

**PENGARUH NILAI ANGGOTA DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA
PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM DI WILAYAH
DUSUN SIMOREJO KEPOHBARU BOJONEGORO**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Mencapai Derajat Sarjana

Program Studi Ilmu Administrasi Niaga



Oleh :

Iza Maulida Fauziah

2017010019

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
UNIVERSITAS DR. SOETOMO
SURABAYA**

2022

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH NILAI ANGGOTA DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA
PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM DI WILAYAH
DUSUN SIMOREJO KEPOHBARU BOJONEGORO**

Oleh :

IZA MAULIDA FAUZIAH

2017010019

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA

FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

UNIVERSITAS DR. SOETOMO

SURABAYA

2022

Menyetujui

Pembimbing,



Dra. Andry Herawati, MM

NPP 90.01.1.056

PENGESAHAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

PENGARUH NILAI ANGGOTA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM DI WILAYAH DUSUN SIMOREJO KEPOHBARU BOJONEGORO

Disusun Oleh:

**IZA MAULIDA FAUZIAH
2017010019**

**Telah dipertahankan di didepan Sidang Dewan Penguji
Pada Tanggal 17 Februari 2022 dan dinyatakan
telah memenuhi syarat untuk diterima**

Susunan Dewan Penguji

Penguji I : Dra. Andry Herawati, MM.
Penguji II : Dr. Sarwani, MM
Penguji III : Dr. Dian Ferriswara, MM.

Surabaya, tanggal

**Universitas Dr. Soetomo
Fakultas Ilmu Administrasi
Dekan,**

**Prof. Dr. Sedarmayanti, M.Pd, APU
0712115201**

PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah SKRIPSI ini terdapat unsur PLAGIASI, saya bersedia SKRIPSI ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Surabaya, 8 Februari 2022

Mahasiswa,

Iza Maulida Fauziah

2017010019

Program Studi Administrasi Niaga

Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Dr. Soetomo

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis ucapkan atas ke hadirat Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya yang telah engkau berikan dalam penulisan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan tepat pada waktunya. Tugas akhir skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Dr. Siti Marwiyah, SH., M.H rektor Universitas Dr. Soetomo Surabaya, yang telah memberikan kesempatan dan persetujuan kepada kami untuk mengikuti program studi Administrasi Niaga.
2. Prof. Dr. Sedarmayanti, M.Pd., APU. Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Dr. Soetomo Surabaya yang telah memberikan kesempatan dan berbagai fasilitas dalam mengikuti program studi Administrasi Niaga.
3. Ketua program Studi Liling Listyawati, S.Sos., MM, yang telah memberikan bimbingan teknis dan akademik mengikuti perkuliahan pada program studi Administrasi Niaga.
4. Dra. Andry Herawati, MM, sebagai pembimbing yang dengan sabar membimbing kami, sehingga kami dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.
5. Dosen penguji yang sudah banyak membantu dengan memberikan kritik dan saran terhadap perbaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen pengampuh di program studi Administrasi Niaga, Univeritas Dr. Soetomo Surabaya, yang telah memberikan bekal ilmu

pengetahuan sehingga dapat menambah khazanah keilmuan penulis, khususnya dalam penyusunan karya ilmiah ini.

7. Kedua orang tuaku tercinta dan tersayang, Bapak Supardi dan Ibu Kunayatin, orang tua terbaik yang telah sabar membimbing dan serta membesarkanku sampai saat ini, yang selalu memberikan kasih sayang serta doa yang tulus serta dukungan kepadaku.
8. Adiku tercinta, Zaiba Sanjia A'adila Waziroh yang telah bersemangat untuk membantu mengerjakan penelitian ini, serta memberikan dukungan.
9. Kakek dan nenek tercinta Mbah Kung Kasim Dan Mbah sakirah, terima kasih untuk segala dukungan dan motivasi yang sudah diberikan untuk cucunya ini. Semoga tetap diberi kesehatan dan panjang umur.
10. Untuk teman – teman kelas Administrasi Niaga angkatan 2017 yang selalu memberi motivasi dan semangat dalam studiku serta membantu dalam mengerjakan skripsi.
11. Segenap keluarga besar PSHT, terutama UKM PSHT UNITOMO yang selalu memberikan dukungan serta motivasi.
12. Bestie ku Dina, Dika, Kiki, Krisna yang menghibur selama menghadapi kebingungan ketika mengerjakan skripsi, terimakasih atas motivasi dan semangatnya.
13. Almamaterku tercinta Universitas Dr. Soetomo Surabaya.
14. Masyarakat Desa Simorejo Kepohbaru Bojonegoro yang telah membantu penelitian ini dalam pengumpulan data untuk menyelesaikan skripsi.

15. Semua orang yang telah membantu dalam pengerjaan, sehingga skripsi ini terasa mudah untuk dikerjakan.
16. Untuk yang terakhir, aku persembahkan bagi semua pembaca yang budiman.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal penelitian dengan judul “Pengaruh Nilai Anggota Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Anggota Pada Koperasi Simpan Pinjam Di Wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro” tanpa petolongan-Nya penulis tidak akan mampu menyelesaikan penelitian ini dengan benar dan tepat pada waktunya. Sholawat serta salam tetap tercurah limpahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju jaman terang benerang.

Maksud dari karya ilmiah ini adalah untuk mengetahui pengaruh nilai anggota dan kualitas layanan terhadap keputusan anggota pada koperasi simpan pinjam di wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro. Dengan tujuan proposal ini adalah : (i) Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh nilai anggota terhadap kepuasan anggota pada koperasi simpan pinjam di wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro, (ii) Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan anggota pada koperasi simpan pinjam di wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro, (iii) Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh nilai anggota dan kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan anggota pada koperasi simpan pinjam di wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro, (iv) Untuk menganalisis dan

mengetahui variabel nilai anggota atau kualitas layanan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan anggota pada koperasi simpan pinjam di wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh anggota koperasi simpan pinjam di wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro.

Hasil yang didapat adalah Kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan sangat mempengaruhi kepuasan anggota, sehingga perusahaan harus mampu mempertahankan kualitas layanan dan disisi lain perusahaan juga harus tetap meningkatkan nilai anggota agar dapat lebih meningkatkan kepuasan anggota.

Dalam penyusunan karya ilmiah ini penulis mendapat bantuan dari beberapa pihak, sehingga penulis mampu menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik dan tepat waktu. Maka pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini . Adapun tujuan dari karya ilmiah ini adalah untuk mengetahui pengaruh nilai anggota dan kualitas layanan terhadap kepuasan anggota. Penulis berharap karya ilmiah ini dapat menambah ilmu pengetahuan serta wawasan bagi penulis dan pembaca.

Selain itu penulis juga sadar bahwa karya ilmiah ini masih terdapat beberapa kekurangan serta jauh dari kesempurnaan. Oleh karena

itu kritik dan saran – saran yang konstruktik sangat penulis harapkan untuk kemudian penulis gunakan di masa selanjutnya. Penulis memohon maaf yang sebesar – besarnya apabila ada salah kata dalam penulisan karya ilmiah ini.

Penyusun

Iza Maulida Fauziah

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	I
PENGESAHAN TUGAS AKHIR SKRIPSI	II
PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	III
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	IV
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL.....	XIV
DAFTAR GAMBAR.....	XV
ABSTRAK.....	XVI
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.3.1 Tujuan Peneliti.....	8
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Tinjauan Teori.....	25

2.2.1 Koperasi	25
2.2.2 Nilai Pelanggan (Anggota).....	27
2.2.3 Kualitas Layanan.....	30
2.2.4 Kepuasan Anggota	32
2.3 Kerangka Konseptual.....	35
2.4 Hipotesis Penelitian	36
BAB III.....	37
METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	37
3.2.1 Variabel Penelitian	37
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	38
3.3 Lokasi Penelitian	41
3.4 Populasi Dan Sampel Penelitian.....	42
3.4.1 Populasi	42
3.4.2 Sampel	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.6 Teknik Analisi Data.....	44
BAB IV.....	51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51

4.1	Deskripsi Obyek Penelitian	51
4.1.1	Koperasi Mitra Bisnis Keluarga	51
4.1.2	Koperasi Mitra Duafa	52
4.1.3	Koperasi Mekar	53
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	55
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Keanggotaan Koperasi	55
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
4.3	Deskripsi Hasil Tanggapan Responden	56
4.3.1	Tanggapan Responden terhadap Variabel Nilai Anggota (X1).....	57
4.3.2	Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Layanan (X2)	58
4.3.3	Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Anggota (Y)	59
4.4	Hasil Analisis dan Uji Hipotesis	60
4.4.1	Uji Instrumen.....	60
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	63
4.4.3	Uji Regresi Linear Berganda	66
4.4.4	Uji Hipotesis.....	68
4.5	Pembahasan	72
4.5.1	Pengaruh Nilai Anggota Terhadap Kepuasan Anggota	72
4.5.2	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Anggota	72

4.5.3	Pengaruh Nilai Anggota Dan Kualitas Layanan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Anggota	74
4.5.4	Kualitas Layanan Mempunyai Pengaruh Yang Dominan Terhadap Kepuasan Anggota	75
BAB V	76
PENUTUP	76
5.1	Simpulan	76
5.2	Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2. 2 Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Jumlah Populasi.....	42
Tabel 4. 1. Karakteristik Reponden Berdasarkan.....	55
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	56
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Terhadap Nilai Anggota	57
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Layanan	58
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Anggota.....	59
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas dengan Pearson Product Moment.....	61
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 4. 8 Uji Multikolonieritas	64
Tabel 4. 9 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
Tabel 4. 10 Uji t Nilai Anggota	68
Tabel 4. 11 Uji t Kualitas Layanan.....	69
Tabel 4. 12 Uji F.....	70
Tabel 4. 13 Uji Koefisien Determinasi Parsial (r^2).....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	35
Gambar 4. 1 Grafik Normalitas	63
Gambar 4. 2 Grafik Heteroskedastisitas	66

ABSTRAK

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota, apabila kualitas layanan tidak baik maka akan memberi pengaruh yang tidak baik terhadap kepuasan anggota. Selain itu nilai anggota juga menentukan dalam kepuasan anggota yang dilakukan oleh anggota. Tujuan yang didiskusikan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh nilai anggota dan kualitas layanan terhadap kepuasan anggota. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan seluruh populasi tanpa harus menarik sampel penelitian karena jumlah populasinya tidak lebih besar 100 orang responden, yaitu anggota koperasi simpan pinjam di wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro yang berjumlah 85 anggota. Sumber data dari penelitian ini adalah data primer, teknik pengumpulan data melalui survey. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai anggota tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota, sedangkan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Nilai anggota dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Kualitas layanan paling berpengaruh terhadap kepuasan anggota.

Kata kunci: Nilai Anggota, Kualitas Layanan, kepuasan Anggota

ABSTRACT

Service quality is one of the factors that affect member satisfaction, if the service quality is not good it will have a bad influence on member satisfaction. In addition, customer value also determines the satisfaction of members carried out by members. The purpose discussed in this study is to determine the effect of customer value and service quality on customer satisfaction. This study uses quantitative methods. In this study, the entire population was used without having to draw a research sample because the total population was not greater than 100 respondents, namely members of the savings and loan cooperative in the Simorejo Kepohbaru Bojonegoro hamlet, totaling 85 members. Sources of data from this study is primary data, data collection techniques through surveys. The results of this study indicate that customer value has no effect on member satisfaction, while service quality has no effect on member satisfaction. Customer value and service quality affect member satisfaction. Service quality has the most influence on member satisfaction.

Keywords: Customer Value, Service Quality, Member satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini khususnya di Negara Indonesia yang padat penduduk diiringi dengan semakin meningkatnya kebutuhan hidup bagi penduduk untuk bisa memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Hal ini akan berdampak pada perekonomian penduduk yang kurang stabil untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Keadaan seperti ini yang akan membuat perekonomian penduduk tidak seimbang antara kebutuhan yang harus dipenuhi dengan pendapatan penduduk untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Banyak orang yang memerlukan pendapatan lebih untuk bisa memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Berbagai cara dilakukan oleh semua orang supaya kebutuhan hidupnya bisa tercukupi dengan semaksimal mungkin.

Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya banyak cara yang bisa dilakukan oleh semua orang, salah satunya adalah dengan cara memanfaatkan adanya koperasi simpan pinjam. Koperasi simpan pinjam ini merupakan lembaga bukan bank yang kegiatan usahanya yaitu dengan menerima simpanan dan memberikan pinjaman berupa uang kepada anggotanya. Pada saat ini banyak koperasi simpan pinjam memasuki desa – desa terpencil yang penduduknya rata – rata masih berprofesi sebagai petani, sehingga belum banyak penduduk yang memiliki usaha. Koperasi simpan pinjam ini dapat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-

hari. Kemungkinan masyarakat dapat meminjam dana dari koperasi tersebut untuk membuka usaha atau untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Semakin meningkatnya kebutuhan hidup sehingga semakin banyak orang yang memerlukan uang untuk kebutuhan sehari-hari. Peran koperasi simpan pinjam saat ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat agar bisa melakukan pinjaman berupa uang untuk memenuhi kebutuhannya. Koperasi simpan pinjam dalam menjalankan bisnisnya tidak luput dari berbagai permasalahan yang sering dihadapi, sehingga akan mempengaruhi sektor usaha yang dijalani. Koperasi simpan pinjam saat ini banyak mengalami peningkatan dalam kuantitasnya, semakin banyak pula koperasi simpan pinjam yang sudah memasuki wilayah pedesaan. Banyaknya jumlah koperasi simpan pinjam menyebabkan persaingan antar koperasi simpan pinjam semakin tajam, pada akhirnya akan mempengaruhi tujuan dan kelangsungan hidup bagi koperasi simpan pinjam. Semakin banyaknya alternatif pilihan bagi anggota akan koperasi simpan pinjam saat ini, sehingga anggota harus selektif dalam memilih koperasi simpan pinjam. Mengantisipasi permasalahan tersebut, maka koperasi simpan pinjam harus mampu memberikan kepuasan pada anggotanya.

Kotler dan Amstrong (2008:298) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah sejauh mana kinerja yang diberikan oleh suatu produk sudah sebanding dengan harapan dari pelanggan. Kepuasan anggota akan memberikan pengaruh bagi koperasi, apabila anggota merasa puas maka akan banyak anggota yang menggunakan jasa dari koperasi tersebut.

