5	12
4	2	4	10
4	5	4	13
5	2	5	12
5	2	5	12
4	4	3	11
4	3	4	11
3	4	4	11
5	5	3	13
5	4	5	14
5	5	3	13
5	3	3	11
5	5	3	13
5	5	3	13
4	4	3	11
5	5	2	12
4	4	3	11
5	5	2	12

4	4	3	11
4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	3	13
4	4	4	12
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	3	11
5	5	5	15
5	4	3	12
4	3	4	11
4	3	2	9
3	2	3	8
4	4	4	12
3	4	3	10
5	5	4	14
5	5	4	14
5	5	4	14
4	4	3	11
5	5	4	14
4	4	4	12
4	2	3	9
4	4	3	11
4	4	3	11
4	4	4	12
5	5	3	13
5	4	3	12
5	5	3	13
4	4	3	11
4	4	3	11
4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	3	11
5	5	3	13
4	5	5	14
4	3	3	10
5	5	4	14

5	2	4	11
---	---	---	----