Terdapat beberapa koperasi simpan pinjam di wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro, oleh karena itu banyak masyarakat yang menggunakan jasa koperasi tersebut. Koperasi simpan pinjam yang jasanya banyak digunakan oleh masyarakat Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro yaitu, Koperasi simpan pinjam Mitra Bisnis Keluarga yang merupakan koperasi penyedia modal kerjanya ditujukan kepada perempuan dari keluarga berpendapatan rendah di pulau Jawa, dengan tujuan memberikan mereka akses kepada layanan keuangan formal. Koperasi simpan pinjam Mitra Duafa yaitu koperasi simpan pinjam yang bersedia membantu perempuan berpenghasilan rendah dalam pemenuhan usaha modal dengan memberikan layanan jasa peminjaman modal. Koperasi simpan pinjam Mekar yang merupakan koperasi penyedia layanan jasa peminjaman bagi pelaku usaha kecil. Beberapa koperasi di wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro memiliki jumlah anggota berbeda – beda dalam menggunakan jasanya. Anggota yang menggunakan jasa koperasi simpan pinjam tersebut, banyak yang mengeluh atau komplain, hal ini menunjukkan anggota ketiga koperasi simpan pinjam di wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro dalam keadaan tidak puas.

Seorang anggota akan merasa puas apabila mendapatkan nilai dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini berasal dari produk, sistem, pelayanan, dan sesuatu yang bersifat emosional. Bagi anggota nilai ini dapat diperoleh melalui sistem pemasaran yang ada di koperasi sehingga bisa dijadikan sebagai unsur – unsur stimulasi bagi koperasi yang bisa digunakan untuk

mempengaruhi konsumen dalam pembelian barang atau jasa dari koperasi. Apabila pembelian yang sudah dilakukan bisa memenuhi keinginan maupun kebutuhan dan mampu memberikan kepuasan, terjadi pembelian yang berulang pada masa depan (Paliliati, 2007:74). Nilai juga dapat memberi pengaruh bagi kepuasan anggota untuk menggunakan jasa dari koperasi simpan pinjam.

Kepuasan ataupun ketidakpuasan menjadi penilaian untuk koperasi simpan pinjam atas ketidak sesuaian antara harapan dan keinginan yang dialami oleh anggota. Koperasi wajib mengutamakan kepuasan anggota supaya koperasi dapat mencapai nilai anggota, sehingga koperasi tetap bisa mendapatkan kepercayaan dari anggota yaitu dengan cara mempertahankan kualitas layanan dengan baik. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Lupiyoadi (2009:168) suatu tanda dari keberhasilan dalam bisnis jasa adalah kualitas layanan, dimana salah satu metode yang digunakan untuk menghasilkan kepuasan anggota dengan cara manaikan kualitas layanan.

Menurut Wijaya (2011:52) kualitas layanan merupakan ukuran seberapa berkualitas tingkat layanan yang diberikan sudah sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan pelanggan. Kualitas layanan sangat mendominasi koperasi, untuk mempertahankan kepuasan anggota, maka koperasi simpan pinjam yang berjalan dibidang koperasi jasa harus memberikan kualitas layanan yang terbaik bagi anngotanya. Anggota koperasi akan merasa puas bahwa kualitas layanan yang diberikan memuaskan, maka anggota akan memiliki rasa komitmen, merasa puas, dan percaya terhadap barang atau jasa

yang disediakan oleh koperasi. Anggota akan merasa puas dalam menggunakan jasa dari koperasi simpan pinjam yang memiliki kualitas layanan yang baik dan terpercaya.

Fenomena yang terjadi pada saat ini adalah banyaknya koperasi mengabaikan pelayanan dengan baik kepada anggotanya. Kondisi seperti ini diungkapkan dengan banyaknya komplain oleh anggota koperasi tentang pelayanan yang sudah diberikan koperasi berdasarkan pengalaman yang didapatkan oleh anggota selama menggunakan jasa dari koperasi tersebut. Adapun komplain yang diberikan anggota berkaitan dengan ketidakpuasan pelayanan yang diberikan karyawan terhadap anggota koperasi pada saat melakukan pembayaran ataupun peminjaman. Padahal sejatinya kesuksesan koperasi adalah dengan memberikan pelayanan sesuai dengan harapan dan kenyataan yang diterima oleh anggota koperasi.

Selain kualitas layanan juga terdapat nilai anggota yang menjadi prioritas kepuasan anggota, sehingga anggota diharapkan akan merasa puas terhadap pelayanan koperasi. Dilihat dari nilai anggota juga sangat penting untuk menjadi perhatian koperasi. Nilai anggota merupakan total selisih antara total nilai dan total biaya yang timbul karena adanya pemakaian serta pembelian barang ataupun jasa dari koperasi. Banyak sedikitnya anggota yang menggunakan jasa layanan peminjaman dapat dipengaruhi oleh nilai anggota dan kualitas layanan yang diberikan oleh koperasi simpan pinjam kepada anggotanya.

Koperasi mempunyai peran yang sangat penting dalam menjaga nilai anggota dan kualitas layanan bagi para anggotanya. Manajemen koperasi simpan pinjam harus dapat mengetahui faktor-faktor yang akan mempengaruhi nilai anggota dan kualitas layanan yang akan memberi dampak positif pada koperasi simpan pinjam. Layanan yang tepat maka kepuasan anggota akan semakin meningkat. Kepuasan anggota akan mempengaruhi keberhasilan bisnis yang dijalankan oleh koperasi simpan pinjam tersebut.

Dengan demikian setiap koperasi simpan pinjam harus bisa mempertahankan kepuasan anggota dengan memberikan kualitas layanan dan nilai anggota yang baik kepada anggota koperasi simpan pinjam. Memberikan nilai anggota dan kualitas layanan dengan baik kepada anggota akan memberikan pengaruh baik kepada koperasi karena anggota merasa puas dengan layanan yang diberikan.

Dalam koperasi yang bergerak dibidang jasa terutama pada koperasi simpan pinjam yang menyediakan pelayanan jasa berupa peminjaman atau menerima penyimpanan uang. Nilai anggota diharapkan bisa diterapkan oleh koperasi baik untuk saat ini maupun untuk masa mendatang dan memberikan kualitas layanan yang baik maka anggotanya akan merasa puas dalam menggunakan jasa dari koperasi. Berdasarkan uraian dari latar belakang tersebut, nilai anggota dan kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan anggota. Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk meneliti dan mengkaji tentang pengaruh nilai anggota dan kualitas layanan

terhadap kepuasan anggota pada koperasi simpan pinjam di Dusun Simorejo Kecamatan Kepohbaru Kabupaten Bojonegoro.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian latar belakang dari penelitian ini, yang sudah dijabarkan, maka terdapat rumusan masalah yang dapat diambil yaitu, sebagai berikut:

1. Apakah nilai anggota berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada koperasi simpan pinjam di wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada koperasi simpan pinjam di wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro?
3. Apakah nilai anggota dan kualitas layanan yang berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan anggota pada koperasi simpan pinjam di wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro?
4. Manakah diantara variabel nilai anggota atau kualitas layanan yang berpengaruh secara dominan terhadap kepuasan anggota pada koperasi simpan pinjam di wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini, tujuan yang dapat diambil dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh nilai anggota terhadap kepuasan anggota pada koperasi simpan pinjam di wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan anggota pada koperasi simpan pinjam di wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh nilai anggota dan kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan anggota pada koperasi simpan pinjam di wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro.
4. Untuk menganalisis dan mengetahui variabel nilai anggota atau kualitas layanan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan anggota pada koperasi simpan pinjam di wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah: Dari segi teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah

wawasan serta pengetahuan terutama pada bidang pemasaran terutama untuk perusahaan jasa yaitu koperasi simpan pinjam.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

a. Bagi peneliti

Peneliti dapat mengetahui dan menambah wawasan mengenai pengaruh nilai anggota dan kualitas layanan terhadap kepuasan anggota pada koperasi simpan pinjam.

b. Bagi pembaca

Pembaca dapat memahami serta menambah pengetahuan mengenai pengaruh nilai anggota dan kualitas layanan terhadap kepuasan anggota pada koperasi simpan pinjam. Serta dapat digunakan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian lebih lanjut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini yang berjudul ‘Pengaruh Nilai anggota dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Anggota Pada Koperasi Simpan Pinjam Di Wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro’ ini pernah ada penelitian terdahulu yang hampir sama dengan penelitian ini, tetapi ada beberapa perbedaan yang membedakan dalam penelitian yang meneliti hal ini.

- a. Penelitian yang dikemukakan oleh Berlian Nisazizah dan Budi Sudaryanto (2018) Universitas Diponegoro yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Semarang dan Kantor Cabang Pembantu UNISULA)”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, nilai pelanggan dan pelanggan manajemen hubungan dengan kepuasan pelanggan dan kualitas pelanggan. Sampel yang digunakan berjumlah 145 yang merupakan nasabah Bank BNI Syariah cabang Semarang yang menggunakan tabungan BNI IB Hasanah. Dalam penelitian ini menggunakan alat analisis yaitu *Structural Equation Modeling (SEM)* AMOS 24.0. Dari hasil penelitian menjelaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, nilai pelanggan berpengaruh positif

terhadap kepuasan pelanggan, manajemen hubungan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, manajemen hubungan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

- b. Penelitian yang dikemukakan oleh Diah Rusminingsih (2019) STIEKN Jaya Negara Malang yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Mandiri Cabang Malang”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan nasabah di Bank Mandiri Cabang Malang. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas layanan, nilai pelanggan, dan kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan *sample random sampling* yaitu pemilihan sampel secara acak, sampel dalam penelitian ini sebanyak 105 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM untuk melihat pengaruh kualitas layanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di Bank Mandiri Cabang Malang. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Penelitian yang dikemukakan oleh Tia Artika dan Olivia S. Nelwan (2018) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesi, Jakarta yang berjudul “Pengaruh Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah

Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Capital Indonesia Tbk Cabang Wisma Kodel”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran, kualitas pelayanan dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah pada pt. bank capital indonesia tbk cabang wisma kodel. Penelitian ini menggunakan model kuantitatif. Penelitian menggunakan 96 sampel dengan menyebarkan kuisioner yang berisi 28 pertanyaan dan jawaban dari responden dianalisis menggunakan SPSS. Dalam uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik ekspresi regresi adalah sebagai berikut $Y = 0.593 + 0.101 X1 + 0,462 X2 + 0,496 X3$ yang merupakan variabel kepuasan pelanggan (Y), variabel strategi pemasaran (X1), variabel kualitas layanan (X2), variabel nilai pelanggan (X3). Uji T menunjukkan bahwa strategi pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Uji F menunjukkan bahwa strategi pemasaran, kualitas layanan, dan nilai pelanggan dilakukan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- d. Penelitian yang dikemukakan oleh Ni Putu Della Aristyana, Ni Luh Adisti Abiyoga Wulandari, dan Ida Ayu Sasmita Dewi (2021) Universitas Hindu Indonesia yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan anggota baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilakukan di KSP Putra Jaya Mandiri. Jumlah

sampel yang diambil adalah sebanyak 60 responden. Teknik pengumpulan datanya adalah observasi, wawancara, dokumentasi, kepustakaan dan angket. Sedangkan teknik analisis datanya adalah uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, korelasi berganda, uji t (t test), determinasi, dan uji f (f test). Hasil pengujian menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota yang dilihat dari hasil t-test diperoleh $t_{1\text{-hitung}}$ adalah 3,389 lebih besar dari $t_{\text{-tabel}}$ sebesar 1,671 dan nilai sig 0,001. Ada pengaruh positif dan signifikan antara nilai pelanggan terhadap kepuasan anggota dilihat dari hasil t-test diperoleh $t_{2\text{-hitung}}$ adalah 4,254 lebih besar dari $t_{\text{-tabel}}$ sebesar 1,671 dan nilai sig 0,000. Ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan anggota yang dilihat dari F-hitung adalah 44,303 lebih besar dari F-tabel sebesar 3,15.

- e. Penelitian yang dikemukakan oleh Fatma Faidah (2021) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Nasari Cabang Kebumen”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang sebagai sampel, pengambilan data menggunakan kuesioner berdasarkan skala likert yang telah dimodifikasi dan analisis dengan bantuan program SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara

reliability terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan diperoleh hasil dari variabel responsiveness, reliability, assurance, empathy, dan tangibles terhadap kepuasan pelanggan. Nilai Adjusted R2 persamaan sebesar 0,315 artinya variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel responsiveness, reliability, assurance, empathy, dan tangibles sebesar 31,5% sedangkan 68,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Berdasarkan uraian dari penelitian terdahulu untuk mempermudah dalam meninjau dapat dilihat pada tabel 2.1

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Penulis / Peneliti	Judul	Metode	Hasil penelitian
1.	Berlian Nisazizah dan Budi Sudaryanto (2018)	<i>Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Loyalitas Nasabah. (Studi Pada Nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Semarang dan Kantor Cabang Pembantu</i>	Metode regresi linear berganda.	Hasil penelitian menjelaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, manajemen hubungan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan,

		<i>UNISULA)</i>		kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, manajemen hubungan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.
2.	Diah Rusminingsih (2019)	<i>Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Mandiri Cabang Malang.</i>	Metode analisis linier berganda.	Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
3.	Tia Artika dan Olivia S. Nelwan (2018)	<i>Pengaruh Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah Terhadap</i>	Metode analisis linier berganda.	Dalam uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik ekpresi regresi adalah sebagai berikut $Y = 0.593$

		<p><i>Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Capital Indonesia Tbk Cabang Wisma Kodel.</i></p>	<p>+ 0.101 X1 + 0,462 X2 + 0,496 X3 yang merupakan variabel kepuasan pelanggan (Y), variabel strategi pemasaran (X1), variabel kualitas layanan (X2), variabel nilai pelanggan (X3). Uji T menunjukkan bahwa strategi pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Uji F menunjukkan bahwa strategi pemasaran, kualitas layanan, dan nilai pelanggan dilakukan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan</p>
--	--	--	---

				pelanggan.
4.	Ni Putu Della Aristyana, Ni Luh Adisti Abiyoga Wulandari, dan Ida Ayu Sasmita Dewi (2021)	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi.</i>	Metode analisis linier berganda.	Hasil pengujian menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota yang dilihat dari hasil t-test diperoleh t1-hitung adalah 3,389 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,671 dan nilai sig 0,001. Ada pengaruh positif dan signifikan antara nilai pelanggan terhadap kepuasan anggota dilihat dari hasil t-test diperoleh t2-hitung adalah 4,254 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,671 dan nilai sig 0,000. Ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan anggota

				yang dilihat dari F-hitung adalah 44,303 lebih besar dari F-tabel sebesar 3,15.
5.	Fatma Faidah (2021)	<i>Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Nasari Cabang Kebumen.</i>	Metode Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara reliability terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan diperoleh hasil dari variabel responsiveness, reliability, assurance, empathy, dan tangibles terhadap kepuasan pelanggan. Nilai Adjusted R2 persamaan sebesar 0,315 artinya variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel responsiveness, reliability,

				assurance, empathy, dan tangibles sebesar 31,5% sedangkan 68,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.
--	--	--	--	--

Sumber: Diolah oleh penulis (2022)

Berdasarkan tinjauan diatas maka terdapat beberapa perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Di Wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro” yaitu:

- a. Penelitian yang dikemukakan oleh Berlian Nisazizah dan Budi Sudaryanto (2018) Universitas Diponegoro mempunyai persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Perbedaannya yaitu variabel bebas customer relationship management, variabel terikat yaitu loyalitas nasabah, metode pengumpulan data menggunakan data primer melalui wawancara, teknik pengambilan sampel menggunakan *purpose sampling*. Persamaannya yaitu variabel bebas nilai pelanggan kualitas layanan, variabel terikat yaitu keputusan pembelian, metode penelitian menggunakan metode kuantitatif, pengumpulan data primer dan sekunder dengan menggunakan kuesioner, analisis data menggunakan uji analisis regresi linier berganda, analisis data menggunakan uji hipotesis.
- b. Penelitian yang dikemukakan oleh Diah Rusminingsih (2019) STIEKN Jaya Negara Malang mempunyai persamaan dan perbedaan. Perbedaan

dari penelitian ini adalah teknik analisis yang digunakan adalah SEM. Persamaan dari penelitian ini adalah variabel bebas yaitu kualitas layanan, teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*, nilai pelanggan variabel terikat yaitu keputusan pembelian, metode penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif, analisis data menggunakan metode uji kausalitas dan uji hipotesis.

- c. Penelitian yang dikemukakan oleh Tia Artika dan Olivia S. Nelwan (2018) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia mempunyai persamaan dan perbedaan. Perbedaan dari penelitian ini yaitu variabel bebas strategi pemasaran, objek penelitian yaitu nasabah Bank, pengambilan sampel menggunakan rumus slovin,. Persamaan penelitian ini yaitu variabel bebas yaitu kualitas layanan dan nilai nasabah variabel terikatny adalah kepuasan nasabah, metode pengumpulan data menggunakan data kuantitatif, teknik pengumpulan data primer dan sekunder dengan menggunakan kuesioner, uji analisis regresi linear berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji f.
- d. Penelitian yang dikemukakan oleh Tia Artika dan Olivia S. Nelwan (2018) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia mempunyai persamaan dan perbedaan. Perbedaan dari penelitian ini yaitu variabel bebas strategi pemasaran, objek penelitian yaitu nasabah Bank, pengambilan sampel menggunakan rumus slovin,. Persamaan penelitian ini yaitu variabel bebas yaitu kualitas layanan dan nilai nasabah variabel terikatny adalah kepuasan nasabah, metode pengumpulan data menggunakan data

kuantitatif, teknik pengumpulan data primer dan sekunder dengan menggunakan kuesioner, uji analisis regresi linear berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji f.

- e. Penelitian yang dikemukakan oleh Ni Putu Della Aristyana, Ni Luh Adisti Abiyoga Wulandari, dan Ida Ayu Sasmita Dewi (2021) Universitas Hindu Indonesia mempunyai persamaan dan perbedaan. Perbedaan dari penelitian ini yaitu Teknik pengumpulan datanya adalah observasi, wawancara, dokumentasi, kepustakaan, pengambilan sampel menggunakan rumus slovin, Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Persamaan penelitian ini yaitu variabel bebas yaitu kualitas layanan dan nilai pelanggan variabel terikatnya adalah kepuasan anggota, metode pengumpulan data menggunakan data kuantitatif, uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis regresi linear berganda, uji t, uji f.
- f. Penelitian yang dikemukakan oleh Fatma Faidah (2021) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa mempunyai persamaan dan perbedaan. Perbedaan dari penelitian ini yaitu teknik sampling yang digunakan adalah metode non probability sampling, teknik penentuan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Persamaan penelitian ini yaitu metode pengumpulan data menggunakan data kuantitatif, uji analisis regresi linear berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji f, uji asumsi klasik.

Penulis menyajikan perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dalam bentuk tabel, untuk kemudahan dalam membacanya yaitu sebagai berikut :

Tabel 2. 2 Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian Terdahulu

No	Penulis / Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Berlian Nisazizah dan Budi Sudaryanto (2018)	<i>Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Loyalitas Nasabah. (Studi Pada Nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Semarang dan Kantor Cabang Pembantu UNISULA)</i>	Variabel bebas: <ul style="list-style-type: none"> • Nilai Pelanggan • Kualitas Layanan Variabel terikat: <ul style="list-style-type: none"> • Keputusan Pembelian Metode: <ul style="list-style-type: none"> • Metode penelitian kuantitatif • Mengumpulkan data primer dan sekunder dengan menggunakan kuesioner • Uji analisis regresi linear berganda • Uji hipotesis 	Variabel bebas: <ul style="list-style-type: none"> • Customer Relationship Variabel terikat: <ul style="list-style-type: none"> • Loyalitas Nasabah Metode: <ul style="list-style-type: none"> • Mengumpulkan data primer dan sekunder melalui wawancara Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>purpose sampling</i>
2.	Diah Rusminingsih (2019)	<i>Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai</i>	Variabel bebas: <ul style="list-style-type: none"> • Kualitas Layanan • Nilai 	Metode: <ul style="list-style-type: none"> • Uji Kausalitas • Teknik analisis

		<i>Pelanggan Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Mandiri Cabang Malang.</i>	<p>Pelanggan</p> <p>Variabel terikat:</p> <ul style="list-style-type: none"> Keputusan Pembelian <p>Metode:</p> <ul style="list-style-type: none"> Metode penelitian kuantitatif <p>Uji Hipotesis</p>	<p>yang digunakan adalah SEM</p> <ul style="list-style-type: none"> Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>simple random sampling</i>
3.	Tia Artika dan Olivia S. Nelwan (2018)	<i>Pengaruh Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Capital Indonesia Tbk Cabang Wisma Kodel.</i>	<p>Variabel bebas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Kualitas Layanan Nilai Nasabah <p>Variabel terikat:</p> <ul style="list-style-type: none"> Kepuasan Nasabah <p>Metode:</p> <ul style="list-style-type: none"> Data kuantitatif Mengumpulkan data primer dan sekunder dengan menggunakan kuesioner Uji analisis regresi berganda Uji Validitas Uji Reliabilitas Uji t Uji F 	<p>Variabel Bebas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Strategi Pemasaran Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan rumus slovin
4.	Ni Putu Della Aristyana, Ni Luh Adisti	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan</i>	<p>Variabel bebas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Kualitas Layanan 	<p>Teknik pengumpulan data:</p>

	Abiyoga Wulandari, dan Ida Ayu Sasmita Dewi (2021)	<i>Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai Pelanggan Variabel terikat: <ul style="list-style-type: none"> • Kepuasan Anggota Metode: <ul style="list-style-type: none"> • Data kuantitatif • Uji analisis regresi berganda • Uji Validitas • Uji Reliabilitas • Uji t • Uji F 	<ul style="list-style-type: none"> • observasi, • wawancara, • dokumentasi, • kepustakaan, Metode: <ul style="list-style-type: none"> • pengambilan sampel menggunakan rumus slovin. • Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah purposive sampling
5.	Fatma Faidah (2021)	<i>Pengaruh Kualiatas Layanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Nasari Cabang Kebumen.</i>	Variabel bebas: <ul style="list-style-type: none"> • Kualitas Layanan Variabel terikat: <ul style="list-style-type: none"> • Kepuasan Anggota Metode: <ul style="list-style-type: none"> • Data kuantitatif • Uji analisis regresi berganda • Uji Validitas • Uji Reliabilitas • Uji t • Uji F • Uji Asumsi Klasik. 	Metode: <ul style="list-style-type: none"> • Teknik sampling menggunakan metode non probability sampling • teknik penentuan sampel yang digunakan adalah purposive sampling

Sumber: Diolah oleh penulis (2022)

2.2 Tinjauan Teori

Pada tinjauan teori ini memuat beberapa kajian teori yang akan digunakan sebagai dasar ilmu yang digunakan pada penelitian ini.

2.2.1 Koperasi

2.2.1.1 Pengertian Koperasi

Menurut Undang – Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 Pasal 1 ayat (1) tentang koperasi yaitu koperasi merupakan badan hukum usaha yang beranggotakan orang – orang atau badan hukum Koperasi dengan menjalankan kegiatannya yang berlandaskan prinsip prinsip koperasi serta mobilitas ekonomi rakyat atas dasar kekeluarga. Sedangkan pengertian koperasi menurut Rudianto (2006:2), merupakan badan bisnis yg mengorganisir pemanfaatan dan pendayagunaan sumber daya ekonomi para anggota koperasi atas dasar prinsip – prinsip koperasi serta kaidah bisnis ekonomi guna meningkatkan taraf hidup anggota khususnya dan masyarakat daerah pada umumnya dengan demikian koperasi adalah ekonomi masyarakat dan sokoguru perekonomian nasional.

2.2.1.2 Perbedaan Koperasi dengan Bank

Berikut akan dijelaskan perbedaan antara koperasi simpan pinjam dengan bank. Yaitu sebagai berikut:

1. Tujuan Pendirian Berbeda

Koperasi didirikan dengan tujuan untuk mendapatkan dana dari anggotanya serta untuk mensejahterakan anggotanya. Sedangkan,

perbankan didirikan dengan tujuan untuk menghimpun dana dan menyalurkan dana dari masyarakat itu sendiri.

2. Layanan yang Diberikan Berbeda

Dalam koperasi, pelayanan yang diberikan hanya dilakukan dengan meminjamkan uang kepada anggota. Berbeda dengan bank, yang memberikan layanan dengan menyalurkan uang kepada semua orang.

3. Keuntungan dan Pinjaman Yang diberikan Berbeda

Peminjaman dana yang diberikan oleh koperasi lebih kecil dibandingkan dengan bank, karena ruang lingkup koperasi lebih kecil daripada bank. Adapun keuntungan yang didapat koperasi juga akan diberikan secara merata kepada semua anggotanya. Bank dapat meminjamkan dana dengan angka yang kecil maupun besar sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Namun, apabila terdapat keuntungan, bank dan nasabah akan merasakan keuntungannya, tetapi nasabah hanya sebagian.

4. Biaya Administrasi

koperasi tidak membebankan administrasi kepada anggotanya. Anggota koperasi hanya akan menanggung biaya bersama para anggotanya sendiri. Sedangkan perbankan membebankan biaya administrasi kepada nasabahnya, hal itu diterapkan agar tabungan tetap terjaga dan aman sehingga tidak mudah terblokir.

5. Pajak Bunga

Berdasarkan peraturan pemerintah, pajak bunga untuk koperasi adalah senilai 10% yang sebelumnya 15%. Sedangkan pada bank, pajak bunga dikenakan sebesar 20% dari jumlah bruto.

2.2.2 Nilai Pelanggan (Anggota)

Menurut Kotler dan Armstrong (2012 : 36), nilai pelanggan adalah perbandingan pelanggan antara keseluruhan dan keseluruhan biaya yang harus digunakan untuk menerima penawaran yang diberikan. Sedangkan menurut Pawitra (2003 : 31) bahwa customer value merupakan nilai yang dirasakan oleh anggota. Jadi anggota yang harus menentukan apakah suatu jasa yang diberikan memberikan nilai tersendiri dan seberapa besar nilai yang diperolehnya. Menurut Thamrin (2003 : 142) mengemukakan bahwa nilai pelanggan adalah penilaian secara keseluruhan terhadap atas manfaat suatu produk berdasarkan atas apa yang diterima dan apa yang dikorbankan.

Berdasarkan pengertian nilai pelanggan menurut para ahli maka dapat disintesis bahwa nilai pelanggan adalah nilai kualitas yang dirasakan oleh konsumen ketika menggunakan barang atau jasa dari suatu koperasi yang sudah sesuai dengan harga yang diberikan. Nilai anggota merupakan hasil penilaian anggota terhadap layanan yang diterima dan diterima yang dirasakan lebih besar dibandingkan pengorbanan yang

dikeluarkan oleh anggota ketika menggunakan produk atau jasa dari perusahaan.

Memberikan kepuasan dengan cara memenuhi kebutuhan dan keinginan anggota adalah inti dari pemasaran. Sasaran dari setiap bisnis adalah memberikan nilai anggota agar bisa mendapatkan laba. Dalam perekonomian yang sangat kompetitif, dengan semakin banyak anggota yang berfikir secara logis yang dihadapkan dengan berbagai pilihan, koperasi hanya meraih keuntungan dengan cara memberikan nilai pelanggan yang baik serta memilih, menyediakan, dan menginformasikan nilai yang unggul. Total manfaat anggota merupakan nilai moneter sekumpulan manfaat ekonomi, fungsional, dan psikologis yang diharapkan anggota dari penawaran suatu pasar yang disebabkan oleh jasa, produk, personel, maupun citra merk yang terlibat.

Analisis dari nilai pelanggan dapat digunakan untuk mengungkapkan kelemahan dan kekuatan dari koperasi terhadap kelemahan dan kekuatan dari koperasi yang menjadi pesaingnya. Dalam Kotler dan Keller (2009 : 137) terdapat beberapa langkah dalam analisisnya, yaitu sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi atribut dan manfaat utama yang dinilai pelanggan. Pelanggan diberikan pertanyaan mengenai tingkat atribut, manfaat, dan kinerja yang mereka inginkan dalam memilih produk dan penyedia layanan.

- a. Menilai arti penting kuantitatif dari atribut dan manfaat yang berbeda
Pelanggan diminta memberi peringkat arti penting berbagai atribut dan manfaat. Apabila peringkat mereka berbeda jauh maka pemasaran harus mengelompokkan mereka ke dalam beragam segmen.
- b. Menilai kinerja perusahaan dan pesaing berdasarkan nilai pelanggan yang berbeda dan membandingkan dengan peringkat arti pentingnya.
Pelanggan memberikan gambaran ditingkat mana kinerja koperasi dan pesaing pada setiap atribut dan manfaat yang diterima.
- c. Mempelajari bagaimana pelanggan dalam segmen tertentu dapat menentukan tingkat kinerja perusahaan terhadap pesaing utama tertentu terhadap suatu atribut ataupun manfaat.
Apabila tawaran perusahaan melebihi tawaran pesaing atas semua atribut dan manfaat penting, maka perusahaan dapat menggunakan harga yang lebih tinggi sehingga perusahaan bisa mendapatkan laba yang lebih tinggi atau perusahaan menggunakan harga yang sama dengan pesaing agar perusahaan mampu mendapatkan pangsa pasar yang lebih banyak.
- d. Mengamati nilai pelanggan sepanjang waktu. Perusahaan harus memulai studi mengenai nilai pelanggan secara berkala dan posisi pesaing ketika terjadi perubahan dalam faktor ekonomi, teknologi, dan fitur.

Thamrin (2003 : 146) mengemukakan bahwa nilai pelanggan dibentuk oleh 3 indikator, yaitu sebagai berikut:

1. Menilai kualitas produk dibanding harganya.
2. Menilai manfaat yang diperoleh dari produk dibandingkan dengan uang yang telah dikeluarkan untuk pembelian produk.
3. Menilai kualitas produk dan harga dibandingkan dengan produk yang sejenis.

2.2.3 Kualitas Layanan

Definisi dari kualitas layanan menurut Wyckof (Tjiptono, 2002 : 59) kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diinginkan dan pengendalian berdasarkan tingkat keunggulan tersebut yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Parasuramen, *et al.*, (2000 : 44) mengemukakan bahwa “*service quality is the customer perception’s of the superiority of the service*. Maksudnya kualitas layanan merupakan persepsi anggota terhadap keunggulan dari suatu layanan. Pada dasarnya hanya anggota yang bisa memberikan nilai dari kualitas layanan dari badan usaha berkualitas atau tidak. Wijaya (2011:52) menyatakan kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang telah diberikan sesuai dengan ekspektasi yang diinginkan pelanggan.

Dari Pengertian menurut beberapa ahli maka dapat disintesis bahwa kualitas layanan adalah persepsi pelanggan terhadap keunggulan dari tingkat layanan yang diberikan sudah sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan oleh anggota dalam memenuhi keinginannya. Kualitas layanan dapat diketahui dengan cara memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Apabila pelayanan yang diberikan

sesuai dengan apa yang dirasakan sesuai dengan apa yang anggota inginkan, maka kualitas layanan dapat dipersepsikan baik dan memuaskan. Apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh anggota, maka pelayanan yang diberikan dipersepsikan buruk atau tidak sesuai dengan apa yang diharapkan anggota. Oleh karena itu kualitas pelayanan yang baik akan memberikan pengaruh yang baik kepada koperasi dalam menjalankan bisnisnya.

Kualitas layanan yang diberikan harus memperhatikan kepuasan dari anggota yang menggunakan jasa dari koperasi tersebut. Layanan 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. Parasuraman, et al., (1988 : 118) menyusun dimensi pokok menentukan kualitas layanan jasa, sebagai berikut:

1. Reability (keandalan). Adalah kemampuan dalam memberikan pelayanan kepada anggota yang dapat dipertanggung jawabkan dengan baik dan akurat, tanpa adanya kesalahan dalam bentuk apapun.
2. Responsiveness (daya tanggap). Adalah keinginan untuk memberikan bantuan kepada anggota dengan cara memberikan pelayanan secara cepat dan tepat, dan segera menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan akan memberikan jasa tersebut dengan cepat.

3. Assurance (jaminan). Adalah kemampuan yang dimiliki oleh karyawan mampu memberikan kepercayaan kepada anggota terhadap perusahaan, bahwa perusahaan dapat memebrikan layanan jasa yang baik. Jaminan juga berarti bahwa koperasi dapat memberikan pelayanan dengan sopan kepada anggotanya.
4. Empathy (empati). Adalah karyawan mampu mampu memahami masalah-masalah yang dihadapi oleh anggota dan mampu memberikan perhatian kepada anggota baik secara individu maupun pribadi.
5. Tangible (bukti langsung). Adalah berupa layanan yang diberikan secara langsung seperti fasilitas fisik, peralatan dan perlengkapan, material, harga, serta penampilan dari karyawan.

2.2.4 Kepuasan Anggota

Gaspers dalam laksana (2008:10) menyatakan bahwa kepuasan anggota dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana keinginan, kebutuhan, dan harapan anggota dapat terpenuhi melalui produk yang digunakan. Menurut wilkie yang dikutip dari Tjiptono (2008:24) definisi kepuasan anggota adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman menggunakan suatu produk atau jasa.

Berdasarkan pengertian kepuasan anggota dari para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan anggota merupakan suatu anggapan

emosional yang diberikan anggota terhadap suatu produk yang telah digunakan oleh anggota untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Kepuasan anggota menjadi fokus perhatian dari koperasi-koperasi yang beroperasi, hal ini disebabkan karena koperasi menyadari bahwa seberapa pentingnya anggota untuk kemajuan bisnis mereka. Sebab suatu koperasi tanpa anggota pasti akan berakibat terhadap keberhasilan itu sendiri. Oleh Karena itu, persaingan antar koperasi sangat tinggi dalam memperebutkan calon anggota baru agar tertarik menjadi anggota mereka. Sehingga dengan cara apapun akan dilakukan selama masih layak untuk dilakukan akan mereka perbuat demi suksesnya koperasi yang mereka jalankan.

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2014 : 101) indikator pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari :

1. Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.
2. Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.
3. Kesediaan merekomendasi merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

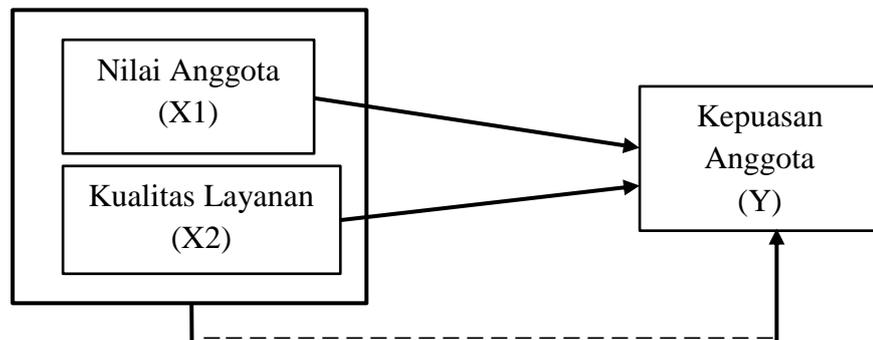
Faktor–faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Menurut Lupiyoadi (2013:215), ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan (anggota), yaitu sebagai berikut:

- a. Kualitas Produk, anggota akan merasa puas apabila hasil evaluasi (setelah membeli dan menggunakan produk) mereka menunjukkan bahwa kualitas produk yang mereka gunakan sangat baik.
- b. Kualitas Pelayanan, anggota akan merasa puas apabila mendapatkan layanan yang baik atau sesuai dengan apa yang diharapkan baik segi kualitas layanan maupun kecepatan layanan.
- c. Emosional Perasaan, anggota akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum kepadanya apabila dia memakai produk atau jasa dengan merek tertentu.
- d. Harga, Penetapan harga pada sebuah produk perusahaan sesuai dengan kualitas dan kuantitas produk yang didapat dan diharapkan oleh pelanggan.
- e. Biaya, dan Kemudahan Dalam Mendapatkan Produk Jasa pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa dan kemudahan dalam mendapatkan produk atau jasa.

Menurut hasil penelitian Aristyana, dkk (2021: 3) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan baik secara simultan maupun parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota Koperasi. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota meliputi: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional perasaan, harga, biaya dan kemudahan dalam mendapatkan produk jasa, dan nilai pelanggan.

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan penyusunan pada tinjauan pustaka mengenai variabel nilai anggota dan kualitas layanan serta pengaruhnya terhadap kepuasan anggota, maka kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat diilustrasikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

Keterangan: \longrightarrow = Variabel berpengaruh secara parsial
 \dashrightarrow = Variabel berpengaruh secara simultan

Berdasarkan kerangka pemikiran yang sudah diilustrasikan pada gambar di atas maka dapat dijelaskan bahwa variabel Nilai Anggota (X1) diduga memiliki pengaruh terhadap variabel Kepuasan Anggota (Y), dan

variabel Kualitas Layanan (X2) diduga memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Anggota (Y), maka Nilai Anggota (X1) dan Kualitas Layanan (X2) diduga memiliki pengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Anggota (Y).

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian yang merupakan dugaan jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian yang sudah dijelaskan oleh peneliti pada penelitian ini, sebagai berikut:

H1: Diduga Nilai Anggota berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota pada Koperasi Simpan Pinjam di wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro

H2: Diduga Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota pada Koperasi Simpan Pinjam di wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro.

H3: Diduga Nilai Anggota dan Kualitas Layanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Anggota pada Koperasi Simpan Pinjam di wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro.

H4: Diduga variabel Nilai Anggota berpengaruh secara dominan terhadap Kepuasan Anggota pada Koperasi Simpan Pinjam di wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan assosiatif. Menurut Sugiyono (2018:15) penelitian kuantitatif adalah metode yang berdasarkan filsafat positivisme bertujuan menggambarkan dan menguji hipotesis yang dibuat peneliti. Penelitian kuantitatif memuat banyak angka mulai dari pengumpulan dan pengolahan yang didominasi angka. Sedangkan pendekatan assosiatif menurut Sugiyono (2018:63) merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan juga hubungan antara dua variabel atau lebih.

3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.2.1 Variabel Penelitian

Pada penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*), yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel bebas (*independent*) (X) terdapat 2 variabel, yaitu sebagai berikut:
 - a. Variabel Nilai Anggota (X1), adapun indikator yang digunakan pada variabel ini, sebagai berikut:

X1.1: Penilaian kualitas produk dibanding harga

X1.2: Manfaat dari jasa yang diberikan

X1.3: Kualitas jasa dan harga

- b. Variabel Kualitas Layanan (X2), adapun indikator yang digunakan pada variabel ini, sebagai berikut:

X2.1: Bukti fisik

X2.2: Keandalan

X2.3: Daya tanggap

X2.4: Jaminan

X2.5: Empati

2. Variabel terikat (dependent) (Y) terdapat 1 variabel, yaitu sebagai berikut:

- a. Variabel Kepuasan Anggota (Y), adapun indikator yang digunakan pada variabel ini, sebagai berikut:

Y.1: Kesesuaian harapan

Y.2: Minat Berkunjung

Y.3: Kesiediaan merekomendasi

3.2.2 Definisi Operasional Variabel

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent), yang didefinisikan sebagai berikut:

1. Variabel Nilai Anggota (X1)

Nilai anggota adalah hasil penilaian anggota terhadap layanan yang diterima dan dirasakan lebih besar dibandingkan pengorbanan yang dikeluarkan oleh anggota ketika menggunakan produk atau jasa dari perusahaan. Dengan jasa memberi pinjaman dan menerima simpanan berupa uang yang diberikan sudah memberikan benefit atau manfaat bagi anggota yang menggunakan jasa tersebut.

Indikator-indikator Nilai anggota:

1. Menilai kualitas produk simpan pinjam terhadap harga (besarnya tingkat suku bunga yang dibayarkan oleh anggota) (X1.1) : Menilai besarnya kualitas produk simpan pinjam yang diberikan koperasi sudah sesuai dengan tingkat suku bunga yang sudah diberikan kepada anggotanya..
2. Manfaat dari kualitas produk simpan pinjam yang diberikan (X1.2) : Kemanfaatan produk simpan pinjam yang diberikan koperasi sesuai dengan besarnya uang yang sudah dikeluarkan anggota ketika menggunakan produk simpan pinjam tersebut.
3. Kualitas produk simpan pinjam dan harga (besarnya tingkat suku bunga yang dibayarkan anggota) (X1.3): Produk simpan pinjam dan tingkat suku bunga yang ditetapkan koperasi apakah lebih unggul dibandingkan dengan koperasi simpan pinjam yang lainnya.

2. Variabel Kualitas Layanan (X2)

Kualitas layanan adalah upaya yang diberikan koperasi simpan pinjam kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan

yang diinginkan oleh anggota koperasi. Dengan memberikan pelayanan yang baik maka akan menciptakan nilai yang unggul dalam memberikan layanan secara terus-menerus. Indikator-indikator kualitas layanan:

1. Bukti fisik (tangible) (X2.1) : Penampilan dan kelengkapan fasilitas dikantor pada koperasi simpan pinjam , tempat atau lokasi koperasi yang mudah dijangkau oleh anggota.
2. Keandalan (reliability) (X2.2) : Kemampuan karyawan dalam memberikan layanan yang sesuai dengan apa yang dijanjikan, karyawan dapat diandalkan dalam memberikan layanan kepada anggota.
3. Daya tanggap (responsiveness) (X2.3) : Ketanggapan karyawan dalam melayani anggota koperasi, memberikan pelayanan dengan cepat tepat kepada anggota, kemampuan karyawan dalam memberikan informasi yang cukup jelas kepada anggota.
4. Jaminan (assurance) (X2.4) : Pengetahuan karyawan terhadap perusahaan, keramahan karyawan ketika memberikan pelayanan kepada anggota, kemampuan karyawan untuk menciptakan kepercayaan anggota dalam menggunakan jasa yang diberikan.
5. Empati (emphaty) (X2.5) : Adalah kepedulian dan perhatian karyawan yang diberikan kepada anggota, melayani tanpa membedakan antar anggota.

3. Variabel Kepuasan Anggota (Y)

Kepuasan anggota merupakan tanggapan emosional yang diberikan anggota pada saat menggunakan jasa dari koperasi simpan pinjam dengan kinerja yang sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh anggota. Indikator-indikator kepuasan anggota:

1. Kesesuaian harapan (Y.1) : Pelayanan jasa yang diberikan oleh koperasi simpan pinjam kepada anggota sudah sesuai dengan seperti apa yang diharapkan oleh anggota.
2. Minat berkunjung (Y.2) : Anggota merasa puas dengan pelayanan yang diberikan sehingga anggota memiliki keinginan untuk kembali menggunakan jasa dari koperasi simpan pinjam.
3. Kesiediaan merekomendasi (Y.3) : Konsumen bersedia merekomendasi kepada anggota lain karena merasa puas dengan menggunakan jasa dari koperasi simpan pinjam.

3.3 Lokasi Penelitian

Didaerah pedesaan sudah banyak koperasi simpan pinjam, oleh karena itu masyarakat banyak yang menggunakan jasa koperasi simpan pinjam karena dapat mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan dalam meminjam maupun menyimpan uang. Lokasi penelitian ini melibatkan satu dusun yang ada di kecamatan Kepohbaru kabupaten Bojonegoro, yaitu Dusun Simorejo, terdapat beberapa koperasi pada tempat penelitian ini yaitu Koperasi Mitra Bisnis

Keluarga, Koperasi Mitra Duafa, dan Koperasi Mekar. Karena pada daerah tersebut terdapat banyak masyarakat yang menggunakan jasa koperasi simpan pinjam sehingga akan mempermudah peneliti untuk melakukan penelitian.

3.4 Populasi Dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2011:80) yang dimaksud populasi adalah wilayah generalisasi yang meliputi obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang dipelajari oleh peneliti untuk menarik kesimpulan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh anggota koperasi yang menggunakan jasa koperasi simpan pinjam di wilayah Dusun Simorejo sebanyak 85 Anggota, yang dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3. 1 Jumlah Populasi

No.	Nama Koperasi	Jumlah Anggota
1.	Koperasi Mitra Bisnis Keluarga	28 Anggota
2.	Koperasi Mitra Duafa	22 Anggota
3.	Koperasi Mekar	35 Anggota
	Total	85 Anggota

Sumber: Data koperasi simpan pinjam

3.4.2 Sampel

Sugiyono (2011:81) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar maka peneliti tidak akan mempelajari semua yang ada dipopulasi itu. Apa yang dipelajari pada populasi tersebut kesimpulannya akan dapat digunakan untuk populasi. Menurut Arikunto (2012:104) jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% dari jumlah populasinya. Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya tidak lebih besar 100 orang responden, maka penulis mengambil 100% jumlah populasi yang ada di tiga Koperasi Simpan Pinjam yang ada di wilayah Dusun Simorejo yaitu sebanyak 85 orang responden. Dengan demikian dalam penelitian ini menggunakan seluruh populasi tanpa harus menarik sampel penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data dari penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data melalui survey dengan mencari keterangan yang diperlukan untuk mendukung hipotesa dilakukan dengan cara pengamatan ke lokasi penelitian dan menggunakan metode kuisisioner dengan memberikan pernyataan kepada responden. Menurut Widodo (2017:75) kuisisioner merupakan daftar pertanyaan yang dibuat oleh peneliti berdasarkan indikator – indikator dari variabel penelitian yang diberikan

kepada respondennya. Kuisisioner digunakan untuk mengukur sikap atau perilaku responden.

3.6 Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis statistik yang digunakan untuk menjawab permasalahan dan membuktikan hipotesis yang diajukan, yaitu melihat pengaruh nilai anggota, kualitas layanan, terhadap kepuasan anggota. Analisis ini dilakukan menggunakan bantuan *Software Statistic Program for Social Science* (SPSS). Menguji analisis data perlu dilakukan uji coba validitas dan reliabilitas, untuk mengetahui seberapa valid pertanyaan yang diajukan kepada responden dan untuk mengukur seberapa reliabel jawaban yang diberikan oleh responden.

1) Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau keasihan dari suatu instrument. Instrument dapat dikatakan valid apabila mampu mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Dalam penelitian ini untuk dapat mencapai validitas instrumen maka dapat dilakukan uji validitas secara internal. Apabila r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif, maka butir pernyataan atau indikator tersebut dikatakan valid. Sebaliknya apabila r

hitung lebih kecil dari r tabel pernyataan tersebut dikatakan tidak valid (Ghozali, 2011:228).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan bahwa pada suatu pengertian instrument yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang diinginkan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data serta mampu mengungkapkan informasi yang sebenarnya. Instrument yang reliable yaitu instrument yang apabila digunakan secara berulang – ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama dengan asumsi yang sama maka tidak terdapat perubahan psikologis pada responden. Slovin dalam Husein Umar (2008:77) Uji reliabilitas kuisisioner merupakan uji kekonsistensian alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. dalam uji reliabilitas ini menggunakan *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliable yaitu apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60 (Nunnally dalam Ghozali, 2011:48).

2) Uji Regresi Linear Berganda

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis statistik, dimana untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya. Variabel independen pada penelitian ini adalah nilai anggota dan kualitas layanan, sedangkan variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini adalah kepuasan anggota, untuk mengetahui

pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen, maka digunakan metode regresi linear berganda. Variabel linear berganda merupakan hubungan secara linear antara dua variabel atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) dengan variabel dependen (Y). Rumus persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksi)

X_1 dan X_2 = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

3) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah penelitian yang memiliki manfaat untuk mengetahui dari model regresi variabel ini memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan plot probabilitas normal atau normal probability plot, yang digunakan untuk menguji normalitas jika terjadi penyebaran data disekitar sumbu dasional dan mengikuti arah garis diagonal, maka dari itu regresi dapat memenuhi asumsi normalitas (Gazhali, 2018:163).

b. Uji Multikolonieritas

Menurut Gazhali (2018:108) Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi ditemukan adanya kolerasi antar

variabel independent jadi uji multikolonieritas ini digunakan untuk menguji apakah ditemukan korelasi atau tidaknya antar variabel independen. Model regresi yang baik tidak akan membentuk terjadinya korelasi antar variabel independen. Dapat dideteksi terdapat multikolonieritas dengan memperhatikan angka Variance Inflation Faktor (VIF) serta tolerance. Apabila nilai tolerance yang kurang dari ($>$) 0,10 maka terjadi multikolonieritas, dan apabila nilai tolerance lebih dari ($<$) 0,10 maka tidak terjadi multikolonieritas. Apabila nilai VIF di atas ($>$) 10, maka terjadi multikolonieritas, dan apabila nilai VIF dibawah ($<$) 10, maka tidak terjadi multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji regresi, apabila terdapat kesamaan jenis dari suatu residul dengan jumlah pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Apabila terdapat pola seperti titik yang teratur atau bergelombang, melebar dan menyempit maka telah terjadi pola heteroskedastisitas. Apabila terdapat pola yang sangat jelas, titik – titik menyebar dibawah maupun diatas 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4) Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis 1 dan 2 dengan Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh pada variabel independent terhadap variabel dependen, maka dilakukan

pengujian terhadap hipotesis yang dilakukan pengujian secara parsial menggunakan uji t. hasil dari uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh hubungan antara variabel independen menerangkan secara individu terhadap variabel dependen. Berikut tahapan dalam pengujian hipotesis 1 dan 2 yaitu:

1. Perumusan Hipotesis Penelitian :

H1 : terdapat pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y)

H0 : tidak terdapat pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y)

2. Kriteria pengambilan keputusan :

a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) (H0 ditolak dan H1 diterima).

b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) (H0 diterima dan H1 ditolak).

3. Mengambil kesimpulan dengan cara melihat nilai signifikansi sebagai berikut:

a. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

- b. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji Hipotesis 3 dengan Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu apakah variabel independen X_1, X_2, \dots, X_n benar benar berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen Y , untuk menguji apakah masing-masing variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen dengan menentukan penolakan atau penerimaan hipotesa. Berikut tahapan dalam pengujian hipotesis 3 yaitu:

1. Perumusan Hipotesis Penelitian :

- a. H_1 : Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen (X_1 & X_2) terhadap terhadap variabel dependen (Y)
- b. H_0 : tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen (X_1 & X_2) terhadap variabel dependen (Y)

2. Kriteria pengambilan keputusan :

- a. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya variabel independen (X_1 & X_2) memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y)

- b. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya variabel independen (X_1 & X_2) tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y)
- 3. Mengambil kesimpulan dengan cara melihat nilai signifikansi sebagai berikut.
 - a. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel independen (X_1 & X_2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y)
 - b. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel independen (X_1 & X_2) secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).
- c. **Uji Hipotesis 4 dengan Uji Koefisien Determinasi Parsial (r^2)**

Uji Koefisien determinasi parsial ini merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari setiap variabel independent terhadap variabel dependent. Koefisien ini merupakan nilai yang menyatakan besarnya pengaruh secara parsial, yaitu seberapa besar variabel dependent dipengaruhi oleh variabel independent masing – masing pada setiap variabel. Dari uji koefisien ini juga dapat ditemukan dari variabel independent yang berpengaruh secara dominan terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian

4.1.1 Koperasi Mitra Bisnis Keluarga

Koperasi Mitra Bisnis Keluarga (MBK) merupakan Perusahaan Modal Venture (PMV) yang diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Dengan menggunakan metodologi Grameen Bank, Koperasi Mitra Bisnis Keluarga ini menyediakan modal kerja yang ditujukan kepada perempuan dari keluarga yang berpendapatan rendah di pulau Jawa yang bertujuan memberikan mereka akses pelayanan keuangan formal. Mengurangi kerentanan serta meningkatkan penghasilan dan taraf hidup. Sejak memulai operasinya pada tahun 2003, Koperasi Mitra Bisnis Keluarga telah tercatat sebagai salah satu lembaga Grameen Bank terbesar di Indonesia. Koperasi Mitra Bisnis Keluarga berharap dapat memberikan kontribusi kepada tujuan pemerintah untuk memerangi kemiskinan dan memberdayakan perempuan.

4.1.1.1 Visi dan Misi Koperasi Mitra Bisnis Keluarga

1. Visi Koperasi Mitra Bisnis Keluarga

Memperbaiki kehidupan dari sebanyak mungkin keluarga berpendapatan rendah, khususnya mereka yang berada dalam segmen 25% bagian paling bawah dari penduduk menurut pendapatannya. MBK

berharap mengurangi kerentanan, memberi kehormatan dan kepercayaan diri mereka, serta memberdayakan perempuan.

2. Misi Koperasi Mitra Bisnis Keluarga

Untuk menyediakan modal kerja kepada sebanyak mungkin perempuan dari keluarga berpendapatan rendah di Indonesia yang belum *bankable*, khususnya mereka yang tinggal di desa-desa dan pinggiran kota kecil, secara adil, jujur, transparan, tepat waktu dan efisien. Dengan memberikan pembiayaan kepada perempuan yang belum memiliki usaha kecil, MBK berharap untuk menciptakan lapangan kerja baru.

4.1.2 Koperasi Mitra Duafa

Koperasi Mitra Duafa adalah koperasi simpan pinjam yang membantu perempuan berpenghasilan rendah dalam memenuhi modal usaha. Tidak adanya jaminan dalam bentuk apapun dan mudahnya proses pengajuan peminjaman menjadikan Koperasi Mitra Duafa ini sebagai pilihan para perempuan dalam peminjaman modal usaha. **Koperasi Mitra Duafa** juga selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan anggota. Salah satunya melalui inovasi produk yang sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan anggota. Selain melakukan simpan pinjam, sesuai dengan tujuan utama lembaga, **Koperasi Mitra Duafa** juga menyediakan pelayanan non-keuangan seperti pelatihan kesehatan, memotivasi pendidikan bagi anak anggota, dan pengelolaan keuangan keluarga. Semua jenis pelayanan berkualitas tersebut tentunya didukung oleh staf yang kompeten dan berintegritas tinggi.

4.1.2.1 Visi dan Misi Koperasi Mitra Duafa

1. Visi Koperasi Mitra Duafa

Menjadi lembaga keuangan mikro Koperasi simpan pinjam terkemuka yang mampu memberikan bantuan keuangan dan non keuangan secara efisien dan tepat waktu bagi perempuan berpendapatan rendah untuk mencapai kehidupan yang lebih baik berupa peningkatan pendapatan rumah tangga, serta peningkatan kesehatan dan pendidikan bagi anak-anak anggota.

2. Misi Koperasi Mitra Duafa

1. Memberikan bantuan keuangan berupa pelayanan simpan pinjam kepada anggota.
2. Menyediakan pelayanan non – keuangan berupa pelatihan kesehatan, memotivasi pendidikan bagi anak anggota, pengelolaan keuangan keluarga.
3. Memberikan pelayanan yang berkualitas kepada anggota melalui staf yang kompeten dan berintegritas tinggi.

4.1.3 Koperasi Mekar

Koperasi Mekar adalah layanan permodalan berbasis kelompok yang diperuntukkan bagi perempuan pelaku usaha mikro, baik yang ingin memulai usaha maupun yang mengembangkan usaha. Tugas pemberdayaan tersebut dilakukan melalui penyelenggaraan jasa pembiayaan dan jasa manajemen, sebagai bagian dari penerapan strategi pemerintah untuk memajukan UMKMK, khususnya merupakan kontribusi terhadap sektor

riil, guna menunjang pertumbuhan pengusaha-pengusaha baru yang mempunyai prospek usaha dan mampu menciptakan lapangan kerja.

4.1.3.1 Visi dan Misi Koperasi Mekar

1. Visi Koperasi Mekar

Menjadi lembaga pembiayaan terkemuka dalam meningkatkan nilai tambah secara berkelanjutan bagi Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Koperasi (UMKMK) yang berlandaskan prinsip-prinsip Good Corporate Governance (GCG) atau Tata Kelola Perusahaan yang Baik.

2. Misi Koperasi Mekar

1. Menjalankan berbagai upaya, yang terkait dengan operasional perusahaan, untuk meningkatkan kelayakan usaha dan kemampuan wirausaha para pelaku bisnis UMKMK.
2. Membantu pelaku UMKMK untuk mendapatkan dan kemudian meningkatkan akses pembiayaan UMKMK kepada lembaga keuangan baik bank maupun non-bank yang pada akhirnya akan meningkatkan kontribusi mereka dalam perluasan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.
3. Meningkatkan kreatifitas dan produktivitas karyawan untuk mencapai kinerja terbaik dalam usaha pengembangan sektor UMKMK.

4.2 Deskripsi Karakteristik Responden

Hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner untuk 85 responden yang telah diteliti dan memperoleh karakteristik responden yang berbeda-beda. Adapun karakteristik responden tersebut adalah sebagai berikut :

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Keanggotaan Koperasi

Sesuai dengan ukuran sampel telah ditentukan sebanyak 85 responden, maka data mengenai karakteristik responden berdasarkan keanggotaan koperasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 1. Karakteristik Reponden Berdasarkan

No	Nama Koperasi	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Koperasi Mitra Bisnis Keluarga	28 Anggota	32.9
2	Koperasi Mitra Duafa	22 Anggota	25.9
3	Koperasi mekar	35 Anggota	41.2
	Jumlah	85 Anggota	100%

Sumber: Data primer diolah Penulis (2022)

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa Koperasi Mitra Bisnis Keluarga beranggotakan 28 anggota dengan persentase 32,9. Pada Koperasi Mitra Duafa beranggotakan 22 anggota dengan persentase 25,9. Sedangkan Koperasi Mekar beranggotakan 35 anggota dengan persentase 41,2 .

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan sampel yang sudah ditentukan sebanyak 85 responden, maka data mengenai karakteristik responden berdasarkan usia disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	25 – 29	5	5.9
2.	30 – 40	15	17.6
3.	41 – 49	24	28.2
4.	50 – 59	41	48.2
	Jumlah	85	100%

Sumber: Data primer yang diolah Penulis (2022)

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa usia 25 – 29 berjumlah 5 anggota dengan persentase 5,9. Pada usia 30 – 40 berjumlah 15 anggota dengan persentase 17,6. Pada usia 41 – 49 berjumlah 24 anggota dengan persentase 28,2. Pada usia 50 – 59 berjumlah 41 anggota dengan persentase 48,2

4.3 Deskripsi Hasil Tanggapan Responden

Berdasarkan kuisioner yang sudah dibagikan oleh peneliti, maka terdapat deskripsi hasil dari tanggapan responden terhadap variabel nilai

anggota (X1), kualitas layanan (X2) dan variabel kepuasan anggota (Y), berikut deskripsi hasil tanggapan responden:

4.3.1 Tanggapan Responden terhadap Variabel Nilai Anggota (X1)

Hasil yang diperoleh dari tanggapan responden berdasarkan kuisioner yang sudah dibagikan, maka terdapat deskripsi tanggapan dari responden pada variabel nilai anggota seperti terlihat pada tabel 4.3

Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Terhadap Nilai Anggota

No .	Indikator	Pernyataan	Jawaban Responden					Mean	Kategori
			SS	S	KS	T	ST		
			5	4	3	2	1		
1	X1.1	Penilaian besarnya pinjaman dibanding suku bunga	44	41	0	0	0	4.52	Sangat Setuju
2	X1.2	Kemanfaatan produk simpan pinjam dengan uang yang sudah dikelauakan anggota	36	47	2	0	0	4.4	Setuju
3	X1.3	Membandingkan produk simpan pinjam dan suku bunga koperasi dengan yang lain	36	44	5	0	0	4.36	Setuju
Rata – Rata								4.42	

Sumber: Data primer yang diolah penulis (2022)

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban atas pernyataan yang diberikan kepada responden secara keseluruhan pada variabel nilai anggota dipersepsikan sudah baik, dilihat dari besarnya nilai rata – rata pada variabel nilai anggota yaitu 4,42. Pada variabel nilai anggota ini seluruh indikator memiliki skor yang tinggi sehingga termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa setiap koperasi simpan pinjam yang diteliti sudah memberikan kualitas dan manfaat sesuai dengan yang diinginkan oleh anggota.

4.3.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Layanan (X2)

Hasil yang diperoleh dari tanggapan responden berdasarkan kuisioner yang sudah dibagikan, maka terdapat deskripsi tanggapan dari responden pada variabel kualitas layanan yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Layanan

No.	Indikator	Pernyataan	Jawaban Responden					Mean	Kategori
			SS	S	KS	TS	STS		
			5	4	3	2	1		
1	X2.1	Bukti fisik	31	45	7	2	0	4.24	Setuju
2	X2.2	Keandalan	17	44	19	4	1	3.85	Setuju
3	X2.3	Daya tanggap	57	28	0	0	0	4.67	Sangat Setuju
4	X2.4	Jaminan	53	32	0	0	0	4.62	Sangat Setuju
5	X2.5	Empati	46	38	1	0	0	4.53	Sangat Setuju
Rata – Rata								4.38	

Sumber: Data primer yang diolah penulis (2022)

Dilihat dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban atas pernyataan yang diberikan kepada reponden secara keseluruhan pada variabel kualitas layanan dipersepsikan sudah baik, dilihat dari besarnya niali rata – rata pada variabel kualitas layanan yaitu 4,38. Pada variabel kualitas layanan ini seluruh indikator memiliki skor yang tinggi sehingga termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa setiap karyawan koperasi simpan pinjam memberikan layanan yang baik yang sudah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh anggota.

4.3.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Anggota (Y)

Hasil yang diperoleh dari tanggapan responden berdasarkan kuisioner yang sudah dibagikan, maka terdapat deskripsi tanggapan dari responden pada variabel nilai anggota yaitu sebagai berikut

Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Anggota

No.	Indikator	Pernyataan	Jawaban Responden					Mean	Kategori
			SS	S	KS	TS	STS		
			5	4	3	2	1		
1	Y1.1	Kesesuaian harapan	48	34	3	0	0	4.53	Sangat Setuju
2	Y1.2	Minat Berkunjung	32	44	8	1	0	4.26	Setuju
3	Y1.3	Kesediaan merekomendasi	30	46	8	1	0	4.24	Setuju
Rata – Rata								4.34	

Sumber: Data primer yang diolah penulis (2022)

Dilihat dari tabel diatas menunjukkan bahwa jawaban atas pernyataan yang diberikan kepada reponden secara keseluruhan pada variabel kepuasan anggota dipersepsikan sudah baik, dilihat dari besarnya

niali rata – rata pada variabel nilai anggota yaitu 4,34 Pada variabel kepuasan anggota ini seluruh indikator memiliki skor yang tinggi sehingga termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah sudah merasa puas dalam menggunakan jasa dari setiap koperasi simpan pinjam.

4.4 Hasil Analisis dan Uji Hipotesis

4.4.1 Uji Instrumen

4.4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau keasihan dari suatu instrument. Instrument dapat dikatakan valid apabila mampu mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Dalam penelitian ini untuk dapat mencapai validitas intstrumen, maka dilakukan uji validitas dengan mengkorelasikan skor butir dengan total skor dengan korelasi pearson product moment. Apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai positif, maka butir pernyataan atau indikator tersebut dikatakan valid. Sebaliknya apabila r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} pernyataan tersebut dikatakan tidak valid (Ghozali, 2011:228).

Uji validitas ini merupakan uji yang digunakan untuk menguji valid atau tidaknya kuisisioner. Valid tidaknya kuisisioner yang digunakan yaitu apabila pertanyaan pada dikuisisioner mampu untuk

mengungkapkan sesuatu yang akan diukur menggunakan kuisioner.

Berikut adalah hasil uji validitas yang sudah peneliti uji.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas dengan Pearson Product Moment

No.	Variabel		r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Nilai Anggota	X1.1	0, 853	0,2133	Valid
		X1.2	0, 857		Valid
		X1.3	0, 818		Valid
2.	Kualitas Layanan	X2.1	0, 697		Valid
		X2.2	0, 715		Valid
		X2.3	0, 639		Valid
		X2.4	0, 707		Valid
		X2.5	0, 775		Valid
3.	Kepuasan Anggota	Y1	0,785		Valid
		Y2	0, 753	Valid	
		Y3	0, 727	Valid	

Sumber: Hasil olah data oleh SPSS v25 (2021)

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa semua indikator dari nilai anggota, kualitas layanan, dan kepuasan anggota memiliki nilai r hitung > r tabel yaitu 0,2133. Berdasarkan hasil uji validitas dari variabel nilai anggota dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

4.4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang diinginkan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data serta mampu mengungkapkan informasi yang sebenarnya.

Instrument yang reliable yaitu instrument yang apabila digunakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama dengan asumsi yang sama maka tidak terdapat perubahan psikologis pada responden. Berikut dijelaskan hasil uji reliabilitas terhadap variabel, sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Minimal	Keterangan
1	Nilai Anggota	0,803	0.60	Reliabel
2	Kualitas Layanan	0,842		Reliabel
3	Kepuasan Anggota	0,774		Reliabel

Sumber: Hasil olah data oleh SPSS v25 (2021)

Berdasarkan tabel uji reliabilitas pada variabel nilai anggota diketahui bahwa hasil dari Cronbach Alpha 0,803, maka variabel nilai anggota ini dinyatakan reliable karena hasil dari Cronbach Alpha > 0.60, sehingga pernyataan ini memiliki tingkat keandalan yang baik dan dapat digunakan dalam penelitian.

Pada tabel penelitian diatas yang telah dilakukan uji reliabilitas terhadap variabel kualitas layanan diketahui bahwa hasil dari Cronbach Alpha > 0.60. Hasil dari Cronbach Alpha yaitu 0,842,

sehingga variabel kualitas layanan dapat dinyatakan reliabel, maka pernyataan ini dapat memberikan informasi yang konsisten, sehingga pernyataan ini dapat digunakan dalam penelitian.

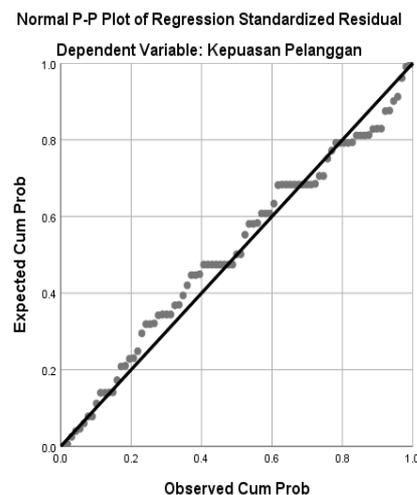
Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada variabel kepuasan anggota yang terdapat pada tabel di atas diperoleh hasil dari Cronbach Alpha 0,774, maka hasil dari Cronbach Alpha $>0,60$, sehingga data tersebut dapat dikatakan reliabel atau memenuhi syarat.

4.4.2 Uji Asumsi Klasik

4.4.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ini digunakan untuk mengetahui dari model regresi variabel ini memiliki distribusi normal atau tidak. Pada pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan plot probabilitas normal atau normal probability plot. Berikut akan dijelaskan dari hasil uji normalitas yaitu:

Gambar 4. 1 Grafik Normalitas



Sumber : Diolah oleh penulis (2022)

Berdasarkan pada gambar di atas maka dapat dilihat bahwa titik – titik normal probability plot regresi menyebar disekitar garis diagonal. Maka hasil dari uji normalitas yang terdapat pada gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan pada penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas.

4.4.2.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas ini dapat digunakan untuk menguji regresi dalam korelasi variabel independen, untuk model regresi yang baik maka tidak akan terjadi korelasi antar variabel. Untuk menunjukkan ada tidaknya multikolonieritas yaitu dengan melihat nilai tolerance dan nilai variance inflation factor (VIF). Apabila nilai tolerance yang kurang dari ($>$) 0,10 maka terjadi multikolonieritas, dan apabila nilai tolerance lebih dari ($<$) 0,10 maka tidak terjadi multikolonieritas.

Apabila nilai VIF di diatas ($>$) 10, maka terjadi multikolonieritas, dan apabila nilai VIF dibawah ($<$) 10, maka tidak terjadi multikolonieritas. Untuk hasil analisis uji multikolonieritas akan dijelaskan yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Uji Multikolonieritas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.351	1.252		1.877	.064		
	Nilai Anggota	.217	.116	.207	1.872	.065	.522	1.916

	Kualitas Layanan	.356	.074	.530	4.782	.000	.522	1.916
a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota								

Sumber : Data Output SPSS

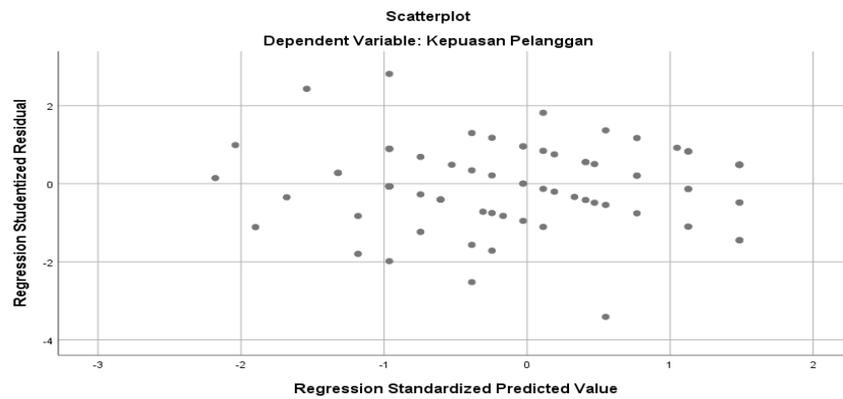
Uji multikolinieritas dapat dilihat berdasarkan pada tabel di atas diketahui bahwa hasil dari nilai tolerance kedua variabel yaitu 0,522 yang lebih besar dari 0,10 maka tidak terjadi multikolinieritas pada variabel independen, sedangkan hasil dari nilai VIF kedua variabel tersebut adalah 1,916 nilai VIF dibawah ($<$) 10, maka tidak terjadi multikolinieritas pada variabel independent, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi korelasi yang kuat antar variabel independen, sehingga model regresi ini masih dapat ditoleransi.

4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji regresi, apabila terdapat kesamaan jenis dari suatu residul dengan jumlah pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Apabila terdapat pola seperti titik yang teratur atau bergelombang, melebar dan menyempit maka telah terjadi pola heteroskedastisitas. Apabila terdapat pola yang sangat jelas, titik – titik menyebar dibawah maupun diatas 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil dari uji heteroskedastisitas akan dijelaskan seperti pada gambar 4.2, dimana dapat dilihat bahwa titik – titik pada gambar tersebut membentuk pola tertentu, artinya hasil dari dilakukan uji heteroskedastisitas berdasarkan gambar di atas maka tidak terjadi

heteroskedastisitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas pada model nilai anggota (X1), kualitas layanan (X2) dan (Y) dalam penelitian ini.

Gambar 4. 2 Grafik Heteroskedastisitas



Sumber : Data Output SPSS

4.4.3 Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda ini digunakan untuk mengetahui antara variabel independen yang lebih dari satu variabel berpengaruh terhadap variabel dependen. Berikut akan dijelaskan hasil dari uji analisis regresi linear berganda, yaitu:

Tabel 4. 9 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.351	1.252		1.877	.064
	Nilai Anggota	.217	.116	.207	1.872	.065
	Kualitas Layanan	.356	.074	.530	4.782	.000

Sumber : Data Output SPSS

Pada tabel diatas diperoleh persamaan analisis regresi linear berganda yaitu, sebagai berikut :

$$Y = 2,351 + 0,217 X1 + 0,356 X2$$

Dimana:

Y = Kepuasan Anggota

X1 = Nilai Anggota

X2 = Kualitas Layanan

Dari hasil analisis di atas maka diperoleh nilai constanta Y adalah 2,531, artinya apabila variabel nilai anggota dan kualitas layanan bernilai 0 (nol), maka variabel kepuasan anggota bernilai 2,531. Atau apabila tidak ada pengaruh dari varabel – variabel independent nilai anggota dan kualitas layanan maka kepuasan anggota mengalami perubahan.

1. Koefisien Nilai Anggota 0,217

Apabila kepuasan anggota mengalami kenaikan sebesar satu poin, sedangkan kualitas layanan tidak mengalami kenaikan, maka akan menyebabkan kenaikan pada kepuasan anggota sebesar 0,217.

2. Koefisien Kualitas Layanan 0,356

Apabila kualitas layanan mengalami kenaikan sebesar satu poin, sedangkan nilai anggota tidak mengalami kenaikan, maka akan menyebabkan kenaikan pada kepuasan anggota sebesar 0,356.

4.4.4 Uji Hipotesis

4.4.4.1 Uji Hipotesis 1 dan 2 dengan Uji t

Uji t ini dapat digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependen. Maka dari itu dapat dilakukan pengujian terhadap hipotesa secara parsial dengan uji t. Hasil dari uji t akan dijelaskan yaitu, sebagai berikut:

Tabel 4. 10 Uji t Nilai Anggota

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.351	1.252		1.877	.064
	Nilai Anggota	.217	.116	.207	1.872	.065

Sumber : Data Output SPPSS

Berdasarkan dari tabel diatas hasil pada variabel nilai anggota yang memiliki t hitung $1,872 < t$ tabel $1,989$, artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak, maka tidak terdapat pengaruh antara variabel nilai anggota dengan variabel kepuasan anggota. Hasil dari nilai signifikan $0,65 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dari pengujian hipotesa secara parsial dengan uji t dapat disimpulkan bahwa variabel nilai anggota tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan anggota.

Tabel 4. 11 Uji t Kualitas Layanan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.351	1.252		1.877	.064
	Kualitas Layanan	.356	.074	.530	4.782	.000

Sumber : Data Output SPSS

Berdasarkan dari tabel diatas hasil pada variabel kualitas layanan yang memiliki t hitung $4,782 > t$ tabel $1,989$, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, maka terdapat pengaruh antara variabel nilai anggota dengan variabel kepuasan anggota. Hasil dari nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari pengujian hipotesa secara parsial dengan uji t dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan anggota.

4.4.4.2 Uji Hipotesis 3 dengan Uji F

Uji Hipotesis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah variabel independen benar – benar berpengaruh terhadap variabel dependen secara bersama – sama. Berikut adalah hasil dari uji f yang dilakukan oleh peneliti:

Tabel 4. 12 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	82.658	2	41.329	37.122	.000 ^b
	Residual	91.294	82	1.113		
	Total	173.953	84			
a. Dependent Variable: Kepuasan anggota						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Nilai Anggota						

Sumber : Data Output SPSS

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil dari uji F yaitu diperoleh F hitung 37,122 > F tabel 3,10, artinya H0 ditolak dan Ha diterima maka terdapat pengaruh antara variabel nilai anggota dan kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan anggota. Hasil dari nilai signifikan 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Dari pengujian hipotesa secara simultan dengan uji F dapat disimpulkan bahwa variabel nilai anggota dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap variabel kepuasan anggota.

4.4.4.2 Uji Hipotesa 4 dengan Uji Koefisien Determinasi Parsial (r^2)

Dalam uji koefisien determinasi parsial (r^2) ini dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen, dan dengan uji koefisien determinasi parsial juga dapat digunakan untuk mengetahui dari variabel independen yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel dependen. Berikut akan dijelaskan hasil dari uji korelasi determinasi, yaitu:

Tabel 4. 13 Uji Koefisien Determinasi Parsial (r^2)

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	2.351	1.252		1.877	.064			
	Nilai Anggota	.217	.116	.207	1.872	.065	.573	.202	.150
	Kualitas Layanan	.356	.074	.530	4.782	.000	.673	.467	.383

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Sumber : Data Output SPSS

Nilai parsial (r) untuk variabel nilai anggota yaitu 0,202, sedangkan untuk memperoleh nilai koefisien determinasi parsial (r^2) dilakukan perhitungan dengan mengkuadratkan nilai r yaitu $(0,202)^2$, sehingga diperoleh nilai sebesar 0,040. Maka dapat diketahui bahwa kepuasan anggota dapat dipengaruhi oleh variabel nilai anggota. Nilai parsial (r) untuk variabel kualitas layanan adalah 0,467, sehingga untuk memperoleh nilai koefisien determinasi parsial (r^2) dilakukan perhitungan dengan mengkuadratkan nilai r yaitu $(0,467)^2$ sehingga diperoleh nilai sebesar 0,218, maka dapat diketahui bahwa besar pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan anggota sebesar 21,8%.

4.5 Pembahasan

Dari hasil penelitian ini akan dilakukan pembahasan yaitu dengan menjelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Berikut penjelasan dari hasil penelitian yang sudah diperoleh:

4.5.1 Pengaruh Nilai Anggota Terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat dikatakan bahwa variabel nilai anggota tidak mempengaruhi variabel kepuasan anggota dengan nilai t hitung untuk variabel nilai anggota $1,872 < t$ tabel $1,989$ dengan tingkat signifikansi $0,65 > 0,05$. Artinya dapat disimpulkan bahwa **Hipotesis pertama ditolak** yang berarti variabel nilai anggota tidak berpengaruh kepuasan anggota.

Hasil penelitian ini tidak mendukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Diah Rusminingsih (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai anggota Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Mandiri Cabang Malang.”, hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa nilai anggota berpengaruh secara positif terhadap kepuasan nasabah

4.5.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan hasil penelitian dapat dikatakan bahwa variabel kualitas layanan mempengaruhi variabel kepuasan anggota dengan nilai t hitung untuk variabel Kualitas layanan $4,782 > t$ tabel $1,989$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya dapat disimpulkan bahwa

Hipotesis kedua diterima yang berarti variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota.

Berdasarkan landasan teori yang telah dikemukakan dapat diketahui bahwa dalam menjalin hubungan yang kuat dengan anggota dibutuhkan kualitas layanan yang berkualitas. Kualitas layanan terhadap anggota yang memegang dengan erat suatu ingatan anggota terhadap suatu barang dan jasa yang diberikan oleh koperasi. Konsumen yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan akan menguntungkan bagi perusahaan. Oleh karena itu, menciptakan layanan yang kualitas adalah tujuan utama bagi perusahaan. Hal ini juga sesuai dengan pendapat Thyophoida & Natanael (2016: 39) yang menyatakan bahwa variabel bukti fisik (tangible), keandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (emphaty) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota dalam penggunaan jasa pada koperasi simpan pinjam.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Berlian Nisazizah dan Budi Sudaryanto (2018) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Loyalitas Nasabah. (Studi Pada Nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Semarang dan Kantor Cabang Pembantu UNISULA)”, hasil penelitian ini meunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan anggota.

4.5.3 Pengaruh Nilai Anggota Dan Kualitas Layanan Secara Simultan

Terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa variabel nilai anggota dan kualitas layanan mempengaruhi variabel kepuasan anggota dengan nilai F hitung $37,122 > F$ tabel $3,10$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya dapat disimpulkan bahwa **Hipotesis ketiga diterima** yang berarti variabel nilai anggota dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan anggota.

Dilihat dari hasil penelitian yang sudah dijelaskan tersebut menunjukkan bahwa nilai anggota dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan anggota. Nilai anggota merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota dengan peningkatan nilai anggota melalui kualitas produk maupun jasa, dan manfaat produk perlu diutamakan agar dapat memuaskan anggota. Kualitas layanan juga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota melalui bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati kualitas layanan harus lebih ditingkatkan lagi agar dapat mempengaruhi kepuasan anggota.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa nilai anggota dan kualitas layanan yang diberikan oleh koperasi simpan pinjam telah mampu menjaga dan meningkatkan kepuasan yang dirasakan anggota. Dapat disimpulkan bahwa setiap kebijakan yang dilakukan dengan meningkatkan nilai anggota dan kualitas layanan yang diberikan secara positif memberikan dampak pada kepuasan anggota, begitu juga

sebaliknya apabila terjadi penurunan pada nilai anggota dan kualitas layanan akan memberikan dampak pada penurunan kepuasan anggota.

4.5.4 Kualitas Layanan Mempunyai Pengaruh Yang Dominan Terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa variabel kualitas layanan mempengaruhi variabel kepuasan anggota dibandingkan dengan variabel nilai anggota. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai koefisien determinasi parsial (r^2) dari variabel kualitas layanan yaitu $(0,467)^2$ yaitu 0,218 atau 21,8% lebih besar daripada variabel nilai anggota. Artinya dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara dominan terhadap kepuasan anggota.

Pada variabel kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati sehingga memberikan pengaruh yang dominan terhadap kepuasan anggota. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa kualitas layanan yang diberikan koperasi simpan pinjam telah mampu menjaga dan meningkatkan nilai yang diberikan anggota kepada perusahaan, dapat disimpulkan bahwa setiap kebijakan yang dilakukan dengan meningkatkan kualitas layanan kepada anggota koperasi simpan pinjam akan memberikan dampak pada peningkatan kepuasan anggota, begitu juga sebaliknya bahwa terjadinya penurunan kualitas layanan akan memberikan dampak pada penurunan kepuasan anggota.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka terdapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian di atas dapat dikatakan bahwa variabel nilai anggota tidak mempengaruhi variabel kepuasan anggot dengan nilai t hitung untuk variabel nilai anggota $1,872 < t$ tabel $1,989$ dengan tingkat signifikansi $0,65 > 0,05$. Artinya dapat disimpulkan bahwa **Hipotesis pertama ditolak** yang berarti variabel nilai anggota tidak berpengaruh kepuasan anggota.
2. Hasil penelitian dapat dikatakan bahwa variabel kualitas layanan mempengaruhi variabel kepuasan anggota dengan nilai t hitung untuk variabel Kualitas layanan $4,782 > t$ tabel $1,989$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya dapat disimpulkan bahwa **Hipotesis kedua diterima** yang berarti variabel kualias layanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota.
3. Hasil penelitian dapat dikatakan bahwa variabel nilai anggota dan kualitas layanan mempengaruhi variabel kepuasan anggota dengan nilai F hitung $37,122 > F$ tabel $3,10$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya dapat disimpulkan bahwa **Hipotesis ketiga diterima** yang berarti variabel nilai anggota dan kualias layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan anggota.

4. Hasil penelitian dapat dikatakan bahwa variabel kualitas layanan mempengaruhi variabel kepuasan anggota dibandingkan dengan variabel nilai anggota. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai koefisien determinasi parsial (r^2) dari variabel kualitas layanan yaitu 0,040, sedangkan hasil nilai koefisien determinasi parsial (r^2) dari variabel nilai anggota yaitu 0,218. Artinya dapat disimpulkan bahwa **Hipotesis keempat diterima** yang berarti kualitas layanan berpengaruh secara dominan terhadap kepuasan anggota.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka terdapat saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan pihak Koperasi Simpan Pinjam Mitra Bisnis Keluarga, Koperasi Mitra Duafa, dan Koperasi Mekar dapat mempertahankan serta meningkatkan kualitas layanan dan juga lebih meningkatkan nilai anggota agar dapat mempertahankan kepuasan anggota.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dari penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan acuan pada penelitian selanjutnya. Serta dapat mengembangkan penelitian ini dengan cara menggali lebih dalam penelitian pengaruh nilai anggota dan kualitas layanan terhadap kepuasan anggota.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Update PLS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga belas Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2012. *Prinsip – prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Laksana, Fajar, 2008, *Manajemen Pemasaran*. Pendekatan Praktis, Edisi Pertama, Penerbit Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lampiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Berbasis Kompetensi Edisi 3. Jakarta : Salemba Empat.
- Paliliati, Alida. 2007. *Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 9, No. 1, pp. 73-81, Maret 2007.
- Rudianto. 2006. *Akuntansi Koperasi*, Jakarta : Grafindo.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Cetakan Ketiga Belas, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Thamrin, Sylvia Denada, 2003. *Studi Mengenai Proses Adopsi Konsumen Pasca Masa Tayang Iklan Produk “Xon-Ce” di Cabang Malang*, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. Vol II, No 2, September 2003.

- Thyophoida dan Natanael. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Carrefour di ITC Mega Grosir Cabang Malang*. Jurnal Bisnis Perspektif (bip's), Vol. 1, No. 2, Juli 2016.
- Tjiptono, F. 2002. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein. 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Widodo. 2017. *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Zeithami, A, V.A. Parasuraman and L.L Berry, 1988, "A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Consumer Perceptions of Service Quality," Journal of Retailing, vol.64,p.12-40.
- Zeithami, Valarie A., A. Parasuraman, and Berry L. Leonard, 2000, *Delivering Quality Service : Balancing Customer Perception and Expectation*, New York.

LAMPIRAN

1. KUISIONER

KUISIONER

Pengaruh Nilai Anggota dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Koperasi Simpan Pinjam Di Wilayah Dusun Simorejo Kepohbaru Bojonegoro

Nama :

Alamat :

Keanggotaan :

Usia :

Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (√)

pada salah satu jawaban yang anda anggap paling tepat.

NO.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
Nilai Anggota						
1.	Besarnya pinjaman yang diberikan koperasi sudah sesuai dengan tingkat suku bunga yang sudah diberikan kepada anggotanya.					
2.	Kemanfaaan produk simpan pinjam yang diberikan koperasi sesuai dengan besarnya uang yang sudah dikeluarkan anggota ketika menggunakan produk simpan pinjam tersebut.					

3.	Produk simpan pinjam dan tingkat suku bunga yang ditetapkan koperasi apakah lebih unggul dibandingkan dengan koperasi simpan pinjam yang lainnya.					
Kualitas Layanan						
4.	Penampilan dan kelengkapan fasilitas dikantor pada koperasi simpan pinjam , tempat atau lokasi koperasi yang mudah dijangkau oleh anggota.					
5.	Kemampuan karyawan dalam memberikan layanan yang sesuai dengan apa yang dijanjikan, karyawan dapat diandalkan dalam memberikan layanan kepada anggota.					
6.	Ketanggapan karyawan dalam melayani anggota koperasi, memberikan pelayanan dengan cepat tepat kepada anggota, kemampuan karyawan dalam memberikan informasi cukup jelas kepada anggota.					
7.	Pengetahuan karyawan terhadap perusahaan, keramahan karyawan ketika memberikan pelayanan kepada anggota, kemampuan karyawan untuk menciptakan kepercayaan anggota dalam menggunakan jasa yang					

	diberikan.					
8.	Kepedulian dan perhatian karyawan yang diberikan kepada anggota, melayani tanpa membedakan antar anggota.					
Kepuasan Anggota						
9.	Pelayanan jasa yang diberikan oleh koperasi simpan pinjam kepada anggota sudah sesuai dengan seperti apa yang diharapkan oleh anggota.					
10.	Anggota merasa puas dengan pelayanan yang diberikan sehingga anggota memiliki keinginan untuk kembali menggunakan jasa dari koperasi simpan pinjam.					
11.	Anggota bersedia merekomendasi kepada anggota lain karena merasa puas dengan menggunakan jasa dari koperasi simpan pinjam.					

2. TABULASI DATA HASIL PENELITIAN

Tabulasi Data Hasil Penelitian Variabel Nilai Anggota

No.	Nilai Anggota (X1)			
	X1.1	X1.2	X1.3	Total X1
1	5	4	4	13
2	4	4	4	12
3	5	5	4	14
4	5	5	5	15

5	5	5	5	15
6	5	5	4	14
7	4	4	4	12
8	4	4	4	12
9	4	4	4	12
10	5	4	4	13
11	5	4	4	13
12	4	4	4	12
13	5	5	5	15
14	5	5	5	15
15	4	4	4	12
16	4	4	3	11
17	5	4	4	13
18	4	4	4	12
19	4	4	4	12
20	4	4	4	12
21	5	5	5	15
22	5	5	5	15
23	4	4	4	12
24	5	4	4	13
25	5	5	5	15
26	5	5	3	13
27	5	5	5	15
28	5	5	5	15
29	5	5	5	15
30	4	4	4	12
31	4	4	3	11
32	5	5	5	15
33	4	5	5	14
34	4	4	4	12
35	5	4	5	14
36	5	5	5	15
37	4	4	4	12
38	5	5	5	15
39	4	4	4	12
40	5	5	5	15
41	5	5	3	13
42	4	4	4	12
43	5	5	5	15
44	4	4	4	12
45	4	4	4	12

46	4	4	4	12
47	5	4	4	13
48	5	5	5	15
49	4	4	4	12
50	5	5	4	14
51	5	5	5	15
52	5	3	5	13
53	5	5	5	15
54	5	5	4	14
55	4	4	4	12
56	4	4	5	13
57	4	4	4	12
58	5	4	4	13
59	4	4	4	12
60	4	4	4	12
61	5	5	5	15
62	5	5	5	15
63	4	4	4	12
64	4	4	4	12
65	4	4	5	13
66	5	5	5	15
67	4	5	4	13
68	5	5	5	15
69	4	4	5	13
70	5	4	5	14
71	4	3	4	11
72	4	4	5	13
73	5	5	5	15
74	4	4	4	12
75	4	4	4	12
76	5	5	5	15
77	4	4	4	12
78	5	5	5	15
79	5	5	5	15
80	4	4	3	11
81	4	4	4	12
82	4	4	4	12
83	5	5	5	15
84	5	5	5	15
85	4	4	4	12

Tabulasi Data Hasil Penelitian Variabel Kualitas Layanan (X2)

No.	Kualitas Layanan (X2)					Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	2	2	4	4	4	16
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	5	4	4	21
4	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	5	25
6	4	3	5	5	5	22
7	4	4	5	5	5	23
8	4	4	4	4	4	20
9	4	3	4	4	4	19
10	4	3	5	5	5	22
11	4	4	4	4	4	20
12	5	3	4	4	4	20
13	5	5	5	5	5	25
14	4	4	5	5	4	22
15	4	4	4	4	4	20
16	4	3	4	4	4	19
17	5	3	5	4	4	21
18	5	4	4	5	4	22
19	4	4	5	4	4	21
20	4	3	4	4	4	19
21	4	4	4	4	4	20
22	5	5	5	5	5	25
23	4	4	4	4	4	20
24	4	4	5	5	4	22
25	5	3	5	5	5	23
26	5	5	5	5	5	25
27	5	5	5	5	5	25
28	4	4	5	5	4	22
29	5	4	5	5	5	24
30	4	2	5	5	4	20
31	4	3	4	4	3	18
32	4	5	5	5	5	24
33	5	4	4	4	5	22
34	5	4	5	5	5	24
35	5	3	5	5	5	23
36	5	5	5	5	5	25

37	5	4	5	5	5	24
38	5	5	5	5	5	25
39	4	5	4	4	5	22
40	5	4	5	5	5	24
41	3	3	5	5	5	21
42	4	4	4	4	4	20
43	5	4	5	5	5	24
44	4	4	5	5	5	23
45	3	4	5	5	5	22
46	4	4	5	5	4	22
47	3	4	5	5	5	22
48	5	5	5	5	5	25
49	3	3	4	5	5	20
50	4	4	5	5	5	23
51	4	3	5	5	5	22
52	4	3	5	5	5	22
53	5	5	5	5	5	25
54	4	5	4	5	5	23
55	4	4	4	4	4	20
56	4	4	5	4	4	21
57	4	4	5	5	5	23
58	4	5	5	4	5	23
59	4	1	4	4	4	17
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	5	5	5	23
62	5	5	5	5	5	25
63	5	3	4	4	5	21
64	4	4	5	4	4	21
65	3	4	5	4	4	20
66	5	4	5	5	5	24
67	4	4	5	5	4	22
68	5	4	5	5	5	24
69	4	2	5	5	5	21
70	4	2	5	5	4	20
71	4	4	4	4	4	20
72	4	4	4	4	4	20
73	5	4	5	5	4	23
74	3	3	4	4	4	18
75	2	3	5	5	4	19
76	5	4	5	5	5	24
77	4	4	4	4	4	20

78	5	4	5	5	5	24
79	5	5	5	5	5	25
80	4	3	5	4	4	20
81	3	3	5	5	4	20
82	4	4	4	4	4	20
83	4	4	5	5	5	23
84	5	5	5	5	5	25
85	5	4	4	5	5	23

Tabulasi Data Hasil Penelitian Variabel Kepuasan Anggota (Y)

No.	Kepuasan Anggota (Y)			
	Y1	Y2	Y3	Total Y
1	4	2	5	11
2	4	4	4	12
3	4	4	4	12
4	5	5	5	15
5	5	5	5	15
6	5	4	4	13
7	5	4	5	14
8	4	4	4	12
9	4	4	4	12
10	5	4	4	13
11	5	4	4	13
12	4	4	4	12
13	5	5	5	15
14	5	5	4	14
15	4	4	4	12
16	5	5	4	14
17	4	4	3	11
18	4	4	3	11
19	4	4	4	12
20	4	4	4	12
21	4	4	4	12
22	5	4	5	14
23	4	4	2	10
24	5	4	5	14
25	5	4	5	14

26	5	5	5	15
27	5	5	5	15
28	5	3	5	13
29	5	5	5	15
30	4	4	4	12
31	3	3	4	10
32	5	5	4	14
33	5	5	4	14
34	5	5	4	14
35	5	4	4	13
36	5	5	4	14
37	5	4	4	13
38	5	4	4	13
39	5	5	4	14
40	5	5	5	15
41	4	3	3	10
42	4	4	4	12
43	5	4	4	13
44	4	4	5	13
45	5	5	3	13
46	4	4	4	12
47	4	4	4	12
48	5	5	5	15
49	4	5	4	13
50	4	3	3	10
51	5	5	4	14
52	4	5	5	14
53	5	5	5	15
54	5	5	5	15
55	5	5	5	15
56	5	4	4	13
57	4	4	4	12
58	4	4	5	13
59	4	4	4	12
60	4	4	4	12
61	5	5	4	14
62	5	5	5	15
63	5	3	4	12
64	4	4	4	12
65	4	3	4	11
66	5	5	5	15

67	5	4	4	13
68	5	5	5	15
69	5	4	5	14
70	5	4	4	13
71	4	4	3	11
72	4	4	4	12
73	4	4	5	13
74	3	4	4	11
75	4	4	4	12
76	5	5	4	14
77	4	4	5	13
78	5	5	3	13
79	4	5	4	13
80	3	4	3	10
81	5	3	5	13
82	5	3	4	12
83	5	5	5	15
84	5	5	5	15
85	5	5	5	15

3. HASIL PENELITIAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

Frequency Table

Nama Koperasi					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Koperasi Mitra Bisnis Keluarga	28	32.9	32.9	32.9
	Koperasi Mitra Duafa	22	25.9	25.9	58.8
	Koperasi mekar	35	41.2	41.2	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	25 – 29	5	5.9	5.9	5.9
	30 – 40	15	17.6	17.6	23.5
	41 – 49	24	28.2	28.2	51.8
	50 – 59	41	48.2	48.2	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

4. HASIL PENELITIAN DISTRIBUSI FREKUENSI VARIABEL

Frequencies

Statistics														
		Nama Koperasi	Usia	X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Y1	Y2	Y3
N	Valid	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		2.08	3.19	4.52	4.40	4.36	4.24	3.85	4.67	4.62	4.53	4.53	4.26	4.24
Std. Error of Mean		.094	.101	.055	.058	.064	.076	.091	.051	.053	.057	.062	.073	.072
Median		2.00	3.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00
Mode		3	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
Std. Deviation		.862	.932	.503	.539	.595	.701	.838	.473	.487	.525	.569	.675	.666
Variance		.743	.869	.253	.290	.354	.492	.703	.224	.238	.276	.324	.456	.444
Range		2	3	1	2	2	3	4	1	1	2	2	3	3
Minimum		1	1	4	3	3	2	1	4	4	3	3	2	2
Maximum		3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Sum		177	271	384	374	371	360	327	397	393	385	385	362	360

Frequency Table

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	41	48.2	48.2	48.2
	Sangat Setuju	44	51.8	51.8	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	2	2.4	2.4	2.4
	Setuju	47	55.3	55.3	57.6
	Sangat Setuju	36	42.4	42.4	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	5	5.9	5.9	5.9
	Setuju	44	51.8	51.8	57.6
	Sangat Setuju	36	42.4	42.4	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.4	2.4	2.4
	Kurang Setuju	7	8.2	8.2	10.6
	Setuju	45	52.9	52.9	63.5
	Sangat Setuju	31	36.5	36.5	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.2	1.2	1.2
	Tidak Setuju	4	4.7	4.7	5.9
	Kurang Setuju	19	22.4	22.4	28.2
	Setuju	44	51.8	51.8	80.0
	Sangat Setuju	17	20.0	20.0	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

X2.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	28	32.9	32.9	32.9
	Sangat Setuju	57	67.1	67.1	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

X2.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	32	37.6	37.6	37.6
	Sangat Setuju	53	62.4	62.4	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

X2.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	1.2	1.2	1.2
	Setuju	38	44.7	44.7	45.9
	Sangat Setuju	46	54.1	54.1	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Y1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	3	3.5	3.5	3.5
	Setuju	34	40.0	40.0	43.5
	Sangat Setuju	48	56.5	56.5	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Y2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.2	1.2	1.2
	Kurang Setuju	8	9.4	9.4	10.6
	Setuju	44	51.8	51.8	62.4
	Sangat Setuju	32	37.6	37.6	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Y3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.2	1.2	1.2
	Kurang Setuju	8	9.4	9.4	10.6
	Setuju	46	54.1	54.1	64.7
	Sangat Setuju	30	35.3	35.3	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

5. HASIL UJI VALIDITAS

Uji Validitas Variabel Nilai Anggota (X1)

Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	Nilai Anggota
X1.1	Pearson Correlation	1	.677**	.516**	.853**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	85	85	85	85
X1.2	Pearson Correlation	.677**	1	.505**	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	85	85	85	85
X1.3	Pearson Correlation	.516**	.505**	1	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	85	85	85	85
Nilai Anggota	Pearson Correlation	.853**	.857**	.818**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X2)

Correlations							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Kualitas Layanan
X2.1	Pearson Correlation	1	.427**	.201	.262*	.401**	.697**
	Sig. (2-tailed)		.000	.066	.015	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85
X2.2	Pearson Correlation	.427**	1	.202	.207	.375**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000		.064	.057	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85
X2.3	Pearson Correlation	.201	.202	1	.695**	.471**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.066	.064		.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85
X2.4	Pearson Correlation	.262*	.207	.695**	1	.648**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.015	.057	.000		.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85
X2.5	Pearson Correlation	.401**	.375**	.471**	.648**	1	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	85	85	85	85	85	85
Kualitas Layanan	Pearson Correlation	.697**	.715**	.639**	.707**	.775**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85	85
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Uji Validitas Variabel Kepuasan Anggota (Y)

Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Kepuasan Anggota
Y1	Pearson Correlation	1	.445**	.390**	.785**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	85	85	85	85
Y2	Pearson Correlation	.445**	1	.233*	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000		.032	.000
	N	85	85	85	85
Y3	Pearson Correlation	.390**	.233*	1	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.032		.000
	N	85	85	85	85
Kepuasan Anggota	Pearson Correlation	.785**	.753**	.727**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).					

6. HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL

Uji Reliabilitas Variabel Nilai Anggota (X1)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	85	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	85	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.842	4

Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan (X2)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	85	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	85	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.774	6

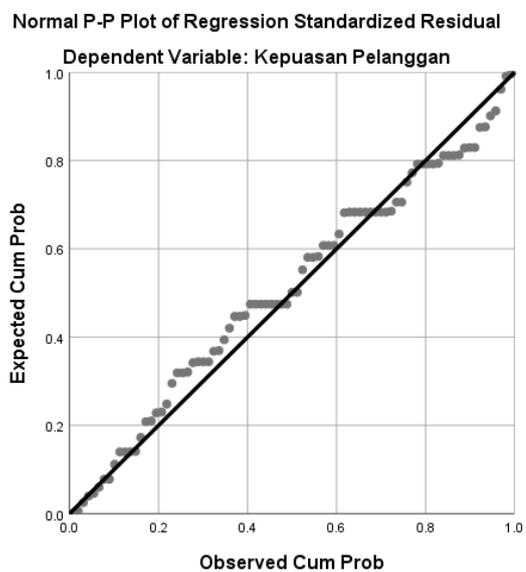
Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Anggota (Y)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	85	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	85	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.803	4

7. HASIL UJI NORMALITAS

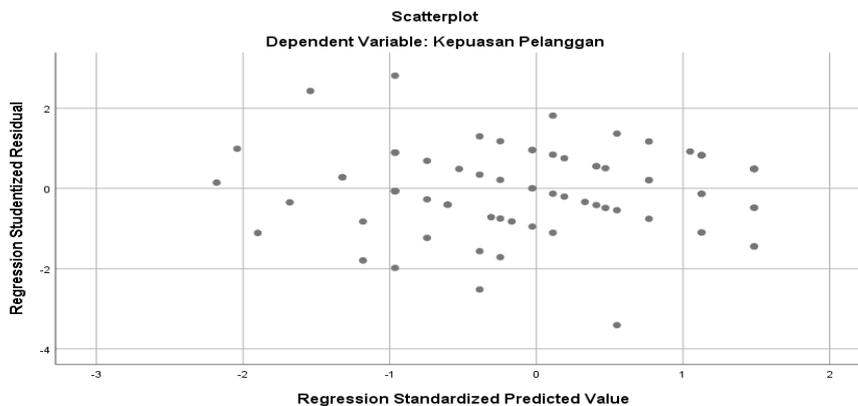


8. HASIL UJI MULTIKOLONIERITAS

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.351	1.252		1.877	.064		
	Nilai Anggota	.217	.116	.207	1.872	.065	.522	1.916
	Kualitas Layanan	.356	.074	.530	4.782	.000	.522	1.916

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

9. HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS



10. HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.351	1.252		1.877	.064
	Nilai Anggota	.217	.116	.207	1.872	.065
	Kualitas Layanan	.356	.074	.530	4.782	.000

11. HASIL UJI t

Uji t Nilai Anggota

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.351	1.252		1.877	.064
	Nilai Anggota	.217	.116	.207	1.872	.065

Uji t Kualitas Layanan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.351	1.252		1.877	.064
	Kualitas Layanan	.356	.074	.530	4.782	.000

12. HASIL UJI F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	82.658	2	41.329	37.122	.000 ^b
	Residual	91.294	82	1.113		
	Total	173.953	84			

a. Dependent Variable: Kepuasan anggota

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Nilai Anggota

13. HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI PARSIAL (r^2)

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	2.351	1.252		1.877	.064			
	Nilai Anggota	.217	.116	.207	1.872	.065	.573	.202	.150
	Kualitas Layanan	.356	.074	.530	4.782	.000	.673	.467	.383

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota