

**ANALISIS PENGARUH PEMBIAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH**

(Studi Kasus Pada KSPPS Binama Cabang Kaliwungu)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Ekonomi



Oleh:

SEKETI IMAN SAGUPO

NIM: 1905036026

PROGRAM STUDI S1 PERBANGKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

SEMARANG

2024

H. Muchammad Fauzi, SE., MM.
NIP. 19730217 200604 1 001

Rakhmat Dwi Pambudi, M.Si.
NIP. 19860731 201903 1 008

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdr. Seketi Iman Sagupo

Kpd. Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini saya kirim naskah skripsi dari saudara:

Nama : Seketi Iman Sagupo

NIM : 1905036026

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH PEMBIAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS PADA KSPPS BINAMA CABANG KALIWUNGU).**

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pembimbing I



H. Muchammad Fauzi, SE., MM.
NIP. 19730217 200604 1 001

Semarang, 28 Maret 2024

Pembimbing II



Rakhmat Dwi Pambudi, M.Si.
NIP. 19860731 201903 1 008



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

PENGESAHAN

Nama : Seketi Iman Sagupo
NIM : 1905036026
Judul : Analisis Pengaruh Pembiayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah
(Studi Kasus Pada Kspps Binama Cabang Kaliwungu)

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Program S.1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal : 29 April 2024

Dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2023/2024

Semarang, 29 April 2024

Ketua Sidang / Penguji

(Arif Afendi, S.E., M.Si)
NIP. 19850526 201503 1 002

Sekretaris/Sidang

(Rakhmat Dwi Pambudi, M.SI)
NIP. 19860731 201903 1 003

Penguji I

(Ana Zahrotun Nihayah, M.A)
NIP. 19890708 201903 2 018



Penguji II

(Sokhikhatul Mawadah, M.E.I)
NIP. 19850327 201801 2 001

Dosen Pembimbing I

H. Muchammad Fauzi, SE., MM.
NIP. 19730217 200604 1 001

Dosen Pembimbing II

Rakhmat Dwi Pambudi, M.Si.
NIP. 19860731 201903 1 003

MOTTO HIDUP

إِغْتَنِمْ خَمْسًا قَبْلَ خَمْسٍ : شَبَابَكَ قَبْلَ هَرَمِكَ ، وَصِحَّتَكَ قَبْلَ سَقَمِكَ ، وَغِنَاكَ قَبْلَ فُقْرِكَ ،
وَفَرَاعَكَ قَبْلَ شُغْلِكَ ، وَحَيَاتَكَ قَبْلَ مَوْتِكَ

“Manfaatkanlah waktu yang lima sebelum datang waktu yang lima lainnya, yaitu: masa mudamu sebelum masa tua, sehatmu sebelum sakit, kayamu sebelum miskin, waktu luangmu sebelum waktu sempit, dan hidupmu sebelum matimu (Hadits Nabawi).”

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk orang-orang yang selalu mendukung saya sehingga Tugas Akhir ini bisa disusun sebagaimana mestinya:

1. Kedua Orang tua saya, Bapak Mulyanto dan Ibu Siswanti serta adik tercinta Saroh Prasajo yang tak henti memberikan do'a, semangat, nasihat, motivasi dan kasih sayang kepada Penulis dengan penuh kesabaran dan keikhlasan.
2. Untuk orang tersayang Evita Rosayni yang selalu mengalirkan do'a, memberi motivasi dan nasehat, memberi semangat, menemani serta memberi kebahagiaan bantuan kepada Penulis.
3. Teman-teman seperjuangan S.1 Perbankan Syariah Tahun 2019 yang selalu menjadi penyemangat dan tempat bertukar pikiran selama menjadi mahasiswa di UIN Walisongo Semarang.
4. Seluruh pihak yang membantu Penulis selama menjadi mahasiswa di UIN Walisongo Semarang sampai penelitian ini terselesaikan.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 28 Maret 2024

Deklarator,



Seketi Iman Sagupo

1905036026

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam skripsi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja konsisten agar sesuai teks Arabnya.

ا	A	ط	ṭ
ب	B	ظ	ẓ
ت	T	ع	=
ث	ṣ	غ	G
ج	J	ف	F
ح	ḥ	ق	Q
خ	kh	ك	K
د	D	ه	L
ذ	ẓ	م	M
ر	R	ن	N
س	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	‘
ص	ṣ	ي	Y
ض	ḍ		

Bacaan Mad:

ā = a panjang

ī = i panjang

ū = u panjang

Bacaan Diftong:

au = أو

ai = أي

iy = إي

ABSTRAK

Salah satu lembaga yang mampu menjadi solusi untuk para pelaku usaha yaitu koperasi syariah. Koperasi syariah merupakan kelompok swadaya masyarakat sebagai lembaga ekonomi rakyat yang berupaya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dengan berdasar prinsip syariah, Koperasi syariah mampu memberikan modal kepada pelaku usaha yang membutuhkan modal usaha. Kepuasan Nasabah merupakan respon pelanggan terhadap ketidakpuasan antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dilakukan setelah pemakaian. Beberapa permasalahan koperasi syariah di Indonesia antara lain salah satunya yaitu kurangnya sosialisasi antara pihak koperasi syariah dengan masyarakat. Banyaknya masyarakat yang kurang mengerti mengenai koperasi syariah dan bagaimana sistemnya. Menurut data Kementerian Agama RI penduduk Indonesia yang memeluk Islam hingga akhir tahun lalu sekitar 241,7 juta atau setara dengan 87,02% dari populasi di dalam negeri. Dalam hal ini sebenarnya koperasi syariah mempunyai banyak peluang karena sistem yang digunakan oleh koperasi syariah berbeda dengan yang ada di koperasi konvensional.

Adapun upaya yang dilakukan Koperasi Binama Cab.Kaliwungu untuk menumbuhkan rasa puas bagi nasabah dengan cara memberikan pembiayaan dan kualitas pelayanan yang baik. kualitas pelayanan merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima dan pelayanan yang mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Prinsip UUD 1945 diikuti oleh pertumbuhan ekonomi Indonesia. Persatuan, kemasyarakatan, dan kekeluargaan diutamakan dengan mengacu pada model ekonomi, adat istiadat, budaya, spiritualitas, dan konstitusi masyarakat. Terutama dari sudut pandang penerapan Islam di dalamnya. Sudah sepatutnya perkembangan perbankan syariah juga akan mengalami pertumbuhan seiring dengan kebutuhan dari masyarakat akan jasa perbankan syariah itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pembiayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah KSPS Binama cabang kaliwungu.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sampel penelitian berjumlah 100 responden dengan kriteria anggota koperasi syariah Binama Cab.Kaliwungu, anggota yang bergabung lebih dari 1 Tahun, anggota yang aktif melakukan pembiayaan teknik pengambilan data yang digunakan yaitu kuesioner.

Hasil penelitian dapat di simpulkan bahwa pembiayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KSPS Binama Cabang Kaliwungu hasil uji didapatkan dari nilai Adjusted R Square sebesar 9,7%. Sedangkan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KSPS Binama Cabang Kaliwungu hasil uji diperoleh dari Adjusted R Square senilai 59,7%. Dan pembiayaan dan kualitas layanan memiliki pengaruh secara Bersama-sama terhadap kepuasan Nasabah KSPS Binama cabang kaliwungu. Hal ini mengartikan bahwa kontribusi variabel kepuasan nasabah yang disebabkan oleh pembiayaan dan kualitas pelayanan yang diperoleh dari Adjusted R Square sebesar 40,5% sedangkan sisanya 59,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Kata Kunci : Kepuasan nasabah, Kualitas pelayanan, Pembiayaan

ABSTRACT

One institution that can be a solution for business actors is a sharia cooperative. Sharia cooperatives are community self-help groups as institutions. people's economy that seeks to develop productive businesses and investments based on sharia principles, sharia cooperatives are able to provide capital to business actors who need business capital. Customer satisfaction is the customer's response to dissatisfaction between the previous level of interest and actual performance after use. Some of the problems with sharia cooperative in Indonesia include a lack of socialization between sharia cooperative and the public. Many people do not understand Islamic cooperative and how the system works. According to data from the Indonesian Ministry of Religion, the population of Indonesia who embraced Islam at the end of last year was around 241.7 million or the equivalent of 87.02% of the population in the country. In this case, Islamic cooperative actually have many opportunities because the systems used by Islamic cooperative are different from those in conventional cooperative.

The efforts made by the Binama Cab. Kaliwungu Cooperative are to foster a sense of satisfaction for customers by providing financing and good quality service. Service quality is an activity, benefit or satisfaction offered for sale by comparing customers' perceptions of the service they receive and the service they expect against the service attributes of a company. The principles of the 1945 Constitution were followed by Indonesia's economic growth. Unity, community and kinship are prioritized by referring to economic models, customs, culture, spirituality and the constitution of society. Especially from the perspective of implementing Islam in it. It is fitting that the development of sharia banking will also experience growth in line with the public's need for sharia banking services it self. This research aims to determine the influence of financing and service quality on customer satisfaction of the Kaliwungu branch of KSPS Binama.

This research is a quantitative research with a research sample of 100 respondents with the criteria being members of the Binama Cab. Kaliwungu sharia cooperative, members who have joined for more than 1 year, members who are active in financing the data collection technique used, namely a questionnaire.

The results of the research can be concluded that financing does not have a significant effect on customer satisfaction at KSPS Binama Kaliwungu Branch. The test results obtained from the Adjusted R Square value were 9.7%. Meanwhile, service quality has a significant effect on customer satisfaction at KSPS Binama Kaliwungu Branch. The test results obtained from the Adjusted R Square were 59.7%. And financing and service quality have a joint influence on customer satisfaction at the Kaliwungu branch of KSPS Binama. This means that the contribution of the customer satisfaction variable caused by financing and service quality obtained from Adjusted R Square is 40.5% while the remaining 59.5% is influenced by other factors.

Keywords: Customer satisfaction, service quality, financing

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur senantiasa Penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan penyusunan sripsi ini. Sholawat serta salam senantiasa kita curahkan kehadiran panutan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga para sahabat dan pengikutnya, dengan penuh harapan kita mendapatkan syafaatnya di akhirat nanti. Aamiin.

Dengan kerendahan hati dan kesadaran penuh, Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan mungkin terselasaikan tanpa adanya motivasi dan bantuan dari semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Nizar, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Bapak Arif Afendi, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Program Studi S.1 Perbankan Syariah, dan Ibu Mardhiyaturositaningsih, ME. selaku Sekertaris Jurusan Program Studi S.1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Wali Dosen yang telah membimbing saya dari awal kuliah hingga akhir semester, Ibu Hj. Nur Huda, M.Ag.
5. Bapak H. Muchammad Fauzi, SE., MM. dan Bapak Rakhmat Dwi Pambudi, M.Si. Selaku Dosen Pembimbing saya yang telah memberikan kritik dan saran bimbingan maupun arahan yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen, pegawai, dan staf TU di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan serta membekali ilmu pengetahuan.
7. Bapak Waskito Budi Hayu, SE. selaku kepala kantor cabang KSPPS Binama Cabang Kaliwungu beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan pengalamannya kepada penulis.

Penulis mengucapkan terima kasih yang tak terkira kepada semua pihak yang tidak dapat Penulis sebutkan satu persatu. Semoga amal baik dan jasa-jasa yang telah diberikan dibalas oleh Allah SWT dengan balasan yang sebaik-baiknya.

Penulis menyadari bahwa kripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, Penulis berharap kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk karya yang lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk berbagai pihak. Aamiin.

Wa'alaikumsalam Wr.Wb

Semarang, 28 Maret 2024

Penulis

Seketi Iman Sagupo

1905036026

DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN.....	iii
MOTTO HIDUP	iv
PERSEMBAHAN	v
TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II	10
KAJIAN PUSTAKA	10
A. Kajian Teori.....	10
1. Teori <i>Theory of Planned Behavior</i>	10
3. Koperasi.....	12
4. Koperasi Syariah	16
3. Kepuasan Nasabah.....	18
5. Pembiayaan.....	23
6. Kualitas Pelayanan	28
B. Kajian Pustaka	32
C. Kerangka Berfikir	42
D. Hipotesis	44
BAB III	46
METODE PENELITIAN.....	46
A. Jenis Penelitian dan Sumber Data.....	46
B. Populasi dan Sampel	46

C. Teknik Pengumpulan Data	48
D. Variabel dan Skala Pengukuran.....	48
E. Devinisi Operasional	49
F. Teknik Analisis Data.....	51
1. Uji Validitas.....	51
2. Uji Reliabilitas	51
3. Uji Asumsi Klasik.....	52
4. Uji Regresi Linier Berganda	52
BAB IV.....	54
DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA.....	54
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	54
B. Visi dan Misi KSPPS BINAMA.....	54
C. Struktur Organisasi KSPPS BINAMA	55
D. Deskripsi Data	56
E. Hasil Analisis Data	57
F. Pembahasan Hasil Penelitian	64
BAB V	68
PENUTUP	68
A. Kesimpulan.....	68
B. Keterbatas Penelitian	69
C. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	74
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	97
DOKUMENTASI.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Observasi Awal	7
Tabel 4. 2 Kajian Pustaka	32
Tabel 4. 3 Skor Penilaian Kuesioner.....	59
Tabel 4. 4 Variabel Penelitian	59
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berlandaskan Jenis Kelamin	32
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berlandaskan Usia	32
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berlandaskan Masa Lama Menjadi Anggota	57
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berlandaskan Pekerjaan	57
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Pembiayaan	57
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	58
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah.....	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4. 14 Hasil Uji Linearitas	61
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	62
Tabel 4. 16 Hasil Uji T.....	63
Tabel 4. 17 Koefesien Determasi	63
Tabel 4. 18 Hasil Uji F.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	74
Lampiran 2 Data Jumlah Nasabah 2022 – 2023	78
Lampiran 3 Data Penelitian	78
Lampiran 4 Output Spss	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Struktur KSPPS Binama Cabang Kaliwungu, Kendal.....	55
Gambar 4. 2 Pengambilan Kuesioner Kepada Narasumber Anggota Nasabah.....	98
Gambar 4. 3 Lahan Parkir di KSPPS Binama Cabang Kaliwungu	98
Gambar 4. 4 Kantor KSPPS Binama Cabang Kaliwungu	98
Gambar 4. 5 Customer Services di KSPPS Binama Cabang Kaliwungu	98
Gambar 4. 6 Ruang Tunggu di KSPPS Binama Cabang Kaliwungu	98

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tiap-tiap negara pasti menginginkan adanya kematangan perekonomian di negaranya, tidak terkecuali Indonesia yang memiliki sumber daya alam dan sumber daya manusia yang melimpah, pada zaman orde baru Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan industri terbesar di Asia Tenggara. Sejumlah negara menjadi makmur berkat pertumbuhan ekonomi dari sektor industri barang dan jasa. Sektor industri jasa adalah salah satu sektor yang berkembang pesat di Indonesia, hal ini disebabkan terbukanya peluang pengusaha asing untuk berkompetensi dalam menjangkau konsumen lokal. Sehingga berdampak pada timbulnya berbagai macam sektor industri jasa.¹

Satu sektor industri jasa yang berkembang di Indonesia berupa perbankan dan lembaga keuangan lainnya seperti Koperasi. Dalam undang-undang nomor 25 tahun 1992 pasal 1 memaparkan bahwa “Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang perorangan atau badan hukum koperasi dengan berlandaskan kegiatan dengan perinsip gotong royong sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat berlandaskan asas kekeluargaan”. Koperasi secara etimologi berasal dari dua kata, yakni *co* berarti bersama dan *operation* bermakna bekerja dan berusaha, jadi koperasi bisa dimaknai sebagai suatu bentuk kerjasama yang dilakukan oleh sejumlah orang untuk mencapai kepentingan yang sama dan meningkatkan kesejahteraan antar manusia.²

Prinsip UUD 1945 diikuti oleh pertumbuhan ekonomi Indonesia. Persatuan, kemasyarakatan, dan kekeluargaan diutamakan dengan mengacu pada model ekonomi, adat istiadat, budaya, spiritualitas, dan konstitusi masyarakat. Sistem ekonomi Pancasila adalah yang paling cocok untuk Indonesia.³ Tiga pelaku ekonomi utama dalam Sistem Ekonomi Pancasila (SEP) adalah koperasi, swasta, BUMN/BUMD, dan BUMN.⁴ Limbong (Limbong, 2013) meyakini bahwa SEP memiliki prinsip bahwa keluarga adalah landasan perekonomian, dan koperasi berfungsi sebagai tulang punggung sistem pertukaran, bukan modal. Di lain sisi, Mubyarto menuturkan bahwa di bagian SEP yang disebut Ekonomi Kerakyatan, koperasi bertumpu pada guru. Kontribusi koperasi pada PDB masih belum meningkat secara signifikan,

¹ Jalaluddin, J., & Audia, R., (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Menjadi Anggota Koperasi Syariah 212 (Studi Kasus Di Banda Aceh Dan Aceh Besar). Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam, 5(2), hlm. 163-182. <https://doi.org/10.24815/jped.v5i2.15741>

² Karomatul Ulya, M. Irwan Universitas Mataram. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Menjadi Anggota Koperasi Syariah Di Kota Mataram. Jurnal Konstanta Ekonomi Pembangunan. Vol. 2 No. 1 Juni 2023.

³ Halid, N. (2004). Koperasi Pilar Negara. Jetpress, Jakarta.

⁴ Limbong, B. (2013). Ekonomi Kerakyatan Dan Nasionalisme Ekonomi.

hal ini memperlihatkan bahwa secara keseluruhan koperasi di Indonesia belum melakukan tugasnya dengan baik dalam memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan anggotanya serta masih belum mampu memberikan solusi. untuk distribusi yang adil.⁵

Indonesia sudah menjadi negara dengan populasi penduduk muslim terbanyak dan menjadikannya sebagai negara *Islamic Finance Micro* terbesar di dunia. Hal itu membawa dampak bagi berkembangnya koperasi syariah.⁶ Koperasi konvensional sendiri juga menunjukkan pertumbuhan positif dari tahun ke tahun, sejalan dengan perkembangan koperasi syariah. Menyusul adanya pendirian Baitul Maal Wat Tamwiil (BMT) yang awalnya dipimpin oleh BMT Bina Insan Kamil pada tahun 1992, muncullah koperasi syariah sendiri. BMT didirikan atas dasar kegiatan ekonomi kerakyatan dengan filosofi yang sama yaitu dari anggota oleh anggota untuk anggota. Sebab, berlandaskan Undang-undang Nomor 25 Tahun 1992 yang memberikan hak pemakaian badan hukum koperasi. Satu-satunya perbedaan operasional antara koperasi konvensional (non-syariah) dan koperasi syariah adalah koperasi konvensional melarang bunga dan menjunjung tinggi moralitas dengan mematuhi aturan halal dan haram dalam menjalankan usaha.

Koperasi adalah suatu perusahaan atau usaha yang memuat perkumpulan, kelompok, atau organisasi yang dijalankan bersama-sama dengan tujuan mencapai tujuan bersama.⁷ Biasanya koperasi didirikan atas dasar nilai-nilai kekeluargaan. Koperasi memiliki kekuatan untuk mengubah kesejahteraan dan kedudukan ekonomi masyarakat. Koperasi adalah suatu perusahaan atau badan hukum yang dirintis oleh suatu kelompok yang dinamis. Sejumlah ahli bisa mendeskripsikan koperasi berlandaskan teori.

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, jumlah koperasi aktif di Indonesia sejumlah 130.354 unit dengan volume usaha senilai Rp197,88 triliun pada 2022. Jumlah itu meningkat 1,96% dibandingkan tahun sebelumnya yang sejumlah 127.846 unit dengan volume usaha Rp182,35 triliun. Pada tahun 2021, jumlah koperasi syariah di Indonesia mencapai 150.223 gerai dengan jumlah koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah (KSPPS) sejumlah 2.253 unit serta total anggota 1,4 juta orang. Berikutnya per Desember 2022 ada 3.912 koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah (KSPPS) beranggotakan 4,6 juta orang dengan total asset Rp20,67 T.⁸

⁵ Hermuningsih, S. (2007). Jurnal Ekonomi & Pendidikan , Volume 4 Nomor 2, November 2007. Jurnal Ekonomi & Pendidikan, 4 (November), hlm. 47–62.

⁶ Putri, Amelia. (16 Juni 2022). Kedudukan Koperasi Syariah Dan Perangnya Dalam Memperdayakan Ekonomi Di Indonesia. Kompasiana <https://www.kompasiana.com/ameliaputri5356/62aa11b3bb448621b152c172/kedudukan-koperasi-syariah-dan-peranannya-dalam-pemberdayaan-ekonomi-di-indonesia>

⁷ Marpaung, M. (2014). *Pengaruh Kepemimpinan dan Team Work Terhadap Kinerja Karyawan di Koperasi Sekjen Kemendikbud Senayan Jakarta*: Jurnal Ilmiah WIDYA, 2(1), hlm. 33-40

⁸ Badan Pusat Statistik. Diakses 13 Oktober 2023

Meski berbeda dengan koperasi konvensional, tetapi koperasi syariah merupakan salah satu jenis koperasi yang ada di Indonesia sehingga tidak mungkin bisa dipisahkan keberadaannya dengan koperasi konvensional. Sehubungan dengan hal itu, untuk mengetahui lebih jauh mengenai koperasi syariah, akan diberikan pembahasan perihal koperasi konvensional terlebih dahulu. Dari penjelasan itu kita akan bisa mengetahui bagaimana fungsi koperasi syariah dalam masyarakat Indonesia dan dimana saja keberadaannya. Koperasi syariah yang mengikuti syariat Islam dan meniru praktik perekonomian Nabi dan para sahabatnya, pada dasarnya merupakan konversi dari koperasi tradisional dengan tambahan muatan berupa prinsip koperasi atau musyarakah.⁹

Koperasi syariah merupakan salah satu jenis organisasi yang mungkin bisa memberikan solusi bagi pelaku usaha. Pelaku usaha yang membutuhkan modal bisa mendapatkannya melalui koperasi syariah. Pendanaan diberikan dengan syarat sifat usahanya tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Kesejahteraan pemilik dan pelaku usaha bisa ditingkatkan melalui koperasi syariah. Pemilik usaha bisa memperluas usahanya asalkan tersedia modal yang memadai. Perekonomian suatu bangsa juga bisa diperkuat dengan koperasi syariah. Keberadaan koperasi syariah memberikan masyarakat banyak pilihan dalam mengelola usahanya.¹⁰

KSPPS berperan atau berpengaruh dalam membangun sosial ekonomi negara.¹¹ Koperasi bisa memberikan dampak mikroekonomi langsung pada perekonomian anggota serta dampak mikroekonomi tidak langsung pada lingkungan organisasi koperasi lewat peningkatan bagi hasil, peningkatan kesempatan kerja, dan pertumbuhan.¹² Di lain sisi manfaat utama koperasi adalah bisa membantu pembangunan ekonomi melalui beberapa cara, seperti: (1) meningkatkan pendapatan dan meningkatkan status keuangan petani, pengrajin, dan pelaku ekonomi lainnya; (2) meningkatkan kegiatan pembentukan modal dan memperluas sumber daya; dan (3) penurunan kemiskinan di pedesaan melalui pendidikan dan pelatihan manajer, karyawan, dan anggota; dan (3) pengembangan pasar, peningkatan struktur pasar, dan persaingan yang lebih produktif.

Koperasi syariah merupakan salah satu jenis organisasi yang mungkin bisa memberikan solusi bagi pelaku usaha. Pelaku usaha yang membutuhkan modal bisa mendapatkannya melalui koperasi syariah. Pendanaan diberikan dengan syarat sifat usahanya tidak bertentangan dengan

⁹ Abdulah Safe'i. (2012) Koperasi Syariah: Tinjauan Terhadap Kedudukan dan Peranannya dalam Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan. Media Syari'ah, Vol. 14, No. 1, 2012

¹⁰ Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, Sarmiana Batubara. (2021). Peran Koperasi Syariah Dalam Meningkatkan Perekonomian dan Kesejahteraan Masyarakat Di Indonesia. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 7(03), 2021, hlm. 1494-1498.

¹¹ Rangkuti, P. A. (2010). Peran komunikasi Dalam Modernisasi Pertanian Berbasis Koperasi. Jurnal Komunikasi Pembangunan, 8 (1).

¹² Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dari Dampak Pandemi Covid-19 Fokus Bisnis. Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi, 19(1). hlm. 76-86

ajaran Islam. Kesejahteraan pemilik dan pelaku usaha dapat ditingkatkan melalui koperasi syariah. Pemilik usaha bisa memperluas usahanya asalkan tersedia modal yang memadai. Perekonomian suatu bangsa juga bisa diperkuat dengan koperasi syariah.¹³ Koperasi syariah merupakan kelompok swadaya masyarakat sebagai lembaga. ekonomi rakyat yang berupaya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dengan berdasar prinsip syariah. Keberadaan koperasi syariah dengan jumlah yang signifikan pada sejumlah daerah di Indonesia tidak didukung oleh aspek-aspek pendukung yang memungkinkan lembaga mikro ini untuk terus berkembang dan berjalan dengan baik. Fakta yang ada di lapangan memperlihatkan banyak koperasi syariah yang tenggelam dan bubar.¹⁴

Beberapa permasalahan koperasi syariah di Indonesia antara lain salah satunya yaitu kurangnya sosialisasi antara pihak koperasi syariah dengan masyarakat. Banyaknya masyarakat yang kurang mengerti mengenai koperasi syariah dan bagaimana sistemnya. Menurut data Kementerian Agama RI penduduk Indonesia yang memeluk Islam hingga akhir tahun lalu sekitar 241,7 juta atau setara dengan 87,02% dari populasi di dalam negeri. Dalam hal ini sebenarnya koperasi syariah mempunyai banyak peluang karena sistem yang digunakan oleh koperasi syariah berbeda dengan yang ada di koperasi konvensional.

Kepuasan Nasabah merupakan respon pelanggan terhadap ketidakpuasan antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dilakukan sesudah pemakaian. Salah satu aspek yang menentukan kepuasan Nasabah adalah persepsi pelanggan perihal kualitas pelayanan berfokus pada lima dimensi yaitu *reability, responsiveness, assurance, empathy dan tangible*. Kepuasan Nasabah, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas pelayanan, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan aspek-aspek yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.¹⁵ Kepuasan menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, sehubungan dengan hal itu semakin baik kualitas pelayanan pada suatu perusahaan pada konsumen maka kepuasan akan meningkat, sebaliknya jika kualitas pelayanan tidak selaras dengan harapan konsumen maka kepuasan konsumen akan menurun.¹⁶

Pembiayaan merupakan akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk melakukan usaha khusus, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana/modal dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan.¹⁷ Menurut sifat pemakaiannya, pembiayaan bisa dibagi menjadi dua hal. Pertama, pembiayaan

¹³ Muhammad Wandisyah R. Hutagalung Sarmiana Batubara. (2021). Peran Koperasi Syariah Dalam Meningkatkan Perekonomian dan Kesejahteraan Masyarakat Di Indonesia.

¹⁴ Aam Slamet Rusydana. (2018). Mengembangkan Koperasi Syariah di Indonesia: Pendekatan Interpretative Structural Modelling (ISM). *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 9 No. 1

¹⁵ Fandy Tjiptono. (2017). Pemasaran Jasa. Penerbit Banyumedia Publishing.

¹⁶ Kotler dan Keller. (2018) Manajemen Pemasaran Edisi 12. Jakarta: Erlangga

¹⁷ Muhammad Syafi'i Antonio. (2010). Bank Syariah dari Teori dan Praktik. Jakarta: Gema Insani, hlm. 90.

produktif, yakni pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, yakni untuk peningkatan usaha baik usaha produksi, perdagangan, ataupun investasi. Kedua, pembiayaan konsumtif, yakni pembiayaan yang dipakai untuk memenuhi kebutuhan konsumsi. Menurut keperluannya, pembiayaan produktif bisa dibagi menjadi dua. Pertama, pembiayaan modal kerja, yakni pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan Peningkatan produksi dakeperluan perdagangan. Kedua, pembiayaan investasi, yakni agar kebutuhan barang-barang modal serta fasilitas-fasilitas bisa dipenuhi.

Selaras dengan apa yang disebutkan dalam firman Allah, akad Musyarakah dipaparkan dalam surat Shad ayat 24, yakni:

إِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَى بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ

Artinya:dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat zalim pada sebagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini..... (Q.S. Shad: 24)

Di lain sisi, pelayanan akan menjadi fokus operasional koperasi. Dalam lembaga koperasi, kepuasan anggota menambah nilai dengan meningkatkan perputaran ekonomi dan menarik anggota baru yang bergantung pada tingkat layanan yang akan diterima anggota. Anggota atau calon anggota baru bisa ditarik dan anggota ataupun nasabah lama bisa diperhanakan dengan adanya pemberian pelayanan yang berkualitas.¹⁸

Memberikan layanan terbaik yang memenuhi kepentingan anggota adalah salah satu cara koperasi mengungguli organisasi komersial lainnya. Harapan dan persepsi anggota atau pelanggan pada kualitas pelayanan yang diterimanya disebut dengan kualitas pelayanan. Kepuasan seorang anggota atau pelanggan ditentukan oleh seberapa puas atau kecewanya mereka pada apa yang mereka anggap sebagai apa yang mereka harapkan. Jika tingkat pelayanan memenuhi atau melampaui harapan anggota atau pelanggan, maka dianggap memuaskan. Tetapi jika tingkat pelayanan tidak sesuai dengan harapan anggota atau pelanggan, maka dianggap tidak memuaskan. Koperasi perlu menawarkan layanan berkualitas tinggi untuk menarik anggota baru dan calon anggota serta mempertahankan anggota dan klien yang sudah ada.¹⁹

Keadaan dinamis yang berkaitan dengan barang, jasa manusia, lingkungan, dan alam yang memenuhi atau melampaui harapan disebut kualitas pelayanan. Anggota koperasi dan kualitas layanan saling berhubungan, dimana jika anggota menganggap layanan mereka

¹⁸ Firda Rini Fauziyah. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT Dana Li Mardhatillah Semarang Terhadap Tingkat Kepuasan Anggota. Skripsi UIN Wali Songo Semarang

¹⁹ Windy Okanawa Bakara, Sugiyanto, dan Nur Ahmadi. (2023). Analisis Pengaruh Pembiayaan, Kualitas Pelayanan dan Motivasi Terhadap Loyalitas Dan Kesejahteraan Anggota Koperasi Pondok Pesantren Muhammadiyah Kota Binjai. el-Buhuth, Volume 1, No 1, 2018.

berkualitas tinggi, hal ini akan berdampak positif pada pemakaian layanan mereka secara berulang dan meningkatkan loyalitas mereka. Tetapi, kualitas layanan yang buruk bisa berdampak buruk pada loyalitas pelanggan.²⁰ Hal ini memperlihatkan bahwa anggota yang belum menerima layanan justru beranggapan bahwa koperasi tidak memperdulikan kebutuhan dan kepentingannya, atau motivasi berorganisasi masih rendah.

Penelitian perihal pembiayaan terhadap kepuasan nasabah yang dilakukan Mujizatullah Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pelayanan pembiayaan murabahah berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulselbar Syariah Makassar.²¹ Penelitian perihal kualitas layanan pada kepuasan nasabah yang dilakukan oleh Riswandhi Ismail dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah yaitu semakin baik kualitas pelayanan, semakin meningkat pula kepuasan nasabah.²² Studi yang dijalankan Nina Indah Febriana hasil analisis mengindikasikan bahwa secara simultan dan signifikan kepuasan nasabah mendapat pengaruh dari dimensi (CARTER) yang memuat *compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, dan responsiveness*, maknanya nilai harapan nasabah atas kualitas pelayanan yang diinginkan nasabah terhadap Bank Muamalat Tulungagung lebih tinggi daripada nilai dari persepsi nasabah atas kualitas pelayanan yang sudah diberikan oleh BMI KCP Tulungagung.²³ Tetapi hal ini berlawanan dengan penelitian Hendri Wijaya tentang hubungan kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan yang memperlihatkan bahwa hanya aspek harga, portofolio layanan, keandalan, dan berwujud yang memberikan dampak positif. Kepuasan nasabah tidak mendapat pengaruh secara signifikan dan positif dari dimensi lainnya.²⁴

Fokus data penelitian ini akan dilakukan di daerah Kaliwungu, Kab. Kendal. Kendal merupakan salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang Kabupaten ini berbatasan dengan Laut Jawa di utara, Kota Semarang dan Kabupaten Semarang di timur, Kabupaten Temanggung di selatan, serta Kabupaten Batang di barat dengan jumlah penduduk berdasarkan Badan Pusat Statistik tahun 2023 menunjukkan 1.052.830 Jiwa.²⁵ Adapun Koperasi syariah di Kendal salah satunya yaitu Koperasi Syariah Binama. Koperasi syariah Binama yang telah resmi berdiri pada

²⁰ Fandy Tjiptono (2016). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: ANDI.

²¹ Mujizatullah. (2018) Pengaruh Kebijakan dan Pembiayaan Murabahah Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah. Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Volume 2 | Nomor 1 | Januari-Juni 2018 ISSN: 2549-4872.

²² Riswandhi Ismail. (2014). Pengaruh Kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah sebagai preditor dalam meningkatkan loyalitas Nasabah. Jurnal Organisasi dan Manajemen, Volume 10, Nomor 2, September 2014, 179-196.

²³ Nina Indah Febriana. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. AN-NISBAH, Vol. 03, No. 01, Oktober 2016.

²⁴ Hendri Wijaya. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah XYZ di Jakarta. Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen, Vol. 3 No. 3, September 2017 Permalink/DOI: <http://dx.doi.org/10.17358/jabm.3.3.417>.

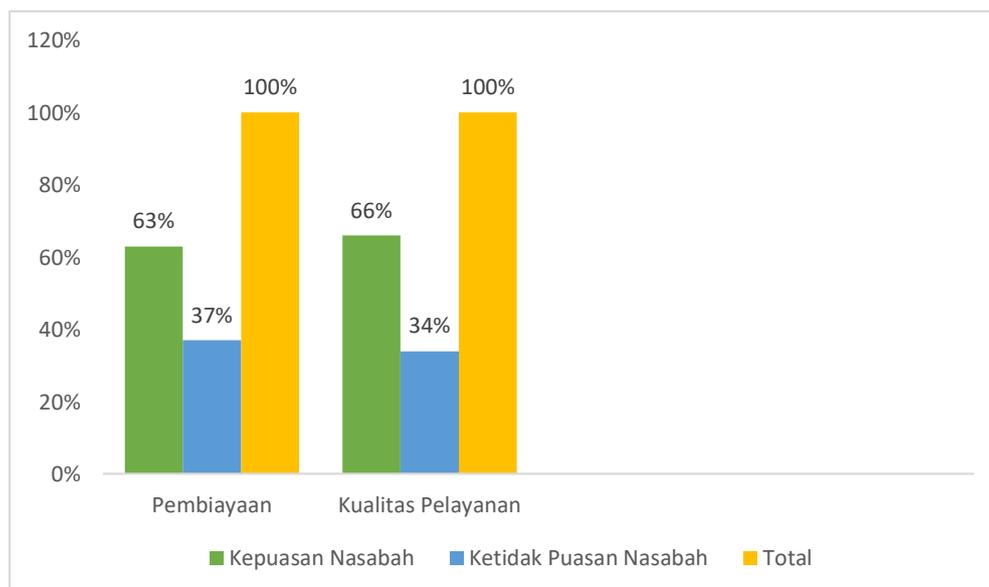
²⁵ <https://peta.kendalkab.go.id/profile/kendal> diakses pada tanggal 30 April 2024 pukul 01.43.

tanggal 18 Agustus 1993. Penelitian ini berfokus pada KSPPS Binama khususnya di Cabang Kaliwungu, Kendal.

Ada juga upaya yang dilakukan Koperasi Binama Cab. Kaliwungu untuk menumbuhkan rasa puas bagi nasabah dengan cara memberikan pembiayaan dan kualitas pelayanan yang baik. Kegiatan pembiayaan sudah dilakukan semaksimal mungkin dengan baik dan gampang untuk memberikan pinjaman dana agar bisa meningkatkan kepuasan anggota koperasi, tetapi hal itu belum berjalan semaksimal yang diharapkan dimana masih ditemukan anggota koperasi yang belum merasakan kepuasan sebagai nasabah dengan apa yang sudah diberikan.

Menurut wawancara yang dilakukan dengan sejumlah nasabah menganggap Kualitas Pelayanan yang ada di koperasi Binama Syariah masih tergolong minim salah satunya yang dikeluhkan Nasabah yaitu Gedung kantor yang kurang memadai, sehingga tempat untuk tunggu nasabah tidak cukup luas. Di lain sisi sejumlah nasabah juga menganggap bahwa pembiayaan yang ada di koperasi Binama Syariah tergolong rumit. Salah satu aspeknya adalah sebab mereka belum pernah melakukan pembiayaan di koperasi syariah. Mereka menganggap bahwa praktik yang ada di koperasi syariah sama halnya dengan praktik yang ada di koperasi konvensional. Hal itu bisa dilihat dari tingkat kepuasan nasabah atas pembiayaan dan pelayanan yang diberikan koperasi dalam bentuk grafik:

Tabel 4. 1 Observasi Awal



Berlandaskan tabel diatas data di peroleh pada observasi awal dari wawancara 35 Nasabah yang masih aktif, dengan hasil, yakni:

- a. kepuasan nasabah terhadap pembiayaan berjumlah 22 nasabah dengan presentase 63% dan ketidak puasan nasabah terhadap pembiayaan di koperasi binama berjumlah 13 nasabah dengan presentase 37%

- b. kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan berjumlah 23 nasabah dengan presentase 66% dan ketidakpuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan berjumlah 12 nasabah dengan presentase 34%

Hal ini bisa ditarik kesimpulan bahwa kepuasan anggota koperasi sebagai nasabah masih belum maksimal sehingga perlu dilakukan peningkatan dalam hal kepuasan nasabah. Sehubungan dengan hal itu, peneliti ingin mengetahui lebih lanjut perihal kepuasan nasabah Koperasi Binama melalui pembiayaan dan pelayanan yang sudah diberikan. Masalah kualitas pelayanan bukanlah hal yang sulit, tetapi jika hal ini kurang diperhatikan maka bisa menimbulkan hal-hal yang rawan sebab sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh daya tanggap, respon, fasilitas yang memadai dan etika atau tata karma dari pihak karyawan ataupun pengurus Koperasi. Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis lebih lanjut penelitian penelitian dengan objek, lokasi dan sampel yang berbeda sebab berlandaskan adanya inkonsistensi hasil hasil penelitian terdahulu. bisa ditarik kesimpulan bahwa tiap-tiap orang mempunyai sikap yang berbeda-beda terhadap suatu objek yang sama.

Berlandaskan dari latar belakang yang dipaparkan itu, peneliti tertarik untuk menjalankan studi dengan judul **“Analisis Pengaruh Pembiayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada KSPPS Binama Cabang Kaliwungu)”** penelitian ini berupaya untuk menjawab sisi lain yang tidak banyak diketahui masyarakat, dengan harapan penelitian ini bisa menjadi manfaat dan sudut pandang lebih baik terhadap lembaga itu.

B. Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang diatas maka bisa dirumuskan permasalahan yang menjadi fokus penelitian, yakni:

1. Apakah pembiayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Binama Koperasi Syariah Cab. Kaliwungu ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Binama Koperasi Syariah Cab.Kaliwungu ?
3. Apakah Pembiayaan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di Binama Koperasi Syariah Cab. Kaliwungu ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini, yakni:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pembiayaan terhadap kepuasan nasabah di Binama Koperasi Syariah Cab.Kaliwungu.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Binama Koperasi Syariah Cab.Kaliwungu.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh simultan pembiayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Binama Koperasi Syariah Cab. Kaliwungu.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian yang bisa diambil, yakni:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan bisa memberi pengetahuan dan menambah wawasan penulis perihal segala sesuatu yang berkaitan dengan pembiayaan, kualitas pelayanan dan juga kepuasan nasabah di Koperasi syariah.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan rujukan pada peneliti lain yang ingin menjalankan studi yang masih bersangkutan dengan judul penelitian ini dan juga sebagai bahan masukan dan pertimbangan untuk memperdayagunakan tenaga pendidik dan kependidikan untuk mencapai tujuan dari koperasi syariah.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Teori *Theory of Planned Behavior*

Pengertian *Theory of Planned Behavior* Seorang ahli Psikologi Sosial Izek Ajzen, telah mengembangkan teori yang sangat penting untuk melihat keterkaitan antara sikap dan perilaku. Bagaimana kemungkinan sebuah sikap terwujud sebagai perilaku, digambarkannya dengan teori yang disebut teori perilaku yang direncanakan (*Theory Of Planned Behavior*).²⁶ *Theory Of Planned Behavior* (TPB) dicetuskan oleh Icek Ajzen pada tahun 1985 melalui artikelnya “*From intentions to actions : A Theory of planned behavior*”. TPB didasarkan pada berbagai teori sikap seperti teori belajar, teori harapan nilai, teori-teori konsistensi serta teori atribusi. Teori perilaku yang direncanakan (*Theory Of Planned Behavior*) disingkat dengan TPB merupakan pengembangan lebih lanjut dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Dalam psikologi, teori perilaku yang direncanakan adalah sebuah teori tentang hubungan antara keyakinan dan perilaku.²⁷

Theory Of Planned Behavior (TPB) atau Teori Perilaku yang Direncanakan merupakan teori yang menjelaskan tentang penyebab timbulnya intensi berperilaku. Menurut TPB, intensi berperilaku ditentukan oleh tiga determinan utama, yaitu sikap, norma subjeiktif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Sampai saat ini, teori ini banyak digunakan dalam beragam keilmuan yang membahas mengenai perilaku dan isu lingkungan.²⁸

Dalam *Theory Of Planned Behavior* yang merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* dinyatakan bahwa intensi bisa diprediksi dari tiga elemen pembentuk, yaitu sikap, norma subyektif dan control perilaku yang dirasakan. Kontrol perilaku yang dipersepsikan adalah elemen terakhir yang ditemukan sebagai timbulnya intensi dan telah terbukti dapat meningkatkan kemampuan prediksi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Hal ini disebabkan karena selain sikap dan norma subyektif, perilaku individu juga dipicu oleh *non-voilitional control*, yaitu perasaan individu tentang ada atau tidak adanya sumber daya dan kesempatan yang mendukung.

a. Sikap Lingkungan

Sikap didefinisikan sebagai “*the degreeto which a person has a favorableor unfavorableevaluation or appraisal of the behavior in question*”. Individu memiliki sikap

²⁶ Nilan Widyanani. 2009. Psikoloigi Poipuleir:Kunci Peingeimbangan Diri. Jakarta: PT Eileix Meidia Koinputindoi. hlm. 159.

²⁷ Alfeius Manuntung. 2018. Teirapi Peirilaku Koignitif pada Pasiain Hipeirteinsi Malang: Wineika Meidia. hlm. 35

²⁸ Lia Sandra Alimbudoi. 2020. Koinseip Peingeitahun Akuntansi Manajeimein Lingkungan. Surabaya: CV. Jakad Meidia Publishing. hlm. 11.

cinta lingkungan apabila individu berkeyakinan bahwa perilaku cinta lingkungan memiliki konsekuensi positif bagi dirinya. Oleh karena itu, sikap akan terbentuk setelah individu mengevaluasi dan bersedia menerima manfaat dan biaya yang akan terjadi atas tindakan tertentu. TPB yang digagas oleh *Ajzen* merupakan teori yang didasarkan pada model hedonistic manusia, yaitu mengasumsikan bahwa manusia termotivasi untuk menghindari risiko dan mencari *rewards*. Oleh karena itu, sikap yang akan diwujudkan dalam bentuk perilaku adalah sikap yang telah melalui evaluasi rasional.

b. Norma Subyektif

Norma subyektif merupakan tekanan sosial yang dirasakan dalam melaksanakan atau tidak melaksanakan sebuah perilaku. Dengan kata lain, norma subyektif merupakan opini orang dekat, orang penting yang mempengaruhi keputusan dalam berperilaku dan memotivasi individu dalam memenuhi harapan orang lain. Norma subyektif didasarkan pada pendapat bahwa setiap individu ingin dinilai baik dan ingin diterima oleh masyarakat sekelilingnya. Norma subyektif seiring disebut sebagai *social norms*. Norma ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial dipercaya dapat mempengaruhi pemikiran, perasaan dan perilaku seseorang. Melalui interaksi, observasi dan informasi yang diterima, individu membentuk opini dan keyakinan mengenai apa yang harus mereka kerjakan dan apakah hal tersebut diterima oleh komunitasnya. Individu menjadi pengikut setia agar mendapatkan pengakuan sosial dan atau menghindari sanksi sosial ataupun agar dapat lebih diterima oleh komunitasnya.

c. Kontrol Perilaku Persepsi

Kontrol perilaku yang dirasakan didefinisikan sebagai perasaan individu tentang kemudahan atau kesulitan yang akan dialaminya dalam melaksanakan perilaku. Control perilaku merupakan control yang dimiliki oleh individu dalam berperilaku ketika individu menilai kondisi eksternal. Dalam TPB, kontrol perilaku yang dirasakan merupakan sesuatu yang menggambarkan tingkat kontrol kehendak internal yang paling rendah. Hal ini timbul karena individu seringkali dipengaruhi oleh tingkat keyakinan dirinya akan kemampuannya melaksanakan perilaku tersebut. Perasaan keyakinan diri dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam menganalisis ketersediaan sumberdaya dan kesempatan yang mendukung perilaku.

d. Intensi Berperilaku

Intensi adalah motivasi individu yang secara sadar mengerahkan upaya untuk melakukan suatu perilaku. Intensi merupakan fokus dari TPB yang menunjukkan seberapa keras individu mencoba untuk melaksanakan perilaku dan seberapa besar usaha yang dicurahkan individu dalam mendorong terjadinya perilaku. Meskipun sikap adalah

salah satu pemicu pembentuk intensi, namun pemahaman mengenai perbedaan pengertian sikap dan intensi sering kabur. Pada dasarnya, sikap merupakan sesuatu yang bersifat bipolar, misal perasaan yang memiliki dua ekstrim, misalnya suka dan tidak suka, menyenangkan atau tidak menyenangkan. Sedangkan intensi adalah mengandung dimensi kemungkinan dimana individu dihubungkan dengan perilaku tertentu.²⁹

2. Tujuan dan Manfaat *Theory Of Planned Behavior*

Tujuan dan manfaat dari teori ini adalah untuk meramalkan dan memahami pengaruh-pengaruh motivasi terhadap perilaku yang bukan dibawah kendali atau keimauan individu sendiri. Untuk mengidentifikasi bagaimana dan kemana mengarahkan strategi-strategi untuk perubahan perilaku dan juga untuk menjelaskan pada tiap aspek penting beberapa perilaku manusia seperti mengapa seseorang membeli mobil baru, mengapa tidak masuk kerja. Teori ini menyediakan suatu kerangka untuk mempelajari sikap terhadap perilaku. Berdasarkan teori tersebut, penentu terpenting perilaku seseorang adalah intensi untuk berperilaku.

Theory Of Planned Behavior memperhitungkan bahwa semua perilaku tidaklah dibawah kendali dan sepenuhnya diluar kendali. Sebenarnya perilaku tersebut berada pada suatu titik dalam suatu kontinum dari semulanya di bawah kendali menjadi tidak terkendali. Faktor-faktor pengendali tersebut terdiri atas faktor internal dan eksternal. Faktor internal antara lain keterampilan, kemampuan, informasi, emosi, stress, dan sebagainya. Sedangkan faktor eksternal meliputi situasi dan faktor-faktor lingkungan. Untuk mengatasi keterbatasan tersebut, Ajzen memodifikasi TRA dengan menambahkan anteseden intensi yang ketiga disebut Perceived Behavioral Control (PBC). Dengan tambahan anteseden ketiga tersebut, ia menamai ulang teorinya menjadi *Theory Of Planned Behavior* (TPB).³⁰

Dapat disimpulkan bahwa *theory of planned behavior* mampu mengungkapkan hubungan sebab akibat dalam penelitian ini terkait sikap nasabah dalam menggunakan pembiayaan dan dapat memprediksi hasil penelitian terkait pembiayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah serta mengidentifikasi hubungan antar variabel pembiayaan (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepuasan nasabah (Y).

3. Koperasi

a. Deskripsi Koperasi

Secara etimologi, koperasi itu berasal dari bahasa Inggris “*co*” dan “*operation*”. *Co* memiliki arti bersama dan *operation* yang bermakna bekerja. Sehubungan dengan hal itu,

²⁹ Lia Sandra Alimbudiono. Koinseip Peingeitahun Akuntansi Manajeimein Lingkungan. hlm. 11-16.

³⁰ Alfeius Manuntung. Teirapi Peirilaku Koignitif pada Pasiein Hipeirteinsi. hlm. 38.

secara bahasa “koperasi” bisa dimaknai sebagai kerja sama. Dalam hal ini, koperasi bermakna suatu wadah ekonomi yang beranggotakan orang- badan yang bersifat terbuka dan sukarela yang bermaksud untuk memperjuangkan kesejahteraan anggota secara bersama-sama (kolektif).³¹

Pasal 3 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1967 memaparkan bahwa sekumpulan orang atau badan hukum koperasi yang membentuk suatu struktur perekonomian secara bersama-sama berlandaskan asas kekeluargaan adalah koperasi Indonesia, yakni organisasi ekonomi kerakyatan yang bersifat sosial. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Pasal 1 Ayat 1 memaparkan bahwa Koperasi adalah suatu gerakan ekonomi kerakyatan yang didirikan berlandaskan asas kekeluargaan dan suatu badan usaha yang memuat perseorangan atau badan hukum koperasi yang melandaskan kegiatan usahanya pada asas koperasi.

R.M. Margono Djojohadikoesoeno menuturkan bahwa koperasi adalah sekelompok orang yang secara bebas memilih untuk bekerja sama dalam rangka mengembangkan perekonomian. Soeriaatmadja menuturkan bahwa koperasi adalah suatu perkumpulan orang-orang yang secara sukarela berkumpul untuk sekadar memenuhi kebutuhan materiil bersama sambil berbagi tanggung jawab, berdasarkan kesetaraan sebagai manusia tanpa memandang keyakinan politik atau agama mereka.³²

Koperasi pada dasarnya adalah organisasi ekonomi dari orang-orang yang memiliki kemampuan ekonomi terbatas, yang dalam gerak usahanya tidak hanya memetingkan motif ekonomi. Selain merupakan suatu bentuk perusahaan yang memerlukan keuntungan, koperasi juga memiliki motif sosial. Koperasi merupakan salah satu jenis usaha yang berasas kekeluargaan dan dijalankan secara demokratis, dibuktikan dengan nilai-nilai dan cita-cita yang dijunjungnya.³³

Dari deskripsi di atas bisa dimaknai bahwa koperasi bukan sekedar kumpulan modal, melainkan kumpulan orang-orang. Koperasi harus sungguh-sungguh melayani kepentingan rakyat, bukan sekedar kepentingan materiil. Dalam koperasi, kesadaran anggota dan rasa kesetaraan merupakan landasan kerjasama. Koperasi berfungsi sebagai wadah demokrasi sosial dan ekonomi yang dimiliki oleh para pengelola, pengurus, dan anggota secara kolektif. Melalui pembahasan dalam rapat anggota, urusan diatur selaras dengan keinginan anggota. Koperasi tidak hanya merupakan suatu perkumpulan, tetapi juga perusahaan. Dengan kata lain, koperasi tidak sekedar berfungsi sebagai perkumpulan

³¹ Abdul Basith, S.pd., M.Si, Islam dan Manajemen Koperasi, UIN MALANG PRESS: Cetakan 1 2008, hlm. 42

³² Muhammad Firdaus dan Agus Edhi, Perkoperasian, Ghalia Indonesia, Bogor, 2002, hlm. 39.

³³ Revisond Baswir, Koperasi Insonesia, BPFE, Yogyakarta, 2013, hlm. 51.

biasa, mereka juga menjalankan usaha. Maknanya, koperasi bisa menjalankan usaha perkreditan (Koperasi Kredit), usaha simpan pinjam (Koperasi Simpan Pinjam), dan sebagainya.

b. Tujuan dan Fungsi Koperasi

Tujuan koperasi bisa ditemukan dalam pasal 3 UU No. 25/1992, yang berbunyi: “koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan UUD 1945.”

Fungsi dan peran koperasi termuat dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 perihal Perkoperasian yang memaparkan bahwa fungsi dan peran koperasi, yakni:

- 1) Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya
- 2) Berperan serta secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat
- 3) Memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai sokogurunya
- 4) Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.

c. Sifat Koperasi

Orang-orang yang kurang kaya yang ingin mengurangi beban hidup atau beban kerja orang lain secara bersamaan membentuk koperasi. Mengejar keuntungan materi adalah persamaan dengan bentuk usaha lain. Bedanya, meskipun orang-orang yang mendirikan jenis usaha lain masing-masing bisa mencapai tujuan yang diinginkan dengan menghasilkan keuntungan yang cukup sesuai keinginan mereka, koperasi biasanya didirikan oleh orang-orang yang benar-benar membutuhkan kerja sama itu untuk mencapai tujuan mereka, yakni meningkatkan pendapatan. Perkumpulan koperasi biasanya memiliki banyak anggota, tetapi, jenis bisnis lain sering kali dimulai oleh dua atau tiga orang yang sangat kaya. Tetapi salah satu ciri koperasi adalah tidak ada anggotanya yang kaya raya.³⁴ Sejumlah ciri dari koperasi ialah:

- 1) Sifat sukarela pada keanggotannya
- 2) Rapat anggota merupakan kekuasaan tertinggi dalam koperasi

³⁴ Andjar Pachta, Op.Cit, hlm. 22

- 3) Koperasi bersifat nonkapitalis
- 4) Kegiatannya berlandaskan pada prinsip swadaya (usaha sendiri), swakerta (buatan sendiri), swasembada (kemampuan sendiri).

d. Jenis Koperasi

Jenis koperasi dilandaskan pada kesamaan dan kepentingan ekonomi anggotanya. Jenis koperasi ini ada 5, yakni:³⁵

1) Koperasi Konsume

Koperasi konsumen adalah koperasi yang menjalankan kegiatan bagi anggota dalam rangka penyediaan barang atau jasa yang dibutuhkan anggota. Biasanya koperasi ini menjual dan menyediakan berbagai jenis kebutuhan harian seperti kebutuhan pokok dan alat tulis sehingga sekilas tampak seperti toko biasa. Bedanya, keuntungan yang didapatkan dari koperasi ini akan dibagikan pada anggotanya.

2) Koperasi Produsen

Koperasi produsen adalah jenis koperasi yang bidang usahanya memproduksi barang dan menjual hasil produksi secara berkelompok yang merupakan hasil produksi dari anggota koperasi. Anggota yang memiliki usaha bisa memberikan produk pada koperasi dan melalui koperasi anggota bisa memperoleh pendanaan dan bantuan pemasaran dengan memanfaatkan kesempatan pasar yang ada.

3) Koperasi Simpan Pinjam

Koperasi simpan pinjam yaitu koperasi yang bergerak dalam penghimpunan simpanan dari anggota kemudian meminjamkannya kembali pada anggota yang membutuhkan.

4) Koperasi Pemasaran

Koperasi yang tujuannya membantu anggota dalam memasarkan produk yang dihasilkannya dikenal dengan istilah koperasi pemasaran. Anggota menyediakan barang dan jasa pada koperasi mereka.

5) Koperasi Jasa

Koperasi jasa adalah sekelompok orang yang mengidentifikasi diri sebagai pemilik, konsumen, produsen, atau konsumen jasa. Koperasi yang didirikan merupakan koperasi pengadaan jasa dalam makna anggotanya adalah konsumen jasa. Di lain sisi, koperasi yang didirikan merupakan koperasi produsen jasa atau koperasi pemasaran jasa sebab status anggotanya sebagai produsen jasa.

³⁵ Winda Aulya, "Jenis , Bentuk dan Penjenjangan Koperasi," Repository UIN Makassar 4 (2022)

4. Koperasi Syariah

a. Deskripsi Koperasi Syariah

Kerjasama atau syirkah al-Musyarakah adalah konsep koperasi dalam Islam. Syirkah adalah sebuah kata yang merujuk pada suatu perserikatan atau persekutuan.³⁶ Sarjana ekonomi Islam Ali Hasan dan Musifuk Zuhudi mendefinisikan koperasi sebagai perkumpulan atau organisasi yang memuat orang-orang atau badan hukum yang bekerja sama sepenuhnya untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya secara sukarela seperti kekeluargaan. Koperasi inilah yang oleh para akademisi disebut dengan *syirkah ta'awaniyyah* (gotong royong), yakni suatu perjanjian kerja sama antara dua orang atau lebih yang mana salah satu pihak memberikan modal usaha dan pihak yang lain menjalankan usaha selaras dengan ketentuan bagi hasil perjanjian itu. Mudharabah hadir dalam koperasi ini karena salah satu pihak mempunyai modal dan pihak lain memakainya untuk menjalankan usaha.³⁷

Muhammad Syaltut menuturkan bahwa dalam syirkah ta'awuniyah tidak ada unsur mudharabah yang dirumuskan oleh para fuqaha' (pemilik modal dan pihak lain yang menggarap modal itu). Koperasi bisa dipahami sebagai suatu bentuk kerja sama baru yang dipaparkan para ulama, yang manfaatnya besar antara lain membantu pemegang saham, merekrut calon karyawan, dan memberikan keuntungan finansial berupa pembagian keuntungan usaha untuk mendirikan sekolah, tempat ibadah, dan lain-lain.³⁸

Koperasi dalam bahasa Inggris "*cooperation*" yang bermakna kerjasama, dan memiliki kesepadanan makna asy-syirkah yang disebut dalam sejumlah ayat, diantaranya Q.S. Al-Maidah/5 ayat 2.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ
العِقَابِ

Maknanya: "...Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan janganlah tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.

Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 2 memaparkan bahwa dianjurkan bagi manusia untuk saling membantu dalam amal shaleh dan kebajikan. Koperasi bercirikan kerjasama, gotong royong, dan saling memenuhi kebutuhan satu sama lain. Saling mencukupi

³⁶ Sayyid Sabiq, Fiqih al-Sunnah, terj. Kamaluddin Marzuki Fiqih Sunnah 13, (Bandung PT. Al-Ma'rif, 1987), hlm. 174

³⁷ Idri, Hadits Ekonomi, Ekonomi dalam Perspektif Hadits Nabi, (Jakarta: Prenada media, 2015). hlm. 247.

³⁸ Jeni Susyanti dan Moh. Antok Sultoni. Oprasional Keuangan Syariah, (Malang: bpfe UNISMA, 2003) hlm. 82.

kebutuhan dan saling mendukung secara akhlak merupakan salah satu cara untuk mencapai ketakwaan yang sempurna. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2012 yang menggantikan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian menguraikan status hukum koperasi syariah dalam sistem perkoperasian nasional pada ayat (3) dan (4) bahwa “Koperasi bisa menjalankan usaha atas dasar prinsip ekonomi syariah” dan “Ketentuan perihal Koperasi berlandaskan prinsip ekonomi syariah selaras dengan apa yang dimaksud pada ayat (3) diatur dengan Peraturan Pemerintah”.

b. Prinsip-Prinsip Koperasi Syariah

Ada juga Prinsip dari koperasi syariah, yakni: ³⁹

- 1) Kekayaan adalah amanah Allah swt yang tidak bisa dimiliki oleh siapapun secara mutlak.
- 2) Manusia diberi kebebasan bermu’amalah selama bersama dengan ketentuan syariah. Manusia merupakan khalifah Allah dan pemakmur di muka bumi.
- 3) Menjunjung tinggi keadilan serta menolak tiap-tiap bentuk ribawi dan pemusatan sumber dana ekonomi pada segelintir orang atau sekelompok orang saja

c. Fungsi Koperasi Syariah

Islam juga sudah memaparkan sejumlah fungsi koperasi dan peranannya dalam Islam, yakni: ⁴⁰

- 1) Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan anggota pada terlebih, dan masyarakat pada umumnya, guna meningkatkan kesejahteraan sosial ekonominya.
- 2) Memperkuat kualitas sumber daya insani anggota, agar menjadi lebih amanah, profesional, (fathonah), konsisten, dan konsekuen (istiqamah) didalam menerapkan prinsip-prinsip ekonomi dan prinsip-prinsip syariah Islam.
- 3) Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berlandaskan asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.
- 4) Sebagai mediator antara menyandang dana dengan pemakaian dana, sehingga tercapai optimalisasi pemanfaatan harta memakai kelompok-kelompok anggota, sehingga bisa bekerja.
- 5) Aman melakukan kontrol terhadap koperasi secara efektif.
- 6) Mengembangkan dan memperluas kesempatan kerja.
- 7) Menumbuh kembangkan usaha-usaha produktif anggota

³⁹ Triana Sofiani, “Konstruksi Norma Hukum Koperasi Syariah Dalam Kerangka Sistem Hukum Koperasi Nasional”. Jurnal Hukum Islam, Vol. 12 (Desember 2014), hlm. 138.

⁴⁰ Indah Nilam, (Ekonomi Koperasi)Tujuan,Fungsi, Dan, Prinsip Syari’ah), Universitas Gunadarma, 2016. hlm. 45.

d. Tujuan Koperasi Syariah

Nur S. Buchori menuturkan bahwa tujuan koperasi syariah, yakni:⁴¹

- 1) Mensejahterakan ekonomi anggotanya sesuai norma dan moral Islam, menciptakan persaudaraan dan keadilan sesama anggota,
- 2) Pendistribusian pendapatan dan kekayaan yang merata sesama anggota berlandaskan kontribusinya,
- 3) Kebebasan pribadi dalam kemaslahatan sosial yang dilandaskan pada deskripsi bahwa manusia diciptakan hanya untuk tunduk pada Allah. Meningkatkan kesejahteraan anggota pada terlebih dan masyarakat pada umumnya serta turut membangun tatanan.
- 4) perekonomian yang berkeadilan selaras dengan prinsip-prinsip Islam.

Selaras dengan hukum Islam, maka koperasi syariah seharusnya memperhatikan bagaimana harta bisa dimanfaatkan tidak hanya untuk kebutuhan individu akan tetapi juga bisa menjadi manfaat bagi masyarakat seluruhnya.

3. Kepuasan Nasabah

a. Deskripsi Kepuasan Nasabah

Banyak pakar yang mendeskripsikan kepuasan konsumen berlandaskan persepektifnya masing-masing meskipun tidak ada satu deskripsi tunggal yang menjadi rujukan bersama perihal kepuasan konsumen, tetapi pada intinya mereka menyatakan substansi yang sama perihal kepuasan konsumen. Fachmi menuturkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa individu yang muncul sesudah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas.⁴²

Lupiyoadi menuturkan bahwa kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan individu sesudah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja selaras dengan harapan konsumen akan merasa puas dan jika kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas.⁴³

Kepuasan pelanggan kini menjadi salah satu tujuan utama kegiatan bisnis dan konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran. Secara mendasar, kebahagiaan atau

⁴¹ Buchori, N.S., Koperasi dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah. MASLAHAH (Jurnal Hukum Islam dan Perbankan Syariah), 2010. hlm. 93-115.

⁴² Trisnawati, O. M., Fahmi, S. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (EServqual) terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking. Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia, Vol.4(No.2), February 2017.

⁴³ Lupiyoadi, R. (2014). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.

ketidakpuasan pelanggan pada suatu barang atau jasa akan menentukan perilakunya ke depan. Pelanggan yang puas dengan suatu produk atau layanan kemungkinan besar akan menggunakannya lagi di masa mendatang. Di lain sisi, konsumen yang bahagia cenderung merekomendasikan barang atau jasa itu pada orang lain. Di lain sisi, konsumen yang tidak puas bisa mengembangkan opini buruk perihal merek, produsen, penyedia layanan, dan bahkan distributor, yang mungkin meminimalisir kemungkinan mereka melakukan pembelian serupa di masa depan atau mengganti merek, dan juga perilaku mengeluh lainnya.⁴⁴

Kepuasan Nasabah sangat diperhatikan oleh perusahaan sebab akan berdampak dengan kinerja penjualan. Schnaars dalam Herawati dan Prayekti yang dikutip Aldilan Julian Satria menuturkan bahwa pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Jika kenyataan yang diterima selaras dengan harapan nasabah, maka nasabah puas.⁴⁵

Salah satu tujuan utama perusahaan jasa dalam hal ini adalah menciptakan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah sebagai hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan nya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Kepuasan nasabah memaparkan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon nasabah terhadap evaluasi kesesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dengan kinerja produk yang dirasakan sesudah pemakaiannya.

b. Indikator Kepuasan Nasabah

Ada sejumlah metode yang bisa dipakai tiap-tiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan nasabah. Pengukuran terhadap kepuasan nasabah sangat penting bagi tiap-tiap perusahaan. Hal ini dikarenakan langkah itu bisa dipakai sebagai pengembang peningkatan kepuasan nasbah. Metode-metode yang bisa dipergunakan tiap-tiap bank untuk memantau dan mengukur kepuasan nasabah, yakni:⁴⁶

- 1) Sistem keluhan dan usulan. Tiap-tiap perusahaan yang mengutamakan pelanggan harus memberi mereka kesempatan sebanyak mungkin untuk menyuarakan ide, kritik, dan saran mereka. Kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi penting, kartu komentar, dan saluran telepon khusus adalah contoh media yang berguna. Informasi yang dikumpulkan dengan cara ini bisa memberikan perspektif baru dan masukan yang berguna bagi perusahaan.

⁴⁴ Daryanto & Ismanto. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta:Gava Media.

⁴⁵ Aldilan Julian Satria, "Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah", *Jurnal Pendidikan dan Tata Negara*, Vol.4, No.3, 2016

⁴⁶ Philip Kotler, *Manajemen pemasaran jilid I Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian* (Jakarta: Pt. Indeks, 2004), h. 4

- 2) Survei kepuasan nasabah. Dengan memakai survei, perusahaan bisa mendapat umpan balik dan tanggapan langsung dari pelanggan sekaligus memberikan indikasi yang baik bahwa bisnis tersebut adalah organisasi yang berfokus pada pelanggan.
- 3) Konsumen samaran. Caranya dengan mempekerjakan sejumlah orang (*ghost shopper*) untuk bertindak atau berperan sebagai calon pelanggan produk perusahaan dan pesaing. *Ghost shopper* menceritakan pada teman-temannya perihal kelebihan dan kekurangan produk perusahaan dan pesaing berlandaskan pengalaman mereka dalam membeli produk itu.
- 4) Analisis mantan nasabah. Perusahaan mencoba menghubungi pelanggan yang berhenti membeli atau beralih ke perusahaan lain. Diharapkan didapat informasi mengenai penyebab kejadian itu. Informasi ini sangat berguna bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan lebih lanjut guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

c. Tujuan Kepuasan Nasabah

Sejumlah tujuan jika suatu perusahaan bisa meningkatkan tingkat dari kepuasan nasabah, diantaranya:⁴⁷

- 1) Dapat menjalin relasi hubungan jangka panjang diantara pihak pelanggan dengan Perusahaan
- 2) Dapat membentuk kesempatan dalam meningkatkan bisnis akibat dari adanya pembelian ulang, cross-selling dan upselling.
- 3) Dapat menciptakan loyalitas dari pelanggan.
- 4) Berpotensi menarik pelanggan baru serta bisa menguntungkan bagi perusahaan dari adanya rekomendasi dari mulut ke mulut yang positif.
- 5) Dapat memberikan citra yang semakin positif dari suatu perusahaan di mata pelanggannya bisa meningkatkan profitabilitas Perusahaan.

d. Fungsi Kepuasan Nasabah

Wilkie menuturkan bahwa kepuasan nasabah bisa dibagi ke dalam lima fungsi, yakni:⁴⁸

1) Harapan (Expectations)

Proses pengambilan keputusan pelanggan pada tahap pra-pembelian menciptakan interpretasi kepuasan pelanggan. Pelanggan meningkatkan harapan dan keyakinan mereka perihal apa yang mereka harapkan dari suatu produk sebelum melakukan pembelian, dengan asumsi mereka memakainya.

⁴⁷ Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa, (Yogyakarta: Bayumedia Publishing, 2005), 140.

⁴⁸ Ujang Sumarwan, Perilaku Pemasaran Modern, (Yogyakarta: Liberty, 2008), 119

2) Perbuatan (*Performance*)

Saat memakai suatu produk, pengguna memahami kegunaan sebenarnya dan mengakui bahwa fungsionalitasnya adalah aspek paling penting dari sudut pandang mereka. Pelanggan akan senang saat produk atau jasa berhasil dikirimkan.

3) Perbandingan (*Comparison*)

Sesudah pemakaian, ada periode saat pelanggan membandingkan ekspektasi sebelum pembelian dengan persepsi mereka pada kinerja aktual. Saat ekspektasi pra-pembelian dipenuhi atau dilampaui oleh persepsi pada kinerja aktual barang atau jasa, pelanggan akan merasa senang.

4) Penegasan (*Confirmation or Disconfirmation*)

Harapan konsumen dibentuk oleh interaksi mereka dengan merek produk dan layanan yang unik. Saat pelanggan membandingkannya, pelanggan mungkin memperoleh diskonfirmasi ekspektasi, yang terjadi saat ekspektasi lebih tinggi dari kinerja produk sebenarnya, atau konfirmasi ekspektasi, yang terjadi saat ekspektasi dan kinerja berada pada level yang sama.

5) Ketidaksesuaian (*Discrepancy*).

Jika level dari kinerja itu tidak sama atau perbedaan yang bisa mengidentifikasi bagaimana perbandingan level pada kinerja dengan harapan. Tingkat ketidakpuasan yang lebih besar mungkin muncul jika ada diskonfirmasi negatif, atau saat kinerja aktual jauh dari harapan. Di lain sisi, diskonfirmasi positif terjadi saat kinerja aktual melampaui ekspektasi. Saat pelanggan senang, kemungkinan besar mereka akan terus memakai produk atau layanan yang sama, tetapi, jika tidak, mereka mungkin akan memilih untuk mendukung perusahaan lain, mengajukan keluhan atau menuntut perubahan.

e. Strategi Meningkatkan Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia. Ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan:

1) Strategi pemasaran berupa *Relationship Marketing*

Yaitu strategi di mana transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai. Dengan kata lain, dijalin suatu kemitraan dengan pelanggan secara terus-menerus, yang pada akhirnya akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga terjadi bisnis ulangan (*repeat business*).

- 2) Strategi *superior customer service*.
Yaitu menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing. Hal ini membutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia, dan usaha gigih agar dapat tercipta suatu pelayanan yang superior.
- 3) Strategi *unconditional service guarantees atau extraordinary guarantees*.
Strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan. Selain itu juga akan meningkatkan motivasi para karyawan untuk mencapai tingkat kinerja yang lebih baik daripada sebelumnya.
- 4) Strategi penanganan keluhan yang efisien.
Penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk perusahaan yang puas (atau bahkan menjadi pelanggan abadi).
- 5) Strategi peningkatan kinerja perusahaan
Yaitu meliputi berbagai upaya seperti melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan kepada pihak manajemen dan karyawan, memasukkan unsur kemampuan untuk memuaskan pelanggan ke dalam sistem penilaian prestasi karyawan, dan memberikan empowerment yang lebih besar kepada para karyawan dalam melaksanakan tugasnya.
- 6) Menerapkan *Quality Function Deployment (QFD)*
Yaitu praktik untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan.⁴⁹

f. Aspek Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Lupiyoadi dalam bukunya menuturkan bahwa jika harapan pelanggan terpenuhi, mereka akan merasa puas, di lain sisi jika terlampaui, mereka akan merasa sangat puas. Lima aspek bisa mempengaruhi tingkat kepuasan individu.⁵⁰

1) Kualitas Produk

Saat pelanggan memakai produk yang memiliki nilai kualitas, mereka akan memperlihatkan kepuasan selama proses evaluasi kualitas suatu produk, terlebih dalam hal kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.

⁴⁹ Fandy Tjiptono, Prinsip-Prinsip Total Quality Service..., hlm. 134-139

⁵⁰ Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa, hlm. 158.

2) Sistem

Pelayanan Prima. Saat pelanggan menerima layanan berkualitas yang memenuhi atau melampaui harapan mereka, mereka akan merasakan tingkat kepuasan tertentu. Tiga aspek yang menentukan kualitas layanan, yakni manusia, teknologi, dan sistem. Tetapi aspek manusia memberikan kontribusi yang lebih besar, kira-kira 70%. Sehubungan dengan hal itu, tidak mengherankan jika kepuasan pelanggan pada kualitas layanan seringkali sulit ditiru.

3) Emosional

Jika pelanggan memakai barang atau merek yang biasanya memiliki tingkat kepuasan lebih tinggi, mereka yang lebih bahagia dan lebih percaya diri akan mengagumi produk atau merek itu. Mereka merasa puas dengan suatu merek sebab status sosial atau rasa harga diri mereka, bukan kualitas produknya. Meskipun produk mahal cenderung memberikan rasa kepuasan pada pelanggan, hal ini bisa ditingkatkan dengan signifikansi emosional yang melekat pada merek produk itu.

4) Harga

Produk yang sama bagusnya dengan harga yang relatif lebih rendah bisa memberikan nilai yang lebih besar kepada pelanggan. Harga dan Kemudahan Perolehan Produk Konsumen yang membeli barang atau jasa biasanya merasa puas dengan barang atau jasa yang diterimanya dan tidak mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu.

5. Pembiayaan

a. Deskripsi Pembiayaan

Secara umum, pembiayaan mengacu pada pengeluaran uang, terlebih uang yang diberikan untuk mendukung rencana investasi yang diri sendiri atau pihak lain lakukan. Dalam makna sempit, istilah “pembiayaan” mengacu pada dana yang digelontorkan oleh lembaga pembiayaan seperti bank Islam syariah pada nasabah. Menurut Kasmir (2008:96), Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.⁵¹

Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang bisa dipersamakan dengan itu, berlandaskan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dan lembaga keuangan. Dengan ini pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya sesudah jangka waktu khusus dengan imbalan atau bagi hasil.⁵²

⁵¹ Muhammad, Manajemen Bank Syari'ah, (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2002), Edisi I, hlm. 304.

⁵² Veithzal Rival, Alvia Arifin, Islamic Banking: sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hlm. 700.

Istilah pembiayaan dan kredit dipakai secara berbeda, dimana kredit dipakai untuk bank konvensional, di lain sisi pembiayaan dipakai untuk bank syariah. Tetapi, keuntungan yang diharapkan adalah satu hal yang membedakan pembiayaan dengan kredit. Bank yang beroperasi berlandaskan prinsip konvensional mendapat keuntungan melalui bunga, di lain sisi bank yang beroperasi berlandaskan prinsip bagi hasil mendapat keuntungan melalui bagi hasil pembiayaan. Pasal 1 angka (12) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah menjadi Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan menjelaskan bahwa “Pembiayaan berlandaskan prinsip syariah adalah penyediaan utang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berlandaskan persetujuan atau kesepakatan antara Bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai sesudah jangka waktu khusus dengan imbalan atau bagi hasil”

Dalam Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 perihal Perbankan Syariah yang dimaksud dengan pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa:

- 1) Transaksi bagi hasil dalam bentuk mudharabah dan musyarakah
- 2) Transaksi sewa-menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa beli dalam bentuk ijarah muntahiya bittamlik
- 3) Transaksi jual beli dalam bentuk piutang murabahah, salam, dan istishna.
- 4) Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang qardh
- 5) ransaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multijasa

Dalam hal ini pembiayaan yaitu penyaluran dana pada masyarakat berupa pembiayaan yang diperoleh dari dana tabungan ataupun deposito masyarakat.

b. Indikator Pembiayaan

Pembiayaan di lembaga keuangan syariah mengandung berbagai maksud, dengan kata lain dalam pembiayaan terkandung unsur – unsur yang direkatkan menjadi satu. Ada juga unsur-unsur yang terkandung dalam pembiayaan, yakni:

- 1) Kepercayaan

Kepercayaan merupakan suatu keyakinan bahwa pembiayaan yang diberikan benar-benar diterima kembali dimasa yang akan datang sesuai jangka waktu yang sudah diberikan. Kepercayaan yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah sebagai dasar utama yang melandasi mengapa suatu pembiayaan berani dikucurkan. Sehubungan dengan hal itu sebelum pembiayaan dikucurkan harus dilakukan penyelidikan dan penelitian terlebih dahulu secara mendalam perihal kondisi nasabah, baik secara intern ataupun ekstern.

2) Jangka waktu

Tiap-tiap pembiayaan yang diberikan memiliki jangka waktu khusus, jangka waktu ini memuat masa pengembalian pembiayaan yang sudah disepakati. Jangka waktu merupakan batas waktu pengembalian angsuran yang sudah disepakati oleh kedua belah pihak. Untuk kondisi khusus jangka waktu ini bisa diperpanjang selaras dengan kebutuhan.

3) Risiko

Semakin panjang jangka waktu pembiayaan maka semakin besar risikonya, demikian pula sebaliknya. Risiko ini menjadi tanggungjawab lembaga, baik risiko disengaja ataupun risiko yang tidak disengaja. Misalnya sebab bencana alam atau bangkrutnya usaha nasabah tanpa ada unsur kesengajaan lainnya, sehingga tidak bisa melunasi pembiayaan yang diperoleh.

4) Balas jasa

Balas jasa merupakan imbalan yang diperoleh dari pemberian pembiayaan. Pada bank konvensional balas jasa ini berupa bunga tetapi dalam lembaga keuangan syariah yang berlandaskan prinsip syariah balas jasanya dikenal dengan bagi hasil.

c. Tujuan Pembiayaan

Secara umum tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok yaitu tujuan pembiayaan untuk tingkat makro, dan tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro. Secara makro dipaparkan bahwa pembiayaan bertujuan:⁵³

- 1) Peningkatan ekonomi umat, maknanya masyarakat yang tidak bisa akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka bisa melakukan akses ekonomi.
- 2) Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, maknanya untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan.
- 3) Meningkatkan produktivitas, maknanya adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat agar bisa meningkatkan daya produksinya.
- 4) Membuka lapangan kerja baru, maknanya dengan dibukanya sektor-sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka secara usaha itu akan menyerap tenaga kerja.
- 5) Terjadinya distribusi pendapatan, maknanya masyarakat produktif bisa melakukan aktivitas kerja, bermakna mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya.

Ada juga secara mikro , pembiayaan bermaksud untuk:

⁵³ Muhammad, Manajemen Pembiayaan Bank Syariah..., hlm. 18.

- 1) Upaya memaksimalkan laba, maknanya tiap-tiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi yaitu menghasilkan laba usaha.
- 2) Upaya meminimalkan resiko, maknanya usaha yang dilakukan agar bisa menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus bisa meminimalkan resiko yang mungkin timbul.
- 3) Pendayagunaan sumber ekonomi, maknanya sumber daya ekonomi bisa dikembangkan dengan melakukan mixing antara sumber daya alam dengan sumber daya manusia serta sumber daya modal.
- 4) Penyaluran kelebihan dana, maknanya mekanisme pembiayaan bisa menjembatani penyeimbangan dan penyaluran kelebihan dana dari pihak yang kelebihan (surplus) pada pihak yang berkekurangan (minus) dana.

d. Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan secara umum berfungsi untuk:⁵⁴

- 1) Meningkatkan daya guna uang Para penabung menyimpan uangnya di lembaga keuangan dalam bentuk giro, tabungan, dan deposito. Uang itu dalam persentase khusus ditingkatkan keunaannya oleh lembaga keuangan guna suatu usaha peningkatan produktivitas. Secara mendasar melalui pembiayaan ada suatu usaha peningkatan produktivitas secara menyeluruh. Sehubungan dengan hal itu dana yang mengendap di lembaga keuangan tidaklah diam dan disalurkan untuk usaha-usaha yang bermanfaat bagi pengusaha meupun masyarakat.
- 2) Meningkatkan daya guna barang Produsen dengan bantuan pembiayaan lembaga keuangan bisa mengubah bahan mentah menjadi bahan jadi sehingga utility bahan itu meningkat.
- 3) Meningkatkan peredaran uang Melalui pembiayaan peredaran uang kartal ataupun giral akan lebih berkembang, sebab pembiayaan menciptakan suatu kegairahan berusaha sehingga pemakaian uang akan bertambah, baik secara kualitatif ataupun kuantitatif.
- 4) Menimbulkan kegaerahan berusaha Pembiayaan yang diterima pengusaha dari lembaga keuangan syariah kemudian dipakai untuk meperbesar volume usaha dan produktivitasnya.
- 5) Stabilitas ekonomi dalam ekonomi yang kurang sehat, langkah-langkah stabilisasi diarahkan pada usaha-usaha: Pengendalian inflasi, Peningkatan ekspor, Rehabilitasi

⁵⁴ Binti Nur Asiyah, Manajemen Pembiayaan Bank Syariah ..., hlm. 10.

prasarana, Pemenuhan kebutuhan pokok rakyat untuk meneruskan arus inflasi dan untuk usaha pembangunan ekonomi maka pembiayaan memegang peran penting.

- 6) Jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional Para usahawan memperoleh pembiayaan untuk meningkatkan usahanya. Peningkatan usaha bermakna peningkatan profit. Bila keuntungan ini secara kumulatif dikembangkan lagi dalam arti kata dikembalikan lagi ke dalam struktur permodalan, maka peningkatan akan berlangsung terus menerus. Dengan pendapatan yang terus bermakna pajak perusahaanpun akan terus bertambah. Sehingga secara tidak langsung pendapatan negara juga akan meningkat.

e. Prinsip Pembiayaan

Prinsip pembiayaan bisa dianalisis dengan 5 C., yakni:⁵⁵

- 1) *Character* (watak)

Bermaksud untuk mendapatkan gambaran akan kemampuan membayar dari pemohon, memuat perilaku pemohon, sikap sebelum dan selama permohonan pembiayaan diajukan. Pemohon pembiayaan yang berperilaku senantiasa mendesak pencairan pembiayaan dengan disertai janji-janji pemberian hadiah pada umumnya diragukan kemauannya dalam mengembalikan/melunasi pembiayaan.

- 2) *Capacity* (kemampuan)

Dilakukan dengan maksud untuk mengukur tingkat kemampuan mengembalikan pembiayaan dari usaha yang dibiayai, memuat aspek manajemen (kemampuan mengelola usaha), aspek produksi (kemampuan memproduksi secara berkesinambungan), aspek pemasaran (kemampuan memasarkan hasil usaha), aspek finansial (kemampuan menghasikan keuntungan).

- 3) *Capital* (modal)

Bermaksud untuk mengukur kemampuan pemohon dalam menyediakan modal sendiri, yang memuat: besar dan komposisi modal, perkembangan keuntungan usaha selama tiga periode sebelumnya.

- 4) *Condition* (prospek usaha)

Bermaksud untuk mengetahui prospektif atau tidaknya suatu usaha yang akan dibiayai, yang memuat siklus usaha mulai dari bahan baku (pemasok), pengolahan, dan pemasaran (pembeli). Dalam pemasaran itu harus diperhatikan pula kondisi persaingan dari usaha yang bersangkutan, barang substitusi yang beredar di pasar, potensi calon pesaing, dan peraturan pemerintah.

⁵⁵ Mudrajad Kuncoro dan Suhardjono, Manajemen Perbankan Teori dan Aplikasi, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2012), Edisi II, hlm. 228-229.

5) *Collateral* (agunan)

Bermaksud untuk mengetahui besarnya nilai agunan yang bisa dipergunakan sebagai alat pengaman bagi BMT dalam tiap-tiap pemberian pembiayaan.

6. Kualitas Pelayanan

a. Deskripsi Kualitas Pelayanan

Kualitas memiliki arti yang berbeda-beda tergantung penempatan kosa kata yang dipakai atau tergantung istilah apa yang dipakai. Marnis menuturkan bahwa kekhususan deskripsi kualitas terletak pada aspek standar yang ditetapkan, yang ditinjau dari dimensi khusus, misalnya komposisi kimiawi bahan baku, kekerasan, kekuatan, kerataan permukaan, ketepatan ukuran, dan sejumlah aspek lain yang lebih bersifat Kosubjektif. Konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relative suatu produk atau jasa yang memuat kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Dalam perspektif TQM (*Total Quality Management*), Pelanggan mendefinisikan dan mengevaluasi seberapa baik fitur dan karakteristik tersebut sesuai kebutuhannya. Konsep kualitas itu sendiri pada hakikatnya bersifat terukur, yaitu bergantung pada perspektif darimana karakteristik dan spesifikasi itu didefinisikan. Pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang harus sesuai satu sama lain, yaitu pemikiran konsumen, produk jasa, dan proses. kualitas dipandang secara luas, dimana tidak hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan juga memuat proses lingkungan dan manusia.⁵⁶

Dalam dunia bisnis, bukan hanya produk/jasa yang di perhatikan. Dalam hal berbisnis kualitas pelayanan harus bisa diperhatikan juga. Sebab kualitas pelayanan merupakan cara mempertahankan pelanggan. Dengan adanya kualitas, bermakna perusahaan harus memenuhi harapan-harapan pelanggan dan memuaskan kebutuhan mereka, Pelayanan sebagai salah satu tolok ukur dari upaya pemuasan pelanggan dan merupakan kewajiban dari suatu pihak yang harus dioptimalkan, karena pelayanan yang diberikan sebagai cerminan dari kualitas penyedia layanan Kualitas yang baik dapat diamati melalui ciri yang meliputi kemudahan, kecepatan, ketepatan, kehandalan dan empathy dari petugas pelayanan dalam pemberian dan penyampaian pelayanan kepada pelanggan yang berkesan kuat yang dapat langsung dirasakan pelanggan waktu itu dan saat itu juga. Kemudian, kualitas berisi tentang seluruh sifat dari suatu produk atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan penyedia layanan untuk memberikan kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan, baik yang tersurat maupun tersirat

⁵⁶ Priyono, & Marnis. 2008, Manajemen Sumber Daya Manusia. Sidoarjo: Zifatama Publisher.

Tjiptono menuturkan bahwa kualitas pelayanan merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima dan pelayanan yang mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Semakin baik pelayanan yang diberikan akan mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan sehingga usaha itu akan dinilai semakin bermutu. Di lain sisi, jika pelayanan yang diberikan kurang baik dan kurang memuaskan, maka usaha itu akan dinilai kurang bermutu.⁵⁷

Wijaya menuturkan bahwa deskripsi kualitas pelayanan yaitu sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan atau konsumen. Maknanya, kualitas pelayanan dilandaskan pada pengalaman konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berlandaskan persyaratan-persyaratan itu. Deskripsi kriteria pelayanan jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.⁵⁸

Berlandaskan pendapat para ahli di atas perihal kualitas pelayanan, maka bisa ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu ukuran tingkat pelayanan yang diberikan pada pelanggan dengan tujuan bisa melebihi harapan dan keinginan dari pelanggan itu.

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2016:119) memaparkan bahwa indikator kualitas pelayanan bisa dilihat pada lima dimensi. Kelima dimensi utama kualitas pelayanan itu, yakni:

- 1) Bukti fisik (Tangible). Tampilan fisik yang diberikan perusahaan pada konsumen memuat fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi.
- 2) Keandalan (Realibility). Keandalan yang diberikan perusahaan dalam bentuk kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, keakuratan dan memuaskan.
- 3) Daya Tanggap (Responsiveness). Daya tanggap yang diberikan perusahaan dalam bentuk keinginan para staff untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- 4) Jaminan (Assurance). Jaminan yang diberikan perusahaan memuat pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko, dan keraguan.
- 5) Perhatian (Emphaty). Empati memuat kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen.

⁵⁷ Tjiptono, Fandy (2017), Strategi Pemasaran, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.

⁵⁸ Pasuraman., Wijaya, Tony, (2011), Manajemen Kualitas Jasa, Jakarta: Salemba Empat.

Berlandaskan sejumlah teori di atas, maka bisa dipaparkan bahwa pengukuran kualitas pelayanan bisa diukur memakai lima dimensi yaitu bukti fisik (tangible), kehandalan (realibility), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), perhatian (emphaty).

c. Tujuan Kualitas Layanan

Dalam memberikan sebuah pelayanan pada konsumen, tentu sebuah perusahaan mempunyai tujuan dari pemberian pelayanan itu. Tujuan pelayanan yang berkualitas, yakni:⁵⁹

- 1) Untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan
- 2) Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan dari konsumen
- 3) Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan konsumen
- 4) Untuk menjaga agar konsumen merasa diperhatikan segala kebutuhannya
- 5) Untuk mempertahankan konsumen.

d. Fungsi Kualitas Layanan

Ada juga fungsi kualitas pelayanan, yakni:⁶⁰

- 1) Kualitas pelayanan memiliki fungsi untuk memberikan kepuasan senilai mungkin pada para pelanggan, terlepas pelanggan bisa menerima dengan baik atau tidak. Tiap-tiap pengelola usaha memiliki kewajiban untuk menjaga kepuasan itu selaras dengan fungsi dari kualitas pelayanan.
- 2) Fungsi kualitas pelayanan adalah untuk memberikan perasaan nyaman dan puas pada pelanggan. Dengan begitu, para pelanggan akan memiliki rasa bahagia saat melakukan kunjungan ke tempat usaha kedua atau bahkan lebih. Hal ini akan berdampak positif terhadap citra usaha di mata masyarakat luas.

e. Prinsip Kualitas Layanan

Wolkins selaras dengan apa yang dikutip oleh Fandy Tjiptono menuturkan bahwa ada juga sejumlah prinsip kualitas pelayanan, yakni:⁶¹

- 1) Kepemimpinan Strategi
kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin dan mengarahkan organisasinya dalam upaya

⁵⁹ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), hlm. 6

⁶⁰ Adisaputro, G. 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: STIM YKPN

⁶¹ Fandy Tjiptono, *Service, Quality dan Satisfaction*, hlm. 140.

peningkatan kinerja kualitas. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, usaha peningkatan kualitas hanya akan berdampak kecil.

2) Pendidikan

Semua karyawan perusahaan, mulai dari manager puncak sampai karyawan operasional, wajib mendapatkan pendidikan perihal kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan itu antara lain konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

3) Perencanaan Strategi

Proses perencanaan strategi harus memuat pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visi dan misinya. Strategi sangat penting dalam proses mencapai suatu tujuan bagi perusahaan. Dengan perencanaan strategi yang terarah, maka tujuan perusahaan untuk mencapai visi dan misinya semakin mudah.

4) *Review Proses review*

Merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini menggambarkan mekanisme yang menjamin adanya perhatian terus-menerus terhadap upaya mewujudkan sasaransasaran kualitas. Dengan adanya review akan semakin gampang dalam memperhatikan kondisi organisasinya.

5) Komunikasi Implementasi

Strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi organisasi, baik dengan karyawan, pelanggan, ataupun stakeholder lainnya (seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat sekitar, dan lain-lain).

6) Total Human Reward

Reward dan recognition merupakan aspek krusial dalam implementasi strategi kualitas. Tiap-tiap karyawan berprestasi perlu diberi imbalan dan prestasinya harus diakui. Dengan cara seperti ini, motivasi, semangat kerja, rasa bangga dan rasa memiliki (*sense of belonging*) tiap-tiap anggota organisasi bisa meningkat, yang paling gilirannya berkontribusi pada peningkatan produktivitas dan profitabilitas bagi perusahaan, serta kepuasan dan loyalitas pelanggan.

f. Aspek Yang Mempengaruhi Kualitas Layanan

Accounts Commission menuturkan bahwa aspek yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yakni:⁶²

- 1) Akses, yakni kemudahan dan kenyamanan dalam memperoleh pelayanan.
- 2) Komunikasi, yakni menjaga pelanggan dalam memperoleh sebuah informasi dengan mendengarkan dan memakai bahasa yang dimengerti oleh pelanggan
- 3) Kompetensi, yakni memiliki pengetahuan serta keterampilan terhadap jasa yang diberikan
- 4) Rasa hormat, yakni memuat menghargai, kesopanan, pertimbangan dan ramah
- 5) Kredibilitas, yakni kepercayaan, citra dan reputasi
- 6) Keandalan, yakni bisa diandalkan, akurat, memberikan pelayanan yang konsisten, serta memberikan pelayanan yang menjanjikan
- 7) Daya tanggap, yakni kesediaan serta kesiapan dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan
- 8) Keamanan, yakni keamanan fisik, keuangan dan kerahasiaan.
- 9) Bukti fisik, yakni perlengkapan, pelayanan, staf dan penampilan.
- 10) Memahami konsumen, yakni mengetahui kebutuhan personal konsumen dan mengenali pengulangan konsumen.

B. Kajian Pustaka

Berikut merupakan penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam studi ini

Tabel 4. 2 Kajian Pustaka

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
1.	Nur Fitriyani Rahman (2023)	Pengaruh Pembiayaan Rahn Dan Murabahah Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Di Pegadaian Cabang Syariah Pangkajene Kabupaten Sidenreng Rappang	Kuantitatif	Hasil penelitian dan analisis data menunjukkan bahwa diketahui pembiayaan Rahn, murabahah dan kepuasan nasabah memiliki skor klasifikasi sebesar 84%, 77%, 84% yang dimana dalam operasionalnya dapat dikatakan baik hingga sangat baik. Kemudian untuk pembiayaan rahn (x1) tidak memiliki

⁶² Hutasoit. (2011). Pelayanan Publik: Teori dan Aplikasi. Jakarta: Magnascript.

				<p>hubungan yang positif dan Signifikan dan tidak memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah. Namun, Secara simultan pembiayaan rahn (x1) dan pembiayaan murabahah (x2) diketahui Memiliki hubungan yang positif dan signifikan serta memiliki pengaruh terhadap Tingkat kepuasan nasabah. Begitupun untuk pembiayaan murabahah (x2) dimana Memiliki hubungan yang positif dan signifikan serta memiliki pengaruh terhadap Tingkat kepuasan nasabah, sehingga menjadikan pembiayaan murabahah (x2) Variabel yang dominan berpengaruh terhadap variabel y tingkat kepuasan nasabah.</p>
2.	Nurul khairuna azra (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Pada Travel Pt.Sungai Pinang Jaya Bersaudara Ditinjau Menurut Ekonomi Syari'ah	Kuantitatif	<p>Hasil penelitian berdasarkan uji t menunjukkan bahwa kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang dengan nilai Signifikasi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil uji koefisien determinasi diperoleh r^2 sebesar 0,486. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen kepuasan Pelanggan sebesar 48,6% dipengaruhi variabel independen kualitas pelayanan, Sedangkan</p>

				51,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam Penelitian ini. Dalam perspektif ekonomi islam, kualitas pelayanan terhadap Kepuasan penumpang telah sesuai dengan prinsip syariah yaitu ta'awun, at-taysir, Musawah, muhabbah, al-layin, dan ukhuwah.
3.	Endang aferiyanti (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Kia Laundry Di Kampung Baru, Banda Lampung	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bukti fisik, empati, dan jaminan Memiliki pengaruh positif dan signifikan, dan pada variabel daya tanggap dan Keandalan tidak berpengaruh positif dan signifikan. Nilai koefisien determinasi adjust r square (r ²) pada besarnya variabel kualitas Pelayanan dalam menjelaskan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan sebesar 35,6%, sedangkan sisanya 64,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak Diukur dalam penelitian
4.	Firmansyah 2022	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Spbu Lumpue Kota Parepare	Kuantitatif	Hasil Penelitian Menunjukkan Secara Parsial Variabel Yang Tidak Berpengaruh Berwujud (X1) Keandalan(X2), Jaminan (X4), Empati (X5) Dan Variabel Yang Berpengaruh Positif Daya Tanggap (X3). Secara Simultan

				<p>Fhitung (F- Statistic) Sebesar 11,525 > Ftabel Yaitu 2,39 Dengan Nilai Probabilitas 0,000 Yang Berarti Di Bawah Nilai Signifikan 0,05. Berdasarkan Data</p> <p>Tersebut Variabel Berwujud (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) Dan Empati (X5) Secara Simultan (Bersama-Sama) Memiliki Pengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pada SPBU Lumpue Kota Parepare.</p>
5.	Risma ismatul muhibbah 2022	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening	Kuantitatif	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui Bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak penyedia jasa kereta api Joglosemarkerto dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan kereta api Joglosemarkerto. (2) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas Pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan Dapat mempengaruhi sikap loyal pada pelanggan kereta api joglosemarkerto. (3) Kepuasan</p>

				<p>pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan Hasil penelitian dapat diketahui bahwa kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan Dapat mempengaruhi sikap loyalitas pelanggan kereta api joglosemarkerto. (4) Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui</p> <p>Kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Berdasarkan hasil penelitian Dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan antara Kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan.</p>
6.	Yunita anggraini (2022)	<p>Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Puti Minang Di Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Rumah Makan Puti Minang Di Langkapura Kota (Bandar Lampung)</p>	Kuantitatif	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga Mempengaruhi positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan Dengan nilai $0,134 > 0.05$. Kualitas pelayanan berpengaruh positif Dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $0.00 < 0.05$. Berdasarkan analisis data ada pun pada hasil koefisien Determinan (r^2) bahwa pengaruh harga, kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan rumah makan puti minang sebesar 77,4</p>

				% = 52,6 % dan sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak terdapat Pada penelitian
7.	Retno wulansari (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Berkah Syahrie Sejahtera Tangerang	Kuantitatif	Hasil penelitian ini memiliki nilai korelasi lebih besar dari 0,211. Dapat diambil kesimpulan Bahwa butir-butir pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas Pelayanan (x1), harga (x2), dan kepuasan konsumen (y) adalah valid. Untuk itu, Item-item tersebut dapat digunakan dalam pengujian regresi.
8.	Silvia nadrah nst (2022)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap KepuasanPelangganPada UsahaJahitTempahanSilviaTailorPekanbaruDitinjauMenurutEkonomiSyaria h	Kuantitatif	Hasil penelitian ini, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut $Y=2,343+0,733x$ artinya bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif Terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hal ini diuji dengan menggunakan uji t, Yang mana bahwa secara persial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan Terhadap kepuasan pelanggan karena dari hasil uji t diketahui bahwa nilai T hitung (15,576) > t tabel (1,987) nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti H_0 Ditolak dan H_a diterima. Dari hasil uji r^2 menunjukkan bahwa r^2 sebesar 0,729, Nilai tersebut

				<p>menggambarkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan Pelanggan sebesar 72,9%, sedangkan sisanya 27,1% dipengaruhi oleh variabel Lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Tinjauan ekonomi syariah terhadap Kualitas pelayanan pada usaha jahit tempahan silvia tailor pekanbaru telah Menerapkan prinsip syariah dalam melakukan kualitas pelayanannya seperti Menerapkan prinsip persamaan, ramah-tamah, sopan santun, sabar, bertutur kata Yang baik serta ta'awun.</p>
9.	Sri ayu astuti (2023)	Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen Oclo Di Bandung)	Kuantitatif	<p>Penelitian secara simultan menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 47,6% sedangkan sisanya sebesar 52,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan sebesar 18,1% dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan sebesar 29,5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas</p>

				<p>elayanan memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen.</p>
10.	<p>Arahandson napitulu (2023)</p>	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia Unit Sibolangit</p>	<p>Kuantitatif</p>	<p>Hasil penelitian ini dibuktikan dengan koefisien korelasi $r_{xy} = 0,994$, dengan signifikan $p = 0,000 < 0,05$. Koefisien determinan (r^2) dari pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat adalah $r^2 = 0,988$. Ini Menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berdistribusi sebesar 98,80% terhadap Kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil uji mean dapat disimpulkan bahwa kualitas Pelayanan dengan kategori rendah dengan nilai mean hipotetik sebesar 100, dan Nilai mean empiric sebesar 81,67. Pada variable kepuasan nasabah tergolong Rendah dengan nilai rata-rata hipotetik sebesar 100 dan nilai empiric sebesar 81,70.</p>
11.	<p>Ririn indah permatsari (2020)</p>	<p>Pengaruh Pembiayaan Rahn Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Pegadaian Syariah Makassar</p>	<p>Kuantitatif</p>	<p>Hasil penelitian secara uji parsial menunjukkan bahwa pembiayaan rahn Berpengaruh dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah.</p>
12.	<p>Ardian yudistira (2023)</p>	<p>Pengaruh Kualitas Layanan, Produk Kpr Dan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Studi Pada Pt.</p>	<p>Kuantitatif</p>	<p>Penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh Secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah</p>

		Btn Syariah Cabang Banda Aceh)		dalam Memanfaatkan kpr pada btn syariah di kota banda aceh. Produk berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam memanfaatkan kpr pada btn syariah Di kota banda aceh
13.	Fahtira virdha noor (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt Herba Penawar Alwahida Indonesia (Studi Pada Alfatih Business Center Ii Hpai Kota Bengkulu)	Kuantitatif	Hasil penelitian berdasarkan (uji t) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil uji koefisien determinasi diperoleh r square sebesar 0,485. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen kepuasan pelanggan sebesar 48,5% dipengaruhi varibael independen kualitas pelayanan, sedangkan 51,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.
14.	Windi putri sasmita (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Kjks Bmt Al Makmur Nagari Cubadak	Kuantitatif	Hasil penelitian yang penulis lakukan di lapangan dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama dimensi kualitas pelayanan (tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty) Berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan hasil yang Diperoleh melalui uji f nilai f hitung $> f$ tabel yaitu sebesar f

			<p>hitung 122,530 > f tabel 2,450, dimensi kualitas pelayanan (tangible, reliability, Responsiveness, assurance, dan emphaty) mempengaruhi tingkat Kepuasan nasabah sebesar 94,2% dan sisanya sebesar 5,8% dipengaruhi Oleh faktor lain. Sedangkan secara parsial dimensi kualitas pelayanan <i>Tangible, responsiveness, assurance, dan emphaty</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan kualitas pelayanan <i>Reliability</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang bisa Dilihat pada uji t dengan hasil yang diperoleh pada dimensi <i>tangible</i> Memiliki t hitung 0,550 < t tabel 2,024 sehingga dapat disimpulkan ha1 ditolak. Kualitas pelayanan dimensi <i>reliability</i> memiliki t hitung 13,261 > t tabel 2,024 Sehingga dapat disimpulkan ha2 diterima. Kualitas pelayanan dimensi <i>Responsiveness</i> memiliki t hitung 1,218 < t tabel 2,024 sehingga dapat Disimpulkan ha3 ditolak. Kualitas pelayanan dimensi <i>assurance</i> memiliki T hitung 1,772 < t tabel 2,024 sehingga dapat disimpulkan ha4 ditolak.</p>
--	--	--	---

				<p>Kualitas Pelayanan dimensi <i>emphaty</i> memiliki t hitung 0,603 < t tabel 2,024 sehingga Dapat disimpulkan ha5 ditolak. Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa yang mempengaruhi kepuasan nasabah secara signifikan adalah dimensi reliability.</p>
15.	Mona lisa (2022)	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Shopee Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Febi Uin Ar-Raniry)</p>	Kuantitatif	<p>Hasil penelitian Menunjukkan bahwa variabel carter berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan dan loyalitas pelanggan pada markeplace shopee. Fungsi Mediasi variabel kepuasan pelanggan lebih kecil (compliance $\beta = 0,825$, Assurance $\beta = 0,787$, reliability $\beta = 0,812$, tangibles $\beta = 0,776$, empathy $\beta = 0,734$ dan responsiveness $\beta = 0,783$) daripada pengaruh dari carter Ke variabel loyalitas pelanggan. Secara keseluruhan fungsi mediasi tidak Berjalan sebagaimana mestinya karena pengaruh langsung lebih besar Dari pada fungsi mediasinya.</p>

C. Kerangka Berfikir

Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum Koperasi dengan melandaskan kegiatannya berlandaskan prinsip Koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Koperasi syariah merupakan usaha ekonomi yang mantap, demokratis, otonom partisipatif, dan berwatak sosial yang

operasionalnya berlandaskan prinsip-prinsip moral dengan mempertimbangkan halal dan haram sebuah usaha yang dijalankan selaras dengan syariah. Didirikannya koperasi ini untuk memenuhi kebutuhan anggotanya dengan harga yang relatif lebih murah, memberikan kemudahan bagi anggotanya yang membutuhkan modal usaha, serta memberikan keuntungan bagi anggotanya.⁶³

Undang Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 kemudian direvisi menjadi Undang undang Perbankan nomor 10 tahun 1998 memaparkan bahwa pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu. Dr. Kasmir menuturkan bahwa deskripsi pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang bisa dipersamakan dengan itu, berlandaskan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan itu sesudah jangka waktu khusus dengan imbalan atau bagi hasil.⁶⁴

Sebuah perusahaan atau koperasi dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan pada tiap-tiap pelanggannya, sebab hal itu menjadi salah satu aspek untuk menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas suatu perusahaan. Salah satu cara agar koperasi bisa unggul dari badan usaha lainnya adalah dengan memberikan pelayanan yang bermutu dan berkualitas dengan mengedepankan tingkat kepuasan anggotanya. Selaras dengan apa yang dipaparkan oleh Dewi Kemampuan perusahaan dalam memberikan kualitas pelayanan pada pelanggan merupakan salah satu aspek untuk menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas suatu perusahaan.⁶⁵ Koperasi bisa berkembang dari kualitas pelayanan pada para anggota, sebab dengan peningkatan kualitas pelayanan itu akan meningkatkan jumlah anggota ataupun modal koperasi, serta ukuran dari berhasilnya koperasi ialah berapa banyak (dalam jenis dan volume) kebutuhan anggota bisa dilayani oleh koperasi itu.

Dan mulailah banyak lembaga keuangan yang menetapkan kepuasan nasabah sebagai prioritas puncak, meningkatkan komunikasi dan pengetahuan nasabah, memperkuat dukungan pelayanan dan hubungan yang erat, dan mengimplikasikan falsafah yang berorientasi konsumen.⁶⁶ Perusahaan-perusahaan perbankan dan lembaga-lembaga keuangan syari'ah, mulai terdorong untuk lebih memperkuat basis strateginya dengan konsep-konsep seperti customer focused atau market oriented culture untuk tetap bisa mengakses pasarnya secara menguntungkan dan menjamin pertumbuhan berkelanjutan. Hal itu disebabkan nasabah saat ini sudah pintar dan tidak mau dibodohi lagi. Perusahaan atau lembaga keuangan syari'ah harus menempatkan

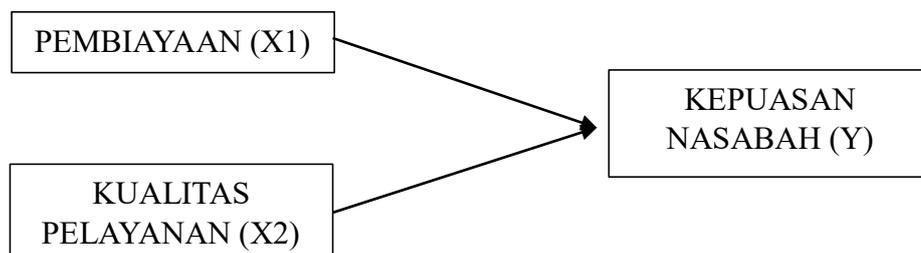
⁶³ Nila Asmita (2020). Peran Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (Studi pada BMT Alittihad Rumbai Pekanbaru Jurnal An-Nahl p-ISSN: 2355-2573 |e-ISSN: 2723-4053 Vol. 7, No. 2, Desember 2020, hlm. 171-176.

⁶⁴ Kasmir, B. and L.K. Lainnya, Edisi Revisi. PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2014.

⁶⁵ Dewi, C. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Minat Beli Konsumen di Rumah Makan Boga-Bogi Surakarta. Jurnal Informatika, hlm. 1.

⁶⁶ David W. Cravens, Pemasaran Strategis, (Jakarta: Erlangga. 1996), hlm. 8.

nasabah sebagai raja dalam perusahaan atau lembaga keuangan syari'ah itu sehingga tiap-tiap elemen perusahaan atau lembaga keuangan syari'ah harus bisa memberikan produk dan pelayanan terbaik pada nasabah.



D. Hipotesis

Hipotesis berasal dari dua penggalan kata adalah hypo yang maknanya dibawah dan thesa yang maknanya kebenaran.⁶⁷ Suharsimi Arikunto menuturkan bahwa hipotesis adalah jawaban yang masih bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian sudah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.⁶⁸

1. Pengaruh Pembiayaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Istilah pembiayaan dan kredit dipakai secara berbeda, dimana kredit dipakai untuk bank konvensional, di lain sisi pembiayaan dipakai untuk bank syariah. Tetapi, keuntungan yang diharapkan adalah satu hal yang membedakan pembiayaan dengan kredit. Bank yang beroperasi berlandaskan prinsip konvensional mendapat keuntungan melalui bunga, di lain sisi bank yang beroperasi berlandaskan prinsip bagi hasil mendapat keuntungan melalui bagi hasil pembiayaan. . Pasal 1 angka (12) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah menjadi Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan menjelaskan bahwa “Pembiayaan berlandaskan prinsip syariah adalah penyediaan utang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berlandaskan persetujuan atau kesepakatan antara Bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai sesudah jangka waktu khusus dengan imbalan atau bagi hasil”

Penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang meneliti tentang Pengaruh Pembiayaan terhadap kepuasan nasabah. Nur Fitriyani Rahman (2023), Ririn Indah Permatasari

⁶⁷ Suharsimi Arikunto, (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. cet.14, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 110.

⁶⁸ Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, cet.10 (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 96.

(2020), Ery Khaeriyah (2012). Hasilnya menunjukkan bahwa pembiayaan berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah.

H1 : Variabel Pembiayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan Nasabah

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Tjiptono menuturkan bahwa kualitas pelayanan merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima dan pelayanan yang mereka harapkan terhadap atribut–atribut pelayanan suatu perusahaan. Semakin baik pelayanan yang diberikan akan mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan sehingga usaha itu akan dinilai semakin bermutu. Di lain sisi, jika pelayanan yang diberikan kurang baik dan kurang memuaskan, maka usaha itu akan dinilai kurang bermutu.

Wijaya menuturkan bahwa deskripsi kualitas pelayanan yaitu sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan atau konsumen. Maknanya, kualitas pelayanan dilandaskan pada pengalaman konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berlandaskan persyaratan-persyaratan itu. Deskripsi kriteria pelayanan jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.

Berlandaskan pendapat para ahli di atas perihal kualitas pelayanan, maka bisa ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu ukuran tingkat pelayanan yang diberikan pada pelanggan dengan tujuan bisa melebihi harapan dan keinginan dari pelanggan itu.

Penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Ardian yudistira (2023), Fahtira virdha Noor (2020), Arahandson Napitulu (2023), Silvia nadrah NST (2022). Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

H2 : Variabel Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan Nasabah

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif ini melibatkan pengumpulan data untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan perihal pendapat orang atas sebuah isu atau topik. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dilandaskan pada pengumpulan dan analisis data berbentuk angka (numerik) untuk memaparkan, memprediksi, dan mengontrol fenomena yang diminati.⁶⁹ Penelitian kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerikal yang diolah dengan metode statistik. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi hubungan antar variabel

2. Sumber Data

Sumber data ialah subyek dari mana informasi bisa didapatkan, di lain sisi Penelitian ini dalam mengambil sumber data memakai dua jenis data, yakni:

1. Data primer, data ini langsung diambil dari lapangan atau tempat penelitian dan juga dari sumber aslinya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Data primer dalam studi ini adalah angket penelitian.
2. Data sekunder merupakan informasi yang peneliti bisa dan kumpulkan langsung dari pihak pertama selaku pendukung. Bisa juga disebut bahwa data itu seperti dokumen-dokumen yang berupa catatan-catatan ataupun tulisan. Sumber data dalam studi ini ialah jurnal, buku dan literasi yang menyangkut penelitian.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono menuturkan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang memuat objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik khusus yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁷⁰ Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas perihal populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut populasi sasaran, yakni populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi jika dalam sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan itu hanya berlaku untuk populasi sasaran yang sudah di tentukan. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang tergabung dalam anggota koperasi Binama syariah Cab. Kaliwungu.

⁶⁹ Sugiyono, Metode Penelitian..., hlm. 39.

⁷⁰ Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam studi ini adalah teknik *non probability sampling* jenis purposive sampling. Sugiyono menuturkan bahwa *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan khusus. Untuk menentukan sampel yang akan dipakai maka peneliti memakai metode sampling simple random sampling dengan kriteria:

1. Anggota koperasi syariah Binama Cab.Kaliwungu.
2. Anggota yang bergabung lebih dari 1 Tahun
3. Anggota yang aktif melakukan pembiayaan

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini memakai teknik *Non-probability sampling*. Random sampling adalah pengambilan sampel tidak pandang bulu, maknanya semua individu diberi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel penelitian.

Dalam studi ini perhitungan sampel diperoleh memakai rumus Paul Leedy (2005) dalam Arikunto (2010) dilihat dari jurnal (Ilham, 2017), yakni:

$$N = \left(\frac{Z^2}{e} \right) (p)(1 - p)$$

Keterangan:

N: Jumlah sampel

Z: Tingkat keyakinan

e: *Margin of Error*

p: Proporsi dalam populasi

Paul Leedy (2005) dalam Arikunto (2010) menuturkan bahwa jumlah populasi dari suatu penelitian tidak diketahui maka harga P (1-P) maksimal adalah 0,25 dan memakai *Confidence Level 95%* dengan tingkat kekeliruan (*margin of error*) 5%, maka besar sampel, yakni:

$$N = \left(\frac{1,96}{0,1} \right) (0,5) \left(1 - \frac{1}{0,5} \right)$$

$$N = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Berlandaskan hasil perhitungan diatas diperoleh jumlah sampel yang baik dari populasi senilai 96,04 orang. Tetapi untuk mempermudah perhitungan dan sebab adanya unsur pembulatan, jumlah sampel yang akan dipakai adalah sejumlah 100 responden.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah terpenting dalam studi sebab tujuan utama penelitian adalah untuk memperoleh data yang valid dan objektif. Untuk keperluan tersebut ada beberapa instrumen pengumpulan data yang biasa dilakukan oleh peneliti. Instrumen tersebut diantaranya: Kuesioner (angket) penelitian, Wawancara, Observasi, dan Dokumentasi. Dalam studi ini penulis memakai teknik pengumpulan data yaitu: kuesioner (angket) dan dokumentasi.

1. Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan responden akan memberikan jawaban atas daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan pada penelitian ini bersifat tertutup dengan opsi jawaban telah disediakan sebelumnya.⁷¹

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi berarti mengumpulkan informasi dengan mencatat informasi yang ada. Metode ini lebih sederhana dari pada metode pengumpulan data lainnya. Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi dengan kata lain pengumpulan informasi yang diperoleh melalui dokumen. Data yang dikumpulkan melalui teknik dokumentasi ini biasanya merupakan data sekunder.⁷²

D. Variabel dan Skala Pengukuran

1. Variabel Penelitian

a. Variabel bebas (independen variabel)

Variabel bebas merupakan variabel yang menetapkan arah atau perubahan terlintas pada variabel terikat, sedangkan variabel bebas berada pada tempat yang bebas dari pengaruh variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebas yaitu Pembiayaan (X1), Kualitas Pelayanan (X2).

b. Variabel terikat (dependen Variabel)

Variabel terikat merupakan variabel yang di pengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah kepuasan nasabah (Y).

⁷¹ Annisa Heny yoepitasari dan Imroatul Hasanah. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. Tudi Kasus Pada Konsumen Motor Matic Merek Yamaha Mio Di Kota Semarang. hlm. 228

⁷² Hardani, dkk. (2020). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Yogyakarta: Pustaka Ilmu. hlm. 149-150

2. Skala Pengukuran

Skala Pengukuran yang dipakai dalam studi ini adalah skala Likert. Sugiyono (2019) menuturkan bahwa skala Likert dipakai sebagai alat ukur pendapat, sikap, orang atau kelompok, perihal fenomena yang terjadi. Ada juga skala Likert memuat 5 (lima) kategori, yakni:

Tabel 4. 3 Skor Penilaian Kuesioner

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (Ss)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (Ts)	2
Sangat Tidak Setuju (Sts)	1

E. Devinisi Operasional

Tabel 4. 4 Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Devinisi	Indikator	Skala Pengukuran
Kepuasan Nasabah (Y)	Lupiyoadi menuturkan bahwa kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan individu sesudah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan,konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja selaras dengan harapan konsumen akan merasa puas dan jika kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas.	1. Sistem keluhan dan usulan 2. Survei kepuasan nasabah 3. Konsumen samaran 4. Analisis mantan nasabah	Skala Likert

<p>Pembiayaan (X1)</p>	<p>Menurut Kasmir (2008:96), Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepercayaan 2. Jangka waktu 3. Risiko 4. Balas jasa 	<p>Skala Likert</p>
<p>Kualitas Pelayanan (X2)</p>	<p>Tjiptono menuturkan bahwa kualitas pelayanan merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima dan pelayanan yang mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Semakin baik pelayanan yang diberikan akan mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan sehingga usaha itu akan dinilai semakin bermutu. Di lain sisi, jika pelayanan yang diberikan kurang baik dan kurang memuaskan, maka usaha itu akan dinilai kurang bermutu.</p> <p>Wijaya menuturkan bahwa deskripsi kualitas pelayanan yaitu sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan atau konsumen. Maknanya, kualitas pelayanan dilandaskan pada pengalaman konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berlandaskan persyaratan-persyaratan itu. Deskripsi kriteria pelayanan jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti fisik (<i>Tangible</i>). 2. Keandalan (<i>Realibility</i>). 3. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>Assurance</i>). 5. Perhatian (<i>Emphaty</i>). 	<p>Skala Likert</p>

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian-penelitian yang sebelumnya telah dilakukan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada pemakaian regresi linier berganda sebagai alat analisis untuk menguji data. Kemudian, *penggunaan in reliability, assurance, dan empathy* sebagai pengukuran dari kualitas pelayanan. Penelitian ini tidak menggunakan indikator tangibles dan responsiveness. Tangibles tidak bisa digunakan untuk menilai kepuasan nasabah, dan karenanya, perusahaan harus focus mengarahkan sumber daya perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dari pada elemen berwujud (*Tsoukatos & Rand, 2006*). Sementara, responsiveness tidak diikutsertakan dalam penelitian ini karena, pelanggan tidak menaruh harapan tinggi terhadap responsiveness dari perusahaan (*Mashenene, 2019*). Sementara perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada objek penelitian. Penelitian ini menggunakan perusahaan perbankan sebagai objek penelitian, yang 50 mana penelitian-penelitian sebelumnya menggunakan objek penelitian pada pemerintahan desa, mahasiswa, salon, hotel, objek wisata, dan perusahaan non jasa perbankan. Selain itu, penelitian ini menambahkan indikator compliance yang mana penelitian-penelitian terdahulu tidak menggunakan indikator tersebut.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Validitas dipakai untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dari kuesioner bisa memaparkan dan mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner itu. Sehubungan dengan hal itu validitas adalah ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang akan diteliti. Uji validitas bisa diketahui dengan melihat r Hitung, jika r Hitung sig. $< 0,5$ =Valid dan r Hitung $> 0,5$ = tidak valid (Ghozali, 2016).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dipakai untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap pernyataan konsisten atau stabil. Uji reliabilitas ditujukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran kuesioner tetap konsisten, Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara one shot atau pengukuran sekali saja dengan memakai uji statistic Cronbach Alpha dengan memakai software SPSS for windows release 25. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0,70$.⁷³

⁷³ Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bermaksud untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, bisa memakai p-plot dan grafik histogram dengan ketentuan: distribusi data yang normal memiliki titik-titik yang mendekati garis normal P-Plot atau data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya berbentuk lonceng, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Akan tetapi pengujian melalui grafik terkadang masih menimbulkan bias, maka dalam studi ini juga dipakai uji normalitas dengan memakai uji statistik non parametrik *Kolmogorov – Smirnov* (K-S) yang bermaksud untuk memastikan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Sugiyono dan Susanto (2015) menuturkan bahwa uji linearitas bisa dipakai untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas bisa dilakukan melalui test of linearity. Kriteria yang berlaku adalah jika nilai signifikansi pada linearity $\leq 0,05$, maka bisa dimaknai bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat ada hubungan yang linear.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Wiyono (2011) menuturkan bahwa analisis regresi linier berganda adalah hubungan fungsional ataupun hubungan kausal dari dua variable atau lebih variable independent dengan satu variable dependen. Dalam studi ini memakai empat variable, sehingga bentuk regresi linier berganda menjadi, yakni:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y: Kepuasan Nasabah

α : Anggota koperasi

β_1 : Koefisien regresi pembiayaan

X1: Pembiayaan

β_2 : Koefisien regresi Kualitas Pelayanan

X2: Kualitas Pelayanan

e: Standard error

5. Uji Hipotesis T (Parsial)

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variable bebas terhadap variable terikat maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang akan diajukan pada penelitian ini. Metode pengujian terhadap hipotesis dilakukan secara parsial dan secara simultan. Pengujian secara parsial dilakukan dengan memakai uji t. pengujian signifikansi dengan uji t dipakai untuk melihat bagaimana variable bebas secara parsial mempengaruhi variable terikat. Uji statistik t ditujukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hal ini bisa dilihat dengan tingkat signifikan level 0,05 ($\alpha = 5\%$) tingkat signifikansi yang dipakai adalah 0,05 dengan kriteria, yakni:

- a. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak, hal ini memaknai ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ $\alpha = 5\%$ maka H_0 diterima, hal ini memaknai tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen

6. Uji F (Simultan)

Uji F atau uji simultan ini pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Cara yang dipakai ialah dengan melihat besarnya nilai probabilitas signifikan-nya. Imam menuturkan bahwa Jika nilai probabilitasnya $< 5\%$ maka variabel independen atau variabel bebas akan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Ada juga dasar pengambilan kesimpulan pada uji F ialah, yakni:

- a. Jika nilai F hitung $< F$ tabel dan jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05(\alpha)$, maka H_0 diterima, maknanya variable independen secara simultan atau bersama-sama tidak mempengaruhi variable dependen secara signifikan.
- b. Jika nilai F hitung $> F$ tabel dan jika probabilitas (signifikansi) lebih kecil dari $0,05(\alpha)$, maka H_0 ditolak, maknanya variable independen secara simultan mempengaruhi variable dependen secara signifikan.

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Objek Penelitian

Pada tanggal 18 Agustus 1993, secara resmi berdirilah Koperasi Serba Usaha (KSU) BINAMA melalui Anggaran Dasar 1 pada tahun 1996, disahkan badan hukum KSU BINAMA dengan Nomor: 1210A/BH/PAD/KWK.11X/96 tanggal 31 Oktober 1996. KOPERASI SYARIAH BINAMA dirintis oleh para aktivis muda didukung para toko masyarakat, dilandaskan pada pemikiran bahwa masih jarang lembaga keuangan yang mengakses keuangan bahwa yang bermaksud untuk pertumbuhan atau pemberdayaan usaha kecil KSPPS BINAMA (Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Bina Niaga Utama) adalah lembaga keuangan berbadan hukum koperasi yang bergerak di bidang jasa keuangan syariah, yakni melayani anggota dan calon anggota akan kebutuhan produk pendanaan dan pembiayaan syariah dngan mengacu pada proses pembangunan ekonomi kerakyatan. Selanjutnya menyesuaikan ketentuan Keputusan Menteri Negara Koperasi dan UKM RI dilakukan perubahan Anggaran Dasar tahun 2016 yang sudah disahkan oleh Surat Keputusan Gubernur Jawa Tengah tahun 2016, diantaranya penggantian istilah dari KJKS Binama menjadi KSPPS BINAMA.

Dalam operasionalnya legalitas KSPPS BINAMA berbadan Hukum Nomor: 1210A/BH/PAD/KWK.11/X/96 tanggal 31 Oktober 1996 dan sudah melakukan perubahan Anggaran Dasar Nomor: 08 tanggal 19 Mei 2010 yang sudah disahkan oleh Gubernur Jawa Tengah dengan SK Nomor: 09/PAD/KDK.11/VI/2010 tanggal 29 Juni 2010.

B. Visi dan Misi KSPPS BINAMA

Dalam menjalankan tugasnya sebagai lembaga keuangan syariah, KSPPS BINAMA memiliki visi dan misi, yakni:

Visi:

“Menjadi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah terbaik di Jawa Tengah.”

Misi:

Mewujudkan KSPPS BINAMA yang:

1. Berkinerja unggul dan berkesinambungan, yakni senantiasa tumbuh, berkembang dan berpredikat sehat dari tahun ke tahun.
2. Memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas dan berdedikasi tinggi.
3. Memiliki anggota yang loyal.
4. Memberi kontribusi yang optimal dalam pengembangan ekonomi dan kesejahteraan bagi anggota.

C. Struktur Organisasi KSPPS BINAMA

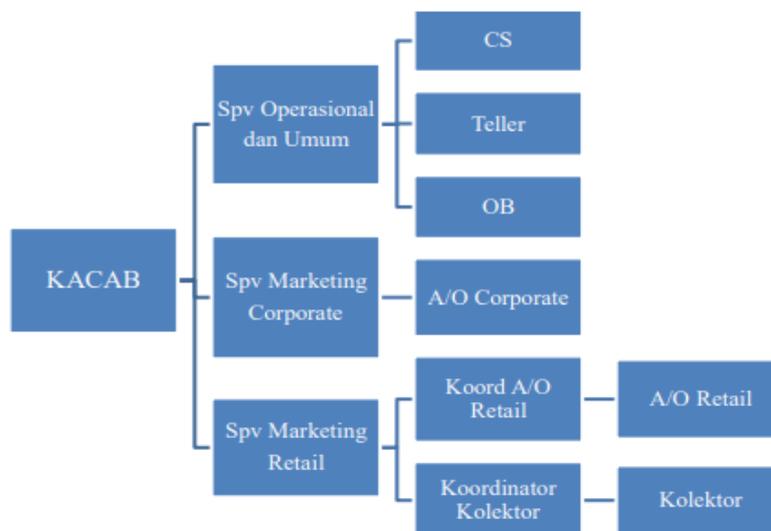
- Dewan Pengawas Syariah : Drs. H. Wahab Zaenuri, MM
 DPS : Drs. H. Rozihan, SH, M.Ag
 Pengawas : Dr. Hj. Sri Nawatmi, SE. MSi
 Anggota 1 : Yani Kartika Sari, SH
 Anggota 2 : Nurlaela Suryadewi Choirunnisa, SE
 Pengurus:
 Ketua : Agus Mubarok, SE
 Sekretaris : Moh. Effendi Yulistantyo, SE
 Bendahara : Kartiko Adi Wibowo, SE. MM

Pengelola:

Manajer: Diah Fajar Astuti, SE

Kepala Cabang

- a. Kepala Cabang Tlogosari : Danang Widjanarko, SE
- b. Kepala Cabang Ngaliyan : Mugiyono, SE
- c. Kepala Cabang Mranggen : Umbara Ranuaji, SE
- d. Kepala Cabang Kaliwungu : Waskitho Budi Hayu, SEI
- e. Kepala Cabang Weleri : Retno Indriati, SE
- f. Kepala Cabang Batang : M. Mudrik Tanthowi, SE
- g. Kepala Cabang Ungaran : Nindyo Wahyono, SE
- h. Kepala Cabang Magelang : Widya Alfinawati



Gambar 4. 1 Struktur KSPPS Binama cabang Kaliwungu, Kendal

D. Deskripsi Data

Deskripsi data penelitian ini memuat jenis kelamin dan masa kerja responden penelitian.

1. Karakteristik responden berdasarkan Jenis kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin bisa dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Kelamin

Responden	Jumlah	Persentase
Perempuan	43	43%
Laki-Laki	57	57%

Sumber: Data Primer diolah 2024

Berdasarkan tabel 4. 5 di atas diketahui bahwa Sebagian besar responden yang mengisi kuesioner berjenis kelamin perempuan dimana pada kategori ini diperoleh sejumlah 43 responden dengan persentase 43%. Dan untuk jenis kelamin laki-laki diperoleh sejumlah 57 responden dengan persentase 57%.

2. Karakteristik responden berdasarkan Usia

Karakteristik responden yang mengisi kuesioner berdasarkan usia bisa dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden	Jumlah	Persentase
19-30 Tahun	39	39%
31-40 Tahun	57	57%
41-50 Tahun	4	4%

Sumber: Data Primer diolah 2024

Berdasarkan tabel 4. 6 di atas dari kuesioner diperoleh data karakteristik berdasarkan usia responden yang berusia 19-30 Tahun berjumlah 39 (39%), responden yang berusia 31-40 Tahun berjumlah 57 (57%) dan responden berusia 41-50 Tahun berjumlah 4 (4%).

3. Karakteristik Berdasarkan Masa Lama Menjadi Anggota

Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi anggota koperasi bisa dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Lama Menjadi Anggota

Responden	Jumlah	Persentase
1-5 Tahun	96	96%
6-10 Tahun	4	4%

Sumber: Data Primer diolah 2024

Berdasarkan tabel 4. 7 diatas dari kuesioner diperoleh data karakteristik berdasarkan masa lama menjadi anggota pada waktu 1-5 Tahun berjumlah 96 (96%) dan 61-10 Tahun berjumlah 4 (4%).

4. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan bisa dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Responden	Jumlah	Persentase
Pegawai Swasta	8	8%
Wiraswasta	81	81%
Pedagang	11	11%

Sumber: Data Primer diolah 2024

Berdasarkan tabel 4. 8 diatas dari kuesioner diperoleh data karakteristik berdasarkan pekerjaan responden yang berusia pegawai swasta berjumlah 8 (8%), responden pelajar/mahasiswa berjumlah 10 (10%) dan responden wiraswasta berjumlah 81 (81%) dan responden sebagai pedagang berjumlah 11 (11%).

E. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu item kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dari kuesioner bisa memaparkan dan mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner itu. Butir pertanyaan dikatakan valid jika . Butir pernyataan dinyatakan valid jika nilai $sig < 0,5$ atau nilai $r_{Hitung} > r_{Tabel}$. Berdasarkan sampel penelitian yang berjumlah 100 responden ($100-2 = 98$) maka r_{Tabel} untuk penelitian ini adalah 0,196.

a. Variabel Pembiayaan

Hasil Uji Validitas pembiayaan bisa dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Pembiayaan

Butir Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0,590	0,196	Valid

X1.2	0,492	0,196	Valid
X1.3	0,480	0,196	Valid
X1.4	0,416	0,196	Valid
X1.5	0,226	0,196	Valid
X1.6	0,329	0,196	Valid
X1.7	0,367	0,196	Valid
X1.8	0,626	0,196	Valid

Sumber: Data Primer diolah 2024

Berlandaskan hasil uji validitas untuk Pembiayaan diperoleh hasil valid untuk tiap-tiap pernyataan dan bisa dipakai dalam studi selanjutnya.

b. Variabel Kualitas Pelayanan

Hasil Uji Validitas kualitas pelayanan bisa dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Butir Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X2.1	0,494	0,196	Valid
X2.2	0,360	0,196	Valid
X2.3	0,297	0,196	Valid
X2.4	0,317	0,196	Valid
X2.5	0,260	0,196	Valid
X2.6	0,326	0,196	Valid
X2.7	0,393	0,196	Valid
X2.8	0,391	0,196	Valid
X2.9	0,435	0,196	Valid
X2.10	0,375	0,196	Valid
X2.11	0,366	0,196	Valid
X2.12	0,389	0,196	Valid
X2.13	0,354	0,196	Valid
X2.14	0,367	0,196	Valid
X2.15	0,259	0,196	Valid
X2.16	0,353	0,196	Valid
X2.17	0,352	0,196	Valid
X2.18	0,355	0,196	Valid
X2.19	0,358	0,196	Valid
X2.20	0,351	0,196	Valid
X2.21	0,390	0,196	Valid
X2.22	0,430	0,196	Valid
X2.23	0,287	0,196	Valid
X2.24	0,220	0,196	Valid

Sumber: Data Primer diolah 2024

Berlandaskan hasil uji validitas untuk variabel Kualitas pelayanan diperoleh hasil valid untuk tiap-tiap pernyataan dan bisa dipakai dalam studi selanjutnya.

c. Variabel Kepuasan Nasabah

Hasil Uji Validitas kepuasan nasabah bisa dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah

Butir Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0,318	0,196	Valid
X1.2	0,303	0,196	Valid
X1.3	0,512	0,196	Valid
X1.4	0,282	0,196	Valid
X1.5	0,408	0,196	Valid
X1.6	0,325	0,196	Valid
X1.7	0,457	0,196	Valid
X1.8	0,585	0,196	Valid

Sumber: Data Primer diolah 2024

Berlandaskan hasil uji validitas untuk variabel Kepuasan nasabah diperoleh hasil valid untuk tiap-tiap pernyataan dan bisa dipakai dalam studi selanjutnya

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dipakai untuk mengetahui konsistensi alat ukur. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,70.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas

Varibel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Pembiayaan	0,978	Reliabel
Kulaitas Layanan	0,986	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,755	Reliabel

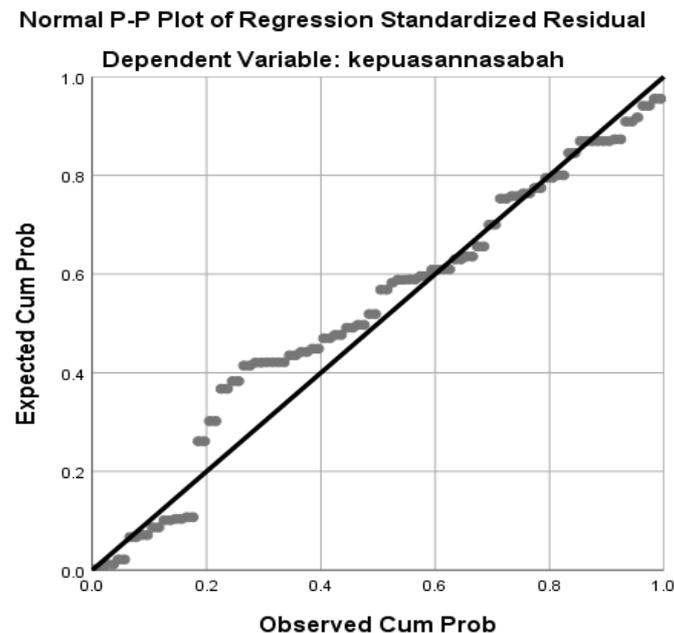
Sumber: Data Primer diolah 2024

Berlandaskan tabel 4. 12 diatas, bisa dilihat nilai *Cronbach Alpha* masing-masing indikator dari variabel pembiayaan dengan nilai *Cronbach Alpha* 0,978 pada variabel kualitas layanan dengan nilai *Cronbach Alpha* 0,986 dan untuk variabel kepuasan nasabah nilai *Cronbach Alpha* 0,755 nilai itu > 0,70 ,maka bisa ditarik kesimpulan bahwa tingkat keandalan reliabel. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa pernyataan-pernyataan dalam instrument itu reliabel atau memiliki tingkat kepercayaan dan konsistensi sebagai alat ukur (instrumen).

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bermaksud untuk menguji apakah model regresi variabel terikat dan bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini memakai *One Sample*

Kolmogorov-Smirnov dengan ketentuan nilai signifikan $> 0,05$, maka model regresi berdistribusi normal. Berlandaskan hasil pengolahan data SPSS, hasil uji normalitas dengan memakai grafik bisa dilihat pada gambar berikut ini:



Berlandaskan gambar *p-plot* di atas bisa dilihat pada gambar diatas bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa data dalam studi ini terdistribusi secara normal. Untuk lebih memastikan residual data sudah mengikuti asumsi normalitas maka data diuji kembali memakai uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov*. Pada uji *Kolmogorov-Smirnov* jika hasil signifikansi lebih besar 0.05 memperlihatkan pola distribusi normal, maka data itu memenuhi asumsi normalitas tetapi jika hasil signifikansi lebih kecil dari 0.05 maka data itu tidak memenuhi asumsi normalitas. Berikut merupakan Tabel hasil uji *Kolmogorov-Smirnov*:

Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.80898783
Most Extreme Differences	Absolute	0.154
	Positive	0.075
	Negative	-0.154
Test Statistic		0.154
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		0.200 ^c

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Primer diolah 2024

Pada tabel 4. 13 di atas terlihat bahwa nilai signifikansi (*Asymp.Sig.2-tailed*) senilai 0,200. Hal itu memperlihatkan bahwa variabel penelitian terdistribusi normal sebab tingkat signifikansi lebih dari 0.05 ($\text{Sig } 0,200 > 0,5$) sehingga residual data berdistribusi normal dan model regresi sudah memenuhi asumsi normalitas.

4. Uji Linearitas

Uji linearitas bisa dipakai untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas bisa dilakukan melalui *test of linearity*. Kriteria yang berlaku adalah jika nilai signifikansi pada *linearity* $\leq 0,05$, maka bisa dimaknai bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat ada hubungan yang linear.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasannasabah * kualitaspelayanan	Between Groups	(Combined)	385.155	14	27.511	14.652	0.000
		Linearity	216.023	1	216.023	115.054	0.000
		Deviation from Linearity	169.132	13	13.010	6.929	0.158
	Within Groups		159.595	85	1.878		
	Total		544.750	99			

Sumber: Data Primer diolah 2024

Berlandaskan Tabel 4.14 diatas hasil uji linieritas memaparkan bahwa nilai Linearity senilai 0,000 ($\text{Linearity} < 0,05$) berlandaskan hasil itu bisa dikatakan bahwa hubungan pembiayaan, kualitas layanan dan kepuasan nasabah bersifat linear. Di lain sisi dengan melihat nilai *Deviation from Linearity* yaitu $0,158 > 0,05$ sehingga bisa dikatakan pula bahwa pembiayaan, kualitas layanan dan kepuasan nasabah memiliki hubungan yang linier.

5. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel.

Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.793	3.290		2.065	0.042
	Pembiayaan	0.097	0.081	0.100	1.193	0.236
	Kualitas pelayanan	0.225	0.032	0.594	7.089	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah
 Sumber: Data Primer diolah 2024

Berlandaskan tabel 4. 15 diatas bisa diperoleh persamaan, yakni:

$$Y = 6,793 + 0,097 X_1 + 0,225 X_2 + e$$

Keterangan:

- α : Konstanta
- Y: Kepuasan Nasabah
- X1: Pembiayaan
- X2: Kualitas Pelayanan
- e: *Error*

Dengan pengambilan keputusan dalam uji regresi linier berganda, yakni:

1. Nilai konstanta pada persamaan regresi diatas senilai 6,793 maknanya jika pembiayaan (X1) dan kualitas layanan (X2) tidak ada maka kepuasan nasbaah akan tetap ada atau terjadi disebabkan ada pengaruh dari variabel lain.
2. Nilai koefisien regresi pada variabel pembiayaan (X1) senilai 0,097 (positif). Hal ini bisa dimaknai bahwa pembiayaan mempunyai hubungan searah dengan kepuasan nasabah.
3. Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan (X2) senilai 0,225 (positif). Hal ini bisa dimaknai bahwa kualitas pelayanan mempunyai hubungan searah dengan kepuasan nasabah.

6. Uji T

Uji hipotesis dalam studi ini memakai uji T atau uji hipotesis secara parsial. Uji signifikansi parsial (Uji T) dipakai untuk menguji pengaruh pengaruh secara parsial. Tingkat signifikansi memakai $\alpha = 0,05$ atau 5% dengan kriteria:

Tabel 4. 16 Hasil Uji T

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.793	3.290		2.065	0.042
	Pembiayaan	0.097	0.081	0.100	1.193	0.236
	Kualitas pelayanan	0.225	0.032	0.594	7.089	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

Sumber: Data primer diolah 2024

Berlandaskan tabel 4. 16 Dengan pengambilan keputusan dalam uji hipotesis T sederhana:

- Diketahui variabel Pembiayaan diperoleh t Hitung senilai $1.193 < t$ Tabel 1,984 dan nilai sig $0,236 > 0,05$. Maknanya pembiayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di koperasi Binama. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa H1 ditolak.
- Diketahui variabel kualitas layanan diperoleh t Hitung senilai $7.089 > t$ Tabel 1,984 dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Maknanya variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di koperasi Binama. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa H2 diterima.

Tabel 4. 17 Koefisien Determasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.637 ^a	0.405	0.393	1.82754

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, pembiayaan

Sumber: Data Primer diolah 2024

Pada tabel 4. 17 diatas menunjukkan hasil Adjusted R Square senilai 0,405 ada pengaruh senilai 40,5%. Hal ini memaknai bahwa kontribusi variabel kepuasan nasabah yang disebabkan oleh pembiayaan dan kualitas pelayanan senilai 40,5% di lain sisi sisanya 59,5% dipengaruhi oleh aspek-aspek lain.

7. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antar variabel independent terhadap variabel dependen yaitu pembiayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

Tabel 4. 18 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	220.779	2	110.389	33.052	0.000 ^b
	Residual	323.971	97	3.340		
	Total	544.750	99			
a. Dependent Variable: kepuasannasabah						
b. Predictors: (Constant), kualitaspelayanan, pembiayaan						

Sumber: Data Primer diolah 2024

Nilai F	Sig.
33,052	0,000

Berlandaskan tabel 4. 18 diatas diketahui bahwa nilai F hitung 33,052 > nilai F tabel 3.09 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa varaibel pembiayaan dan varaibel kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Pembiayaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian hipotesis uji t diketahui bahwa pembiayaan (X1) adalah t Hitung senilai 1,193 < t Tabel 1,984 dan nilai sig 0,236 > 0,05. Dengan nilai koefisien determasi yang dilihat dari R Square variabel pembiayaan (X1) sebesar 0,097 dengan nilai positif. Sehingga kepuasan nasabah (Y) akan meningkat 0,097 yang di presentasikan menjadi 9,7% berarti semakin tinggi nilai pembiayaan semakin tinggi pula kepuasan nasabah Dapat disimpulkan bahwa variabel pembiayaan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) di koperasi BINAMA.

Berlandaskan wawancara responden yang merupakan salah satu nasabah Koperasi Binama berkaitan dengan pembiayaan ini memiliki prosedur yang berbelit-belit, hal itu kemudian yang membuat pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Produk-produk pembiayaan yang dimaksud yaitu Produk simpanan seperti simpanan berjangka, dan simpanan pokok. Di lain sisi ada dua produk pembiayaan yang ditawarkan pada nasabah, yakni pembiayaan dengan akad mudarabah dan akad murabahah.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Nur Fitriyani Rahman (2023) dengan hasil penelitian secara uji persial memperlihatkan bahwa pembiayaan rahn tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁷⁴

Hasil penelitian ini berbanding dengan hasil penelitian Hala (2022).⁷⁵ Hasil penelitian secara uji parsial memperlihatkan bahwa pembiayaan rahn berpengaruh dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah. Dan studi yang dijalankan oleh Ririn Indah Permatasari (2020) perihal Pengaruh Pembiayaan Produk Rahn Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Cakranegara dimana hasil penelitian memperlihatkan bahwa produk pembiayaan rahn berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Minat Produk Pembiayaan biasanya dipengaruhi oleh sejumlah aspek seperti: bentuk pelayanan terhadap nasabah, jenis-jenis produk pembiayaan, dan persepsi nasabah terhadap BMT itu melalui berbagai informasi yang beredar.⁷⁶ Kotler & Keller (2016) menuturkan bahwa produk apapun bisa diberikan ke pasar untuk memenuhi permintaan, di lain sisi produk juga memberikan manfaat pada konsumen, segala sesuatu yang memenuhi kebutuhan konsumen disebut produk. Agar produk bisa diterima oleh pasar, maka dalam penciptaan produk harus fokus pada tingkat kualitas yang selaras dengan keinginan pelanggannya.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian hipotesis uji t diketahui bahwa kualitas Pelayanan (X2) adalah t Hitung senilai $7.089 > t$ Tabel $1,984$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Dengan nilai koefisien determasi yang dilihat dari R Square variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar $0,597$ dengan nilai positif. Sehingga kepuasan nasabah (Y) akan meningkat $0,597$ yang di presentasikan menjadi $59,7\%$ berarti semakin tinggi nilai kualitas pelayanan semakin tinggi pula kepuasan nasabah Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) di koperasi BINAMA.

Berlandaskan wawancara pada responden yang merupakan salah satu nasabah Koperasi Binama kualitas pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan. Dalam hal ini kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan sudah maksimal. Kualitas pelayanan dilihat sebagai salah satu aspek yang bisa meningkatkan kesediaan konsumen untuk memakai jasa

⁷⁴ Nur Fitriyani Rahman. 2023. Pengaruh Pembiayaan Rahn Dan Murabahah Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Di Pengadaian Cabang Syariah Pangkajene Kabupaten Sidengreng Rappang. IAIN Parepare.

⁷⁵ Yusriadi Hala, Rosida Meidina Agus, Syahrul Mnsyur. 2022. Pengaruh Pembiayaan RHN Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Pegadaian Syariah makasar. *jurnal.stie-aas.ac.id*

⁷⁶ Umi Hani'in, Harun Santosa. 2022. Pengaruh Pelayanan, Produk Pembiayaan, dan Persepsi Nasabah Terhadap Minat Produk Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah BMT Samara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 2022, 3676-3680

atau produk kembali, serta mau merekomendasikan pengalaman pemakaian jasa pada orang lain. Karyawan koperasi Binama memberikan pelayanan yang selaras dengan apa yang ditawarkan, ketanggapan atau daya tanggap (responsiveness).

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian Laia (2020) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Koperasi Simpan Pinjam Pengembangan Perdesaan (KSP3) Cabang Amandraya.Saran.⁷⁷ Hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian Budiarno, dkk pada tahun 2022 dalam konteks Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. Di mana kualitas pelayanan terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tetapi penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Ardiansyah Japlan, dkk pada tahun 2022 dalam konteks Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Cabang BMT Fajar Metro Pusat. Di mana kualitas pelayanan terbukti berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Layanan merupakan sebuah pelayanan yang tidak berwujud yang diberikan oleh koperasi pada nasabah. Pelayanan itu tidak bisa dilihat, akan tetapi pelayanan itu hanya bisa dirasakan manfaatnya oleh tiap-tiap nasabah. Masalah utama dalam pelayanan adalah pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai harapan nasabah atau tidak, sebab tiap-tiap nasabah mempunyai penilaian masing-masing tiap-tiap pelayanan yang diberikan. Kualitas layanan yang diberikan koperasi pada nasabah merupakan salah satu indikator yang menentukan kepuasan nasabah terhadap apa yang diberikan oleh koperasi.

Apabila nasabah benar-benar telah merasa puas, nasabah akan melakukan pembelian ulang dan nasabah akan bercerita kepada banyak orang bahwa perusahaan tersebut bagus dan akan bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk beralih di tempat yang sama. Jika kualitas layanan yang diberikan koperasi pada nasabah baik, maka akan membuat nasabah beranggapan pihak koperasi sudah profesional dalam memberikan pelayanannya. Begitu pula sebaliknya jika nasabah beranggapan kualitas layanan yang diberikan pada nasabah buruk, maka nasabah akan beranggapan kalau pihak koperasi kurang profesional dalam memberikan layanan pada nasabah.

Maka dari itu, perusahaan sekarang harus memikirkan dengan matang betapa pentingnya pelayanan kepada nasabah melalui kualitas pelayanan. Karena, kualitas pelayanan merupakan aspek penting dalam bertahan di dunia bisnis dan memenangkan persaingan.

⁷⁷ Nidarmarni Laia, Walsyukurniat Zendrato, Indah Permata Sari Lase. 2020. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Koperasi Simpan Pinjam Cabang Amanda Raya. Jurnal Pendidikan Ekonomi P-ISSN: 2715-2006 Vol. 2 No. 1 Edisi April 2020

3. Pengaruh Pembiayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berlandaskan hasil penelitian hipotesis uji F variabel pembiayaan dan variabel kualitas Pelayanan yang diperoleh dan nilai F sebesar $33,052 > F$ Tabel 3,09 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pembiayaan (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Dengan nilai koefisien determinasi 0,405 dengan nilai positif dengan presentase 40,5%. Sehingga pembiayaan (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) sebesar 40,5% dan untuk sisanya 59,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan individu sesudah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan kemudian dibandingkan dengan harapan. Jika pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan itu bisa dipastikan tidak efektif dan efisien. Dalam hal ini terlebih pelayanan publik. Sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu persepsi pelanggan bahwa harapannya sudah terpenuhi atau terlampaui. Sehingga kepuasan pelanggan bisa tercapai jika sebuah produk atau jasa memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, biasanya pelanggan akan merasa puas. Sehubungan dengan hal itu hampir tiap-tiap perusahaan saat ini menyadari pentingnya arti pelanggan bagi perusahaan dan berupaya keras untuk bisa memberikan kepuasan pada pelanggan.⁷⁸

⁷⁸ Dicky Yusuf,, Cahyaning Raheni. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Koperasi Pegawai Telkom Anutapura Palu. Jurnal Sinar Manajemen ISSN 2337-8743 (Print) || ISSN 2598-398X (Online)

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berlandaskan hasil penelitian maka bisa ditarik kesimpulan, yakni:

1. Pembiayaan (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) dalam menggunakan pembiayaan di koperasi. Didukung dengan nilai t hitung sebesar 1,193 dengan tingkat signifikansi 0,236. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat t tabel sebesar 1,984. Maka t hitung $<$ t tabel ($1,193 < 1,984$) dengan nilai signifikansi $0,236 > 0,05$ yang berarti H1 di Tolak. Hal ini menunjukkan bahwa Pembiayaan di koperasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan nilai koefisien determinasi yang dilihat dari R Square variabel pembiayaan (X1) sebesar 0,097 dengan nilai positif atau 9,7% dan sisanya 90,3% dipengaruhi oleh aspek lain.
2. Kualitas Pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) dalam menggunakan pembiayaan di koperasi. Didukung dengan nilai t hitung sebesar 7,089 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat t tabel sebesar 7,089. Maka t hitung $>$ t tabel ($7,089 > 1,984$) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X2) di KSPPS Binama Cabang Kaliwungu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Dengan nilai koefisien determinasi yang dilihat dari R Square variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,597 dengan nilai positif atau 59,7% dan sisanya 40,3% dipengaruhi oleh aspek lain.
3. Sedangkan Pembiayaan (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y). Didukung dengan nilai F hitung sebesar 33,052 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat F tabel sebesar 33,052. Maka F hitung $>$ F tabel ($33,052 > 3,09$) dengan nilai signifikansi $0,000 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Pembiayaan (X1) dan kualitas pelayanan (X2) di KSPPS Binama Cabang Kaliwungu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Dengan nilai koefisien determinasi yang dilihat dari R Square sebesar 0,405 maka, Pembiayaan (X1) dan kualitas layanan (X2) memiliki pengaruh secara Bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan nasabah (Y) KSPPS Binama cabang kaliwungu sebesar 40,5% dan sisanya 59,5% dipengaruhi oleh aspek-aspek lain.

B. Keterbatas Penelitian

Pada penelitian ini masih terdapat banyak keterbatasan. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada nasabah Koperasi Binama Syariah yang memakan waktu cukup lama, dikarena terdapat nasabah yang tidak berkenan mengisi kuesioner karena beberapa alasan yang menyebabkan lamanya proses pengumpulan data. Selain itu data yang dikumpulkan hanya menggambarkan pendapat responden mengenai Pembiayaan dan Kualitas Pelayanan syariah dan peneliti tidak bisa mengontrol jawaban responden yang tidak menunjukkan keadaan yang sebenarnya.
2. Penelitian ini menjadikan Koperasi Binama Syariah sebagai objek penelitian kemudian fokus satu-satunya pada Koperasi Binama Syariah, sehingga kesimpulan yang dicapai dapat berbeda dengan temuan penelitian jika subjek dipelajari pada lokasi yang berbeda.

C. Saran

Ada Juga Saran Yang Bisa Diberikan, Yakni:

1. Bagi Pembiayaan Koperasi Sebab Tidak Ada Pengaruh Disarankan Untuk KSPPS Binama Cabang Kaliwungu Diharapkan Lebih Responsif Terhadap Persyaratan Nasabah Yang Belum Lengkap Sehingga Nasabah Bisa Segera Melengkapi Serta Mempermudah Prosedur Pembiayaan Yang Ditetapkan Serta Verifikasi Dokumen Persyaratan Yang Lebih Cepat Sehingga Nasabah Segera Mendapat Kepastian Apakah Pengajuan Diterima Atau Ditolak.
2. Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan, Koperasi Binama Dapat Melakukan Beberapa Cara Yakni Memberikan Program Khusus Bagi Nasabah Koperasi, Menggunakan Dasar 5S (Senyum, Sapa, Salam, Sopan Dan Santun), Megusahakan Untuk Memberikan Respon Yang Cepat, Tepat Dan Tanggap, Serta Menerima Segala Kritik Dan Saran Dari Nasabah.
3. Kualitas Pelayanan Diharapkan Untuk Mempertahankan Kualitas Layanan Sebab Bisa Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dari Koperasi
4. Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah, Koperasi Dapat Meningkatkan Kualitas Pelayanan Dan Pembiayaan Yang Dilakukan Untuk Nasabah Dalam Menggunakan Koperasi Binama.

DAFTAR PUSTAKA

- Aam Slamet Rusydana. (2018). Mengembangkan Koperasi Syariah di Indonesia: Pendekatan Interpretative Structural Modelling (ISM). *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 9 No. 1
- Abdul Basith, S.pd., M.Si, Islam dan Manajemen Koperasi, UIN MALANG PRESS: Cetakan 1 2008.
- Abdulah Safe'i. (2012) Koperasi Syariah: Tinjauan Terhadap Kedudukan dan Peranannya dalam Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan. *Media Syari'ah*, Vol. 14, No. 1, 2012
- Adisaputro, G. 2010. Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran. Cetakan Pertama. Yogyakarta: STIM YKPN
- Aldilan Julian Satria, "Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah", *Jurnal Pendidikan dan Tata Negara*, Vol.4, No.3, 2016
- Alfeius Manuntung. 2018. Teirapi Peirilaku Koignitif pada Pasiein Hipeirteinsi Malang: Wineika Meidia.
- Annisa Heny yoepitasari dan Imroatul Hasanah. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. Tudi Kasus Pada Konsumen Motor Matic Merek Yamaha Mio Di Kota Semarang.
- Badan Pusat Statistik. Diakses 13 Oktober 2023
- Buchori, N.S., Koperasi dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah. *MASLAHAH (Jurnal Hukum Islam dan Perbankan Syariah)*, 2010.
- Daryanto & Ismanto. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta:Gava Media.
- David W. Cravens, *Pemasaran Strategis*, (Jakarta: Erlangga. 1996).
- Dewi, C. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Minat Beli Konsumen di Rumah Makan Boga-Bogi Surakarta. *Jurnal Informatika*.
- Dicky Yusuf,, Cahyaning Raheni. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Koperasi Pegawai Telkom Anutapura Palu. *Jurnal Sinar Manajemen* ISSN 2337-8743 (Print) || ISSN 2598-398X (Online)
- Fandy Tjiptono, *Service, Quality dan Satisfaction*.
- Firda Rini Fauziyah. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT Dana Li Mardhatillah Semarang Terhadap Tingkat Kepuasan Anggota. Skripsi UIN Wali Songo Semarang
- Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013).
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Halid, N. (2004). *Koperasi Pilar Negara*. Jetpress, Jakarta

- Hardani, dkk. (2020). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Hendri Wijaya. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah XYZ di Jakarta. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3 No. 3, September 2017 Permalink/DOI: <http://dx.doi.org/10.17358/jabm.3.3.417>.
- Hermuningsih, S. (2007). *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, Volume 4 Nomor 2, November 2007. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 4 (November).
<https://peta.kendalkab.go.id/profile/kendal> diakses pada tanggal 30 April 2024 pukul 01.43.
<https://www.kompasiana.com/ameliaputri5356/62aa11b3bb448621b152c172/kedudukan-koperasi-syariah-dan-peranannya-dalam-pemberdayaan-ekonomi-di-indonesia> Rangkuti, P. A. (2010). Peran komunikasi Dalam Modernisasi Pertanian Berbasis Koperasi. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 8(1).
- Hutasoit. (2011). *Pelayanan Publik: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Magnascript.
- Idri, Hadits Ekonomi, *Ekonomi dalam Perspektif Hadits Nabi*, (Jakarta: Prenada media, 2015).
- Indah Nilam, *Ekonomi Koperasi) Tujuan, Fungsi, Dan, Prinsip Syari'ah*, Universitas Gunadarma, 2016.
- Jalaluddin, J., & Audia, R., (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Menjadi Anggota Koperasi Syariah 212 (Studi Kasus Di Banda Aceh Dan Aceh Besar). *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 5(2), hlm. 163-182. <https://doi.org/10.24815/jped.V5i2.15741>
- Jeni Susyanti dan Moh. Antok Sultoni. *Oprasional Keuangan Syariah*, (Malang: bpfe UNISMA, 2003).
- Kasmir, B. and L.K. Lainnya, Edisi Revisi. PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2014 Karomatul Ulya, M. Irwan Universitas Mataram. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Menjadi Anggota Koperasi Syariah Di Kota Mataram. *Jurnal Konstanta Ekonomi Pembangunan*. Vol. 2 No. 1 Juni 2023.
- Kotler dan Keller. (2018) *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga
- Lia Sandra Alimbudioinoi. 2020. *Koinseip Peingeitahuan Akuntansi Manajeimein Lingkungan*. Surabaya: CV. Jakad Meidia Publishing.
- Lia Sandra Alimbudioinoi. *Koinseip Peingeitahuan Akuntansi Manajeimein Lingkungan*.
- Limbong, B. (2013). *Ekonomi Kerakyatan Dan Nasionalisme Ekonomi*.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Marpaung, M. (2014). Pengaruh Kepemimpinan dan Team Work Terhadap kinerja Karyawan Di koperasi Sekjen Kemdikbud Senayan Jakarta. *Jurnal Ilmiah WIDYA*, 2(1).
- Mudrajad Kuncoro dan Suhardjono, *Manajemen Perbankan Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2012), Edisi II.
- Muhammad Firdaus dan Agus Edhi, *Perkoperasian*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2002,
- Muhammad Syafi'I Antonio. (2010). *Bank Syariah dari Teori dan Praktik*. Jakarta: Gema Insani.

- Muhammad Wandisyah R. Hutagalung Sarmiana Batubara. (2021). Peran Koperasi Syariah Dalam Meningkatkan Perekonomian dan Kesejahteraan Masyarakat Di Indonesia.
- Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, Sarmiana Batubara. (2021). Peran Koperasi Syariah Dalam Meningkatkan Perekonomian dan Kesejahteraan Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 2021.
- Muhammad, Manajemen Bank Syari'ah, (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2002), Edisi I.
- Muhammad, Manajemen Pembiayaan Bank Syariah....
- Mujizatullah. (2018) Pengaruh Kebijakan dan Pembiayaan Murabahah Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Volume 2 | Nomor 1 | Januari-Juni 2018 ISSN: 2549-4872*.
- Nidarmarni Laia, Walsyukurniat Zendrato, Indah Permata Sari Lase. 2020. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Koperasi Simpan Pinjam Cabang Amanda Raya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi P-ISSN: 2715-2006 Vol. 2 No. 1 Edisi April 2020*
- Nila Asmita (2020). Peran Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (Studi pada BMT AlIttihad Rumbai Pekanbaru *Jurnal An-Nahl p-ISSN: 2355-2573 | e-ISSN: 2723-4053 Vol. 7, No. 2, Desember 2020, hlm. 171-176*.
- Nilan Widyarani. 2009. Psikoloogi Poipuleir:Kunci Peingeimbangan Diri. Jakarta: PT Eileix Meidia Koinputindoi.
- Nina Indah Febriana. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. *AN-NISBAH*, Vol. 03, No. 01, Oktober 2016.
- Nur Fitriyani Rahman. 2023. Pengaruh Pembiayaan Rahn Dan Murabahah Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Di Pengadaian Cabang Syariah Pangkajene Kabupaten Sidengreng Rappang. IAIN Parepare.
- Pasuraman,. Wijaya, Tony, (2011), Manajemen Kualitas Jasa, Jakarta: Salemba Empat.
- Philip Kotler, Manajemen pemasaran jilid I Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian (Jakarta: Pt. Indeks, 2004).
- Priyono, & Marnis. 2008, Manajemen Sumber Daya Manusia. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Putri, Amelia. (16 Juni 2022). Kedudukan Koperasi Syariah Dan Perangnya Dalam Memperdayakan Ekonomi Di Indonesia. Kompasiana
- Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa.
- Revrison Baswir, Koperasi Inonesia, BPFE, Yogyakarta, 2013.

- Riswandhi Ismail. (2014). Pengaruh Kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah sebagai preditor dalam meningkatkan loyalitas Nasabah. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, Volume 10, Nomor 2, September 2014, 179-196.
- Sayyid Sabiq, *Fiqh al-Sunnah*, terj. Kamaluddin Marzuki Fiqh Sunnah 13, (Bandung PT. Al-Ma'rif, 1987).
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dari Dampak Pandemi Covid-19 Fokus Bisnis. *Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 19(1).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, cet.10 (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Suharsimi Arikunto, (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. cet.14, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).
- Triana Sofiani, "Konstruksi Norma Hukum Koperasi Syariah Dalam Kerangka Sistem Hukum Koperasi Nasional". *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 12 (Desember 2014).
- Trisnawati, O. M., Fahmi, S. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (EServqual) terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Vol.4(No.2), February 2017.
- Ujang Sumarwan, *Perilaku Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2008).
- Umi Hani'in, Harun Santosa. 2022. Pengaruh Pelayanan, Produk Pembiayaan, dan Persepsi Nasabah Terhadap Minat Produk Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah BMT Samara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 2022, 3676-3680
- Veithzal Rival, Alvian Arifin, *Islamic Banking: sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi* (Jakarta:Bumi Aksara, (2010).
- Winda Aulya, "Jenis , Bentuk dan Penjenjangan Koperasi," *Repository UIN Makassar* 4 (2022)
- Windy Okanawa Bakara, Sugiyanto, dan Nur Ahmadi. (2023). Analisis Pengaruh Pembiayaan, Kualitas Pelayanan dan Motivasi Terhadap Loyalitas Dan Kesejahteraan Anggota Koperasi Pondok Pesantren Muhammadiyah Kota Binjai. *el-Buhuth*, Volume 1, No 1, 2018.
- Yusriadi Hala, Rosida Meidina Agus, Syahrul Mnsyur. 2022. Pengaruh Pembiayaan RHN Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Pegadaian Syariah makasar. *jurnal.stie-aas.ac.id*

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

ANGKET INSTRUMEN PENELITIAN

Nasabah Koperasi Simpan Pinjam Binama Cab.Kaliwungu yang terhormat, saya dari Fakultas Ekonomi UIN Wali Songo Semarang, sedang melakukan penelitian tentang “**Analisis Pengaruh Pembiayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Binama Cab. Kaliwungu**”. Saya mohon Bapak/Ibu dapat meluangkan waktunya untuk mengisi identitas dan komentar pada kolom dibawah ini:

Identitas Responden (*Responden tidak perlu menulis nama*)

1. No. Responden : *(diisi oleh peneliti)*
2. Jenis Kelamin : Perempuan Laki-Laki
3. Lama Masa Anggota : 1-5 Tahun 6-10 Tahun
 > 10 Tahun
4. Pekerjaan : Wiraswasta Pelajar/Mahasiswa
 Pegawai Negeri Pegawai Swasta
 Pedagang Lainnya, Sebutkan :
5. Pendapatan Perbulan : Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
 Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000
 Rp. 2.000.000 – Rp. 5.000.000
 < Rp. 5.000.000

PETUNJUK PENGISIAN

Berdasarkan atas pengalaman Ibu Bapak, berilah tanda centang (√) pada bobot nilai alternative jawaban yang paling merefleksikan persepsi Ibu/Bapak pada setiap pernyataan. Instrumen prestasi kerja guru disusun dengan menggunakan skala likert terdiri dari 5 pernyataan positif.

- Keterangan : SS : Sangat Setuju
S : Setuju
N : Netral
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

A. KUESIONER PEMBIAYAAN (X1)

No	DAFTAR PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
	Kepercayaan					
1.	Saya mengambil keputusan meminjam/menabung pada KSPPS Binama karena sudah terbukti tingkat kepercayaannya dalam memberikan pembiayaan					
2.	Saya mengambil keputusan meminjam/menabung pada KSPPS Binama karena sudah terpercaya dengan mengedepankan syariat Islam dan prinsip keadilan					

Kesepakatan						
3.	Pembiayaan di KSPPS Binama Cabang Kaliwungu yang saya terima sudah sesuai dengan kesepakatan yang tertuang dalam kontrak					
Jangka Waktu						
4.	Kesepakatan jangka waktu pelunasan di KSPPS Binama Cabang Kaliwungu disesuaikan dengan kemampuan saya dalam melunasi pinjaman tersebut					
Risiko						
5.	Pembiayaan yang saya ambil memiliki risiko yang tidak terlalu besar sehingga saya yakin untuk mengambil pembiayaan di KSPPS Binama Cabang Kaliwungu					
6.	Tinggi rendahnya risiko yang diambil dalam melakukan pembiayaan tergantung besar kecilnya jumlah pembiayaan yang saya ambil					
Balas Jasa						
7.	Tingkat keuntungan yang diambil oleh KSPPS Binama sudah sesuai dengan kesepakatan diawal akad					
8.	Balas jasa yang diberikan KSPPS Binama kepada saya sebagai nasabah adalah dengan memberikan arahan dan bimbingan dalam menggunakan dana agar dapat menguntungkan nasabah					
Jumlah						

B. KUESIONER KUALITAS PELAYANAN (X2)

No	DAFTAR PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
Bukti fisik (Tangible)						
1.	Bangunan fisik gedung/kantor mempengaruhi kepuasan Bapak/Ibu					
2.	Kondisi Area parkir mempengaruhi kepuasan Bapak/Ibu					
3.	Suasana kantor mempengaruhi kepuasan Bapak/Ibu					
4.	Kelengkapan peralatan atau barang-barang kantor seperti komputer mempengaruhi kepuasan Bapak/Ibu					
5.	Kerapian penampilan karyawan mempengaruhi kepuasan Bapak/Ibu					
Kehandalan (Realibility)						
6.	Kejelasan karyawan dalam memberikan informasi mempengaruhi kepuasan Bapak/Ibu					

7.	Keramahan karyawan dalam memberikan informasi mempengaruhi kepuasan Bapak/Ibu					
8.	Penguasaan karyawan terhadap prosedur pelayanan mempengaruhi kepuasan Bapak/Ibu					
10.	Jam buka kantor (sesuai dengan yang dikomunikasikan) mempengaruhi kepuasan Bapak/Ibu					
11.	Jam Tutup kantor (sesuai dengan yang dikomunikasikan) mempengaruhi kepuasan Bapak/Ibu					
	Daya Tanggap (Responsiveness)					
12.	Cepat tanggapnya karyawan dalam merespon kebutuhan nasabah					
13.	Cepat tanggapnya karyawan dalam menindak lanjuti keluhan nasabah					
14.	Cepat tanggapnya karyawan dalam membantu kesulitan yang dihadapi nasabah pada saat transaksi					
15.	Kesigapan karyawan dalam memberikan pelayanan					
	Jaminan (Assurance)					
16.	Keahlian karyawan dalam bidang pekerjaannya					
17.	Keakuratan informasi yang diberikan oleh karyawan					
18.	Keamanan dalam melakukan transaksi					
19.	Kecepatan transaksi seperti pencairan kredit					
20.	Tingkat suku bunga kredit yang diberikan mempengaruhi kepuasan Bapak/Ibu					
	Perhatian (Emphaty)					
21.	Perlakuan karyawan dalam melayani nasabah tanpa memandang status sosial					
22.	Kesadaran sikap karyawan terhadap harapan nasabah					
23.	Jalinan komunikasi karyawan terhadap nasabah					
24.	Perhatian individu yang diberikan karyawan					
	Jumlah					

C. KUESIONER KEPUASAN NASABAH (Y)

No	DAFTAR PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Karyawan KSPPS Binama Cabang Kaliwungu memberikan pelayanan yang baik					
2.	Fasilitas penunjang yang disediakan oleh KSPPS Binama Cabang Kaliwungu sangat memadai					

3.	Bunga simpanan maupun pinjaman yang ditawarkan KSPPS Binama sudah sesuai					
4.	Alur peminjaman kredit di KSPPS Binama tidak rumit					
5.	Sistem yang ada pada KSPPS Binama sudah sesuai dengan prosedur					
6.	Saya berminat untuk meminjam kembali di KSPPS Binama Cabang Kaliwungu, apabila pinjaman sebelumnya sudah lunas					
7.	saya merekomendasikan Binama ini sebagai Koperasi Syariah kepada kenalan saya karena pembiayaan yang cukup mudah					
8.	saya merekomendasikan Binama ini sebagai Koperasi Syariah kepada kenalan saya karena Kualitas Pelayanan yang sangat memuaskan					
	Jumlah					

Lampiran 2 Data Jumlah Nasabah 2022 – 2023

Outstanding Pembiayaan KSPPS Binama, Kantor Cabang Kaliwungu, Tahun 2023													
	Dec-22	2023											
		Januari	Pebruari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	Nopember	Desember
Outstanding Pembiayaan	12.853.494.011	13.237.498.257	13.152.976.743	12.824.367.434	12.870.729.288	13.218.691.257	13.382.948.167	13.107.122.387	13.757.527.183	14.227.758.690	15.300.914.379	15.320.054.025	15.865.985.908
Jumlah Anggota	731	748	764	761	781	808	821	827	849	860	865	883	903

Lampiran 3 Data Penelitian

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL
5	5	5	4	4	5	4	5	37
4	5	3	4	5	3	4	5	33
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	5	5	4	34
3	4	4	4	4	4	4	4	31
4	5	4	5	4	5	4	5	36
3	4	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	3	3	4	3	5	3	28
4	4	3	5	5	4	4	3	32
5	4	4	3	5	3	3	4	31
5	4	3	4	5	3	4	4	32
4	5	4	3	4	5	4	3	32
5	4	4	3	3	5	4	5	33
5	4	4	3	4	4	4	4	32
5	4	5	4	5	4	4	5	36
5	4	4	5	4	4	5	5	36
5	4	4	4	5	4	5	4	35
5	4	5	4	4	3	5	3	33
5	4	5	3	5	3	5	5	35
4	5	5	4	4	3	3	5	33
5	4	5	4	3	4	4	5	34
5	4	4	3	5	3	5	4	33
5	4	4	3	5	4	4	4	33
4	5	4	4	4	5	4	4	34
5	4	4	5	4	3	5	4	34
5	4	4	4	3	5	4	3	32
5	4	4	5	3	4	5	4	34
4	4	5	3	4	4	3	3	30

4	5	5	4	3	4	5	3	33
4	5	3	3	5	4	4	3	31
5	4	4	3	5	4	3	4	32
5	4	5	5	3	4	5	4	35
5	4	4	5	3	5	3	4	33
5	4	4	5	4	4	3	5	34
5	4	4	5	3	3	5	4	33
5	4	4	3	5	4	5	4	34
5	4	3	4	5	4	5	4	34
5	4	4	5	3	3	5	4	33
5	4	4	5	5	4	3	5	35
4	3	5	3	4	5	3	5	32
5	4	3	4	4	5	3	3	31
4	5	3	5	5	3	4	3	32
5	4	5	3	5	4	3	4	33
4	5	4	3	5	4	4	5	34
5	4	4	3	5	3	4	4	32
5	4	3	5	4	3	5	3	32
5	4	5	3	4	5	3	5	34
5	5	5	4	4	5	4	5	37
4	5	3	4	5	3	4	5	33
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	5	5	4	34
3	4	4	4	4	4	4	4	31
4	5	4	5	4	5	4	5	36
3	4	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	3	3	4	3	5	3	28
4	4	3	5	5	4	4	3	32
5	4	4	3	5	3	3	4	31
5	4	3	4	5	3	4	4	32
4	5	4	3	4	5	4	3	32
5	4	4	3	3	5	4	5	33
5	4	4	3	4	4	4	4	32
5	4	5	4	5	4	4	5	36
5	4	4	5	4	4	5	5	36
5	4	4	4	5	4	5	4	35
5	4	5	4	4	3	5	3	33
5	4	5	3	5	3	5	5	35
4	5	5	4	4	3	3	5	33
5	4	5	4	3	4	4	5	34
5	4	4	3	5	3	5	4	33
5	4	4	3	5	4	4	4	33

4	5	4	4	4	5	4	4	34
5	4	4	5	4	3	5	4	34
5	4	4	4	3	5	4	3	32
5	4	4	5	3	4	5	4	34
4	4	5	3	4	4	3	3	30
4	5	5	4	3	4	5	3	33
4	5	3	3	5	4	4	3	31
5	4	4	3	5	4	3	4	32
5	4	5	5	3	4	5	4	35
5	4	4	5	3	5	3	4	33
5	4	4	5	4	4	3	5	34
5	4	4	5	3	3	5	4	33
5	4	4	3	5	4	5	4	34
5	4	3	4	5	4	5	4	34
5	4	4	5	3	3	5	4	33
5	4	4	5	5	4	3	5	35
4	3	5	3	4	5	3	5	32
5	4	3	4	4	5	3	3	31
4	5	3	5	5	3	4	3	32
5	4	5	3	5	4	3	4	33
4	5	4	3	5	4	4	5	34
5	4	4	3	5	3	4	4	32

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14
4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4
3	5	4	4	3	5	4	5	3	4	5	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	5	4	4	5	4	3	4	4	5	3	4	5	3
4	4	5	5	4	5	3	3	5	3	3	4	3	4
4	3	5	3	5	4	3	3	4	4	5	3	3	5
4	5	4	4	5	3	5	3	4	4	4	4	4	3
4	5	3	5	5	4	4	3	3	5	5	4	3	3
3	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	3	5	4
4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	5	4	4	5
4	5	4	5	3	3	4	5	5	4	5	4	4	5
5	4	5	4	5	4	5	5	3	3	5	4	4	4
4	5	5	4	4	4	4	5	3	5	4	3	5	3
4	3	4	5	5	3	4	4	5	5	5	3	4	5

5	4	3	5	4	4	5	3	4	4	4	5	5	4
4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5
5	4	4	5	4	5	4	4	3	5	4	4	3	4
5	3	3	4	5	4	4	5	4	3	3	4	5	3
4	5	3	3	4	3	5	5	4	4	3	5	3	4
5	3	4	4	3	3	5	4	4	4	3	5	5	4
5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	3	3	5	3
5	4	5	3	4	5	4	4	3	5	4	4	5	3
4	3	5	4	4	3	4	3	3	4	5	4	5	4
5	4	3	3	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4
5	3	5	5	4	3	5	4	3	5	4	4	3	5
5	4	5	4	4	4	5	3	3	5	3	5	3	4
5	4	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	5	4
3	4	5	4	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5
5	4	4	5	3	5	3	3	5	5	4	3	3	4
4	5	4	3	4	4	5	4	3	5	3	5	4	3
4	5	4	3	3	4	5	4	3	5	4	5	3	3
4	3	5	4	4	5	4	3	3	5	4	3	4	5
5	4	5	4	3	4	5	4	3	5	4	4	5	3
4	5	3	4	5	3	3	4	4	3	5	4	5	4
4	5	4	3	3	5	4	4	3	5	3	5	5	4
5	4	4	3	5	3	5	3	4	4	5	3	4	5
5	4	5	5	3	5	4	5	4	3	3	5	4	3
5	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	3	5	3
5	4	3	4	5	5	4	3	5	5	4	3	4	5
5	4	3	5	4	5	3	4	3	5	4	4	5	3
5	4	3	5	4	3	5	4	5	3	4	5	4	3
5	4	3	5	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4
4	5	3	4	3	5	4	4	5	3	4	5	3	3
4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4
3	5	4	4	3	5	4	5	3	4	5	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	5	4	4	5	4	3	4	4	5	3	4	5	3
4	4	5	5	4	5	3	3	5	3	3	4	3	4
4	3	5	3	5	4	3	3	4	4	5	3	3	5
4	5	4	4	5	3	5	3	4	4	4	4	4	3
4	5	3	5	5	4	4	3	3	5	5	4	3	3
3	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	3	5	4

4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	5	4	4	5
4	5	4	5	3	3	4	5	5	4	5	4	4	5
5	4	5	4	5	4	5	5	3	3	5	4	4	4
4	5	5	4	4	4	4	5	3	5	4	3	5	3
4	3	4	5	5	3	4	4	5	5	5	3	4	5
5	4	3	5	4	4	5	3	4	4	4	5	5	4
4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5
5	4	4	5	4	5	4	4	3	5	4	4	3	4
5	3	3	4	5	4	4	5	4	3	3	4	5	3
4	5	3	3	4	3	5	5	4	4	3	5	3	4
5	3	4	4	3	3	5	4	4	4	3	5	5	4
5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	3	3	5	3
5	4	5	3	4	5	4	4	3	5	4	4	5	3
4	3	5	4	4	3	4	3	3	4	5	4	5	4
5	4	3	3	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4
5	3	5	5	4	3	5	4	3	5	4	4	3	5
5	4	5	4	4	4	5	3	3	5	3	5	3	4
5	4	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	5	4
3	4	5	4	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5
5	4	4	5	3	5	3	3	5	5	4	3	3	4
4	5	4	3	4	4	5	4	3	5	3	5	4	3
4	5	4	3	3	4	5	4	3	5	4	5	3	3
4	3	5	4	4	5	4	3	3	5	4	3	4	5
5	4	5	4	3	4	5	4	3	5	4	4	5	3
4	5	3	4	5	3	3	4	4	3	5	4	5	4
4	5	4	3	3	5	4	4	3	5	3	5	5	4
5	4	4	3	5	3	5	3	4	4	5	3	4	5
5	4	5	5	3	5	4	5	4	3	3	5	4	3
5	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	3	5	3
5	4	3	4	5	5	4	3	5	5	4	3	4	5
5	4	3	5	4	5	3	4	3	5	4	4	5	3
5	4	3	5	4	3	5	4	5	3	4	5	4	3

X2.15	X2.16	X2.17	X2.18	X2.19	X2.20	X2.21	X2.22	XS.23	X2.24	TOTAL
3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	93
5	4	5	3	4	4	3	3	4	4	94
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96
4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	112
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	95
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	97
4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	84
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96
5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	110
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	120
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	73
4	5	5	4	3	4	4	5	3	4	97

5	4	3	3	3	5	4	4	4	5	95
4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	94
5	5	4	4	3	3	5	3	3	5	96
3	5	5	4	5	4	3	4	5	4	98
3	4	4	3	3	4	5	4	4	5	94
4	3	4	5	5	4	5	5	3	4	98
4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	104
5	5	4	3	4	3	4	4	3	4	99
3	5	3	3	5	4	4	4	4	5	98
4	3	3	5	4	4	4	4	3	5	98
4	4	5	5	4	4	3	4	3	5	100
3	3	5	4	4	5	3	4	5	3	100
5	5	3	4	4	3	3	4	5	5	99
4	3	5	4	4	5	3	3	4	5	95
4	4	4	4	5	3	4	5	3	5	96
4	4	5	5	5	3	4	5	4	5	100
3	5	5	4	3	5	3	5	4	4	97
3	5	4	5	4	4	3	5	4	5	100
3	3	4	4	4	5	4	3	3	5	93
4	4	5	5	4	4	3	3	5	4	98
5	3	4	3	5	3	3	5	5	5	99
5	5	3	3	5	4	3	3	5	4	97
3	4	5	4	5	3	3	4	4	5	101
3	3	3	5	5	4	3	4	4	5	99
5	5	4	5	4	4	4	3	3	5	98
5	4	4	4	5	5	3	4	3	5	98
4	3	5	3	4	4	5	4	4	4	95
4	3	3	4	4	5	3	5	4	5	96
4	3	5	3	5	4	4	5	3	5	99
3	5	4	5	3	5	4	5	4	5	99
4	3	3	5	4	3	4	5	3	4	95
5	3	4	5	4	4	4	3	5	4	98
4	5	3	3	5	4	5	4	5	4	100
5	4	5	3	4	5	3	4	3	5	99
3	5	4	3	5	3	4	5	4	5	100
4	5	4	5	4	3	4	3	5	3	97
5	4	5	3	5	4	4	3	5	5	100
5	5	3	5	5	4	5	3	4	4	101
5	3	4	4	5	4	3	5	4	3	95
3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	93
5	4	5	3	4	4	3	3	4	4	94
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96
4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	112
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	95
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	97
4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	84

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96
5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	110
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	120
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	73
4	5	5	4	3	4	4	5	3	4	97
5	4	3	3	3	5	4	4	4	5	95
4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	94
5	5	4	4	3	3	5	3	3	5	96
3	5	5	4	5	4	3	4	5	4	98
3	4	4	3	3	4	5	4	4	5	94
4	3	4	5	5	4	5	5	3	4	98
4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	104
5	5	4	3	4	3	4	4	3	4	99
3	5	3	3	5	4	4	4	4	5	98
4	3	3	5	4	4	4	4	3	5	98
4	4	5	5	4	4	3	4	3	5	100
3	3	5	4	4	5	3	4	5	3	100
5	5	3	4	4	3	3	4	5	5	99
4	3	5	4	4	5	3	3	4	5	95
4	4	4	4	5	3	4	5	3	5	96
4	4	5	5	5	3	4	5	4	5	100
3	5	5	4	3	5	3	5	4	4	97
3	5	4	5	4	4	3	5	4	5	100
3	3	4	4	4	5	4	3	3	5	93
4	4	5	5	4	4	3	3	5	4	98
5	3	4	3	5	3	3	5	5	5	99
5	5	3	3	5	4	3	3	5	4	97
3	4	5	4	5	3	3	4	4	5	101
3	3	3	5	5	4	3	4	4	5	99
5	5	4	5	4	4	4	3	3	5	98
5	4	4	4	5	5	3	4	3	5	98
4	3	5	3	4	4	5	4	4	4	95
4	3	3	4	4	5	3	5	4	5	96
4	3	5	3	5	4	4	5	3	5	99
3	5	4	5	3	5	4	5	4	5	99
4	3	3	5	4	3	4	5	3	4	95
5	3	4	5	4	4	4	3	5	4	98
4	5	3	3	5	4	5	4	5	4	100
5	4	5	3	4	5	3	4	3	5	99
3	5	4	3	5	3	4	5	4	5	100
4	5	4	5	4	3	4	3	5	3	97
5	4	5	3	5	4	4	3	5	5	100

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	TOTAL
4	4	3	3	3	4	4	4	29
3	5	4	4	5	4	5	4	34

4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	5	4	4	3	3	30
3	3	3	3	4	4	3	4	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	3	3	3	3	3	3	25
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	3	3	3	3	3	3	25
5	3	3	4	4	4	3	3	29
4	4	3	3	5	4	3	3	29
3	5	4	4	3	3	5	3	30
4	4	3	4	5	4	4	5	33
5	4	4	3	4	4	5	5	34
4	4	5	3	3	5	4	5	33
5	4	4	4	5	3	5	4	34
3	3	5	4	4	3	5	4	31
5	3	3	4	4	5	4	5	33
4	3	3	5	4	4	5	4	32
4	4	4	4	5	4	4	4	33
4	3	4	4	4	5	5	4	33
5	4	3	4	5	5	3	4	33
5	3	4	5	4	3	3	5	32
4	4	5	5	4	4	3	3	32
4	4	5	3	4	3	5	4	32
4	5	4	4	5	4	4	3	33
4	3	4	5	3	5	4	4	32
4	4	3	5	4	4	5	3	32
4	4	3	4	5	4	3	4	31
5	3	5	4	4	3	5	4	33
4	5	3	5	3	3	5	4	32
3	3	5	4	5	4	4	5	33
4	3	5	4	4	5	3	4	32
4	3	5	4	4	4	5	5	34
4	3	4	5	4	5	4	3	32
4	3	4	5	4	4	5	3	32
5	3	4	4	3	5	3	4	31
3	4	4	5	3	5	4	5	33
4	5	3	3	5	4	3	5	32
4	4	4	3	5	4	4	5	33
5	5	4	3	5	3	4	5	34
5	3	5	4	3	5	4	5	34
5	4	5	3	5	3	3	4	32
3	4	4	5	3	3	5	4	31
4	5	3	4	3	5	3	3	30
4	5	5	3	5	4	3	5	34

4	3	5	4	4	5	4	4	33
5	4	3	5	3	4	4	5	33
5	4	5	4	3	5	4	4	34
4	4	3	3	3	4	4	4	29
3	5	4	4	5	4	5	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	5	4	4	3	3	30
3	3	3	3	4	4	3	4	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	3	3	3	3	3	3	25
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	3	3	3	3	3	3	25
5	3	3	4	4	4	3	3	29
4	4	3	3	5	4	3	3	29
3	5	4	4	3	3	5	3	30
4	4	3	4	5	4	4	5	33
5	4	4	3	4	4	5	5	34
4	4	5	3	3	5	4	5	33
5	4	4	4	5	3	5	4	34
3	3	5	4	4	3	5	4	31
5	3	3	4	4	5	4	5	33
4	3	3	5	4	4	5	4	32
4	4	4	4	5	4	4	4	33
4	3	4	4	4	5	5	4	33
5	4	3	4	5	5	3	4	33
5	3	4	5	4	3	3	5	32
4	4	5	5	4	4	3	3	32
4	4	5	3	4	3	5	4	32
4	5	4	4	5	4	4	3	33
4	3	4	5	3	5	4	4	32
4	4	3	5	4	4	5	3	32
4	4	3	4	5	4	3	4	31
5	3	5	4	4	3	5	4	33
4	5	3	5	3	3	5	4	32
3	3	5	4	5	4	4	5	33
4	3	5	4	4	5	3	4	32
4	3	5	4	4	4	5	5	34
4	3	4	5	4	5	4	3	32
4	3	4	5	4	4	5	3	32
5	3	4	4	3	5	3	4	31
3	4	4	5	3	5	4	5	33
4	5	3	3	5	4	3	5	32
4	4	4	3	5	4	4	5	33
5	5	4	3	5	3	4	5	34

5	3	5	4	3	5	4	5	34
5	4	5	3	5	3	3	4	32
3	4	4	5	3	3	5	4	31
4	5	3	4	3	5	3	3	30
4	5	5	3	5	4	3	5	34
4	3	5	4	4	5	4	4	33

Lampiran 4 Output SPSS

Correlations										
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	-0.029	0.259**	0.161	0.146	0.022	0.230*	0.282**	0.590**
	Sig. (2-tailed)		0.771	0.009	0.111	0.147	0.829	0.021	0.005	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	-0.029	1	0.106	0.186	0.203*	0.196	0.080	0.150	0.492**
	Sig. (2-tailed)	0.771		0.294	0.063	0.043	0.051	0.429	0.137	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	0.259**	0.106	1	-0.073	-0.167	0.215*	-0.002	0.418**	0.480**
	Sig. (2-tailed)	0.009	0.294		0.471	0.097	0.031	0.981	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	0.161	0.186	-0.073	1	-0.280**	0.014	0.254*	0.111	0.416**
	Sig. (2-tailed)	0.111	0.063	0.471		0.005	0.887	0.011	0.271	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	0.146	0.203*	-0.167	-0.280**	1	-0.198*	-0.051	0.143	0.226*
	Sig. (2-tailed)	0.147	0.043	0.097	0.005		0.048	0.615	0.156	0.024

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	0.022	0.196	0.215*	0.014	-0.198*	1	-0.214*	0.159	0.329**
	Sig. (2-tailed)	0.829	0.051	0.031	0.887	0.048		0.033	0.113	0.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	0.230*	0.080	-0.002	0.254*	-0.051	-0.214*	1	-0.077	0.367**
	Sig. (2-tailed)	0.021	0.429	0.981	0.011	0.615	0.033		0.449	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	0.282**	0.150	0.418**	0.111	0.143	0.159	-0.077	1	0.626**
	Sig. (2-tailed)	0.005	0.137	0.000	0.271	0.156	0.113	0.449		0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	0.590**	0.492**	0.480**	0.416**	0.226*	0.329**	0.367**	0.626**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.024	0.001	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	X2.17	X2.18	X2.19	X2.20	X2.21	X2.22	X2.23	X2.24	TOTAL	
X2.1	Pearson Correlation	1	-0.173	0.059	0.251*	0.134	0.109	0.366**	0.129	0.144	0.141	-0.001	0.173	0.173	0.003	0.273*	0.244*	0.223*	0.117	0.346**	0.000	-0.016	0.062	0.271**	0.183	0.484**
	Sig. (2-tailed)		0.085	0.557	0.012	0.183	0.278	0.000	0.201	0.153	0.162	0.989	0.086	0.085	0.974	0.006	0.014	0.026	0.245	0.000	1.000	0.873	0.537	0.006	0.069	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	-0.173	1	0.004	0.017	0.007	0.222*	0.133	0.244*	0.062	0.142	0.046	0.247*	0.093	-0.192	0.009	0.369**	0.205*	-0.007	0.008	0.126	0.348**	0.199	0.015	-0.108	0.360**
	Sig. (2-tailed)	0.085		0.968	0.889	0.944	0.026	0.186	0.014	0.538	0.158	0.649	0.013	0.358	0.056	0.927	0.000	0.040	0.942	0.937	0.212	0.000	0.047	0.883	0.286	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	0.059	0.004	1	0.043	-0.059	0.267**	0.041	0.090	-0.068	0.263**	0.087	-0.058	0.068	0.100	0.098	-0.070	-0.171	-0.252*	0.120	0.294*	0.055	0.199	0.006	0.240*	0.297**
	Sig. (2-tailed)	0.557	0.968		0.668	0.560	0.007	0.685	0.375	0.503	0.008	0.387	0.567	0.503	0.058	0.331	0.491	0.090	0.011	0.234	0.003	0.584	0.047	0.952	0.016	0.003
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	0.251*	0.017	0.043	1	0.108	0.024	-0.084	-0.047	0.176	-0.049	0.207*	-0.009	-0.028	0.084	0.086	0.251*	-0.041	-0.059	0.177	0.000	0.203*	-0.029	0.192	0.211*	0.317**
	Sig. (2-tailed)	0.012	0.869	0.668		0.286	0.813	0.406	0.643	0.080	0.629	0.039	0.933	0.780	0.407	0.395	0.012	0.684	0.560	0.079	1.000	0.042	0.778	0.055	0.035	0.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	0.134	0.007	-0.059	0.108	1	-0.166	-0.054	-0.070	0.072	-0.047	0.114	-0.256*	0.078	0.135	-0.135	0.153	0.064	0.107	-0.156	0.162	-0.076	0.051	0.116	0.102	0.260
	Sig. (2-tailed)	0.183	0.944	0.560	0.286		0.099	0.593	0.490	0.476	0.646	0.257	0.010	0.442	0.181	0.180	0.128	0.524	0.289	0.122	0.107	0.450	0.616	0.248	0.313	0.111
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	0.109	0.222*	0.267**	0.024	-0.166	1	-0.237*	0.107	0.071	0.325**	-0.064	0.046	0.064	0.058	0.148	0.136	-0.050	0.095	0.028	0.256*	-0.028	0.145	0.207*	-0.158	0.326**
	Sig. (2-tailed)	0.278	0.026	0.007	0.813	0.099		0.017	0.291	0.484	0.001	0.530	0.648	0.525	0.568	0.143	0.177	0.618	0.345	0.782	0.010	0.786	0.149	0.039	0.117	0.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	0.366**	0.133	0.041	-0.084	-0.054	-0.237*	1	0.109	-0.035	0.083	0.104	0.467**	0.035	0.093	0.360**	0.004	0.265**	-0.026	0.331**	-0.084	0.269**	0.121	0.092	0.048	0.393**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.186	0.685	0.406	0.593	0.017		0.280	0.731	0.410	0.304	0.000	0.731	0.356	0.000	0.968	0.008	0.795	0.001	0.406	0.007	0.230	0.365	0.637	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	0.129	0.244*	0.090	-0.047	-0.070	0.107	0.109	1	0.127	0.026	-0.091	0.267**	0.334**	-0.110	-0.014	0.188	0.248*	0.020	0.147	0.077	0.036	0.201*	0.205*	0.005	0.391**
	Sig. (2-tailed)	0.201	0.014	0.375	0.643	0.490	0.291	0.280		0.209	0.797	0.370	0.003	0.001	0.275	0.888	0.061	0.013	0.844	0.144	0.449	0.721	0.045	0.041	0.960	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	0.144	0.062	-0.068	0.176	0.072	0.071	-0.035	0.127	1	-0.074	0.097	0.198	0.034	0.381**	0.173	0.134	0.223*	0.252*	0.044	0.270**	0.247*	0.072	0.052	0.054	0.435**
	Sig. (2-tailed)	0.153	0.538	0.503	0.080	0.476	0.530	0.731	0.209		0.467	0.336	0.287	0.739	0.000	0.085	0.183	0.026	0.011	0.661	0.007	0.013	0.477	0.605	0.593	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	0.141	0.142	0.263**	-0.049	-0.047	0.325**	0.083	0.026	-0.074	1	0.087	0.066	0.074	0.195	-0.003	0.055	0.078	0.232*	0.285**	0.000	-0.133	0.277**	0.031	0.040	0.375**
	Sig. (2-tailed)	0.162	0.158	0.008	0.629	0.646	0.001	0.410	0.797	0.467		0.387	0.513	0.467	0.052	0.977	0.585	0.438	0.020	0.004	1.000	0.188	0.005	0.759	0.690	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.11	Pearson Correlation	-0.001	0.046	0.087	0.207*	0.114	-0.084	0.104	-0.091	0.097	0.087	1	-0.180	0.044	0.378**	0.126	0.053	0.098	0.226*	0.176	0.115	0.296**	0.021	-0.038	0.149	0.366**
	Sig. (2-tailed)	0.989	0.649	0.387	0.039	0.257	0.530	0.304	0.370	0.336	0.387		0.173	0.661	0.000	0.211	0.602	0.333	0.024	0.079	0.255	0.003	0.836	0.707	0.139	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.12	Pearson Correlation	0.173	0.247*	-0.058	-0.009	-0.256**	0.467**	0.297**	0.108	0.066	-0.180	1	0.076	-0.012	0.162	0.047	0.176	0.213*	0.344**	-0.040	0.187	0.198	0.114	-0.068	0.389**	
	Sig. (2-tailed)	0.086	0.013	0.567	0.933	0.010	0.648	0.000	0.003	0.287	0.513	0.073		0.451	0.908	0.107	0.645	0.079	0.034	0.000	0.695	0.062	0.049	0.258	0.499	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.13	Pearson Correlation	0.173	0.093	0.068	-0.028	0.078	0.064	0.035	0.334**	0.034	0.074	0.044	0.076	1	-0.101	-0.280**	0.134	0.398**	0.339**	-0.156	0.270**	0.153	0.214*	-0.123	0.068	0.354**
	Sig. (2-tailed)	0.085	0.358	0.503	0.780	0.442	0.525	0.731	0.001	0.739	0.467	0.661	0.451		0.315	0.005	0.185	0.000	0.001	0.122	0.007	0.130	0.032	0.224	0.499	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.14	Pearson Correlation	0.003	-0.192	0.190	0.084	0.135	0.058	0.093	-0.110	0.381**	0.195	0.378**	-0.012	-0.101	1	0.022	-0.239*	-0.163	0.378**	0.189	0.075	0.171	0.270**	0.131	0.083	0.367**
	Sig. (2-tailed)	0.974	0.056	0.058	0.407	0.181	0.568	0.356	0.275	0.000	0.052	0.000	0.908	0.315		0.825	0.017	0.106	0.000	0.060	0.455	0.089	0.007	0.196	0.412	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.15	Pearson Correlation	0.273**	0.009	0.098	0.086	-0.135	0.148	0.360**	-0.014	0.173	-0.003	0.126	0.162	-0.280**	0.022	1	0.097	0.009	-0.054	0.097	0.000	0.124	-0.184	0.039	0.025	0.

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	0.117	0.275**	0.073	-0.205*	1	-0.096	-0.067	0.199*	0.408**
	Sig. (2-tailed)	0.246	0.006	0.469	0.040		0.342	0.510	0.047	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	0.103	-0.144	0.057	0.197*	-0.096	1	-0.177	0.151	0.325**
	Sig. (2-tailed)	0.308	0.153	0.570	0.050	0.342		0.078	0.132	0.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7	Pearson Correlation	-0.115	0.063	0.233*	0.284**	-0.067	-0.177	1	0.142	0.457**
	Sig. (2-tailed)	0.254	0.531	0.020	0.004	0.510	0.078		0.160	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.8	Pearson Correlation	0.226*	0.057	0.275**	-0.173	0.199*	0.151	0.142	1	0.585**
	Sig. (2-tailed)	0.024	0.571	0.006	0.086	0.047	0.132	0.160		0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	0.318**	0.303**	0.512**	0.282**	0.408**	0.325**	0.457**	0.585**	1
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.002	0.000	0.005	0.000	0.001	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										

HASIL UJI RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
0.979	8

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
0.986	24

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
0.755	8

HASIL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

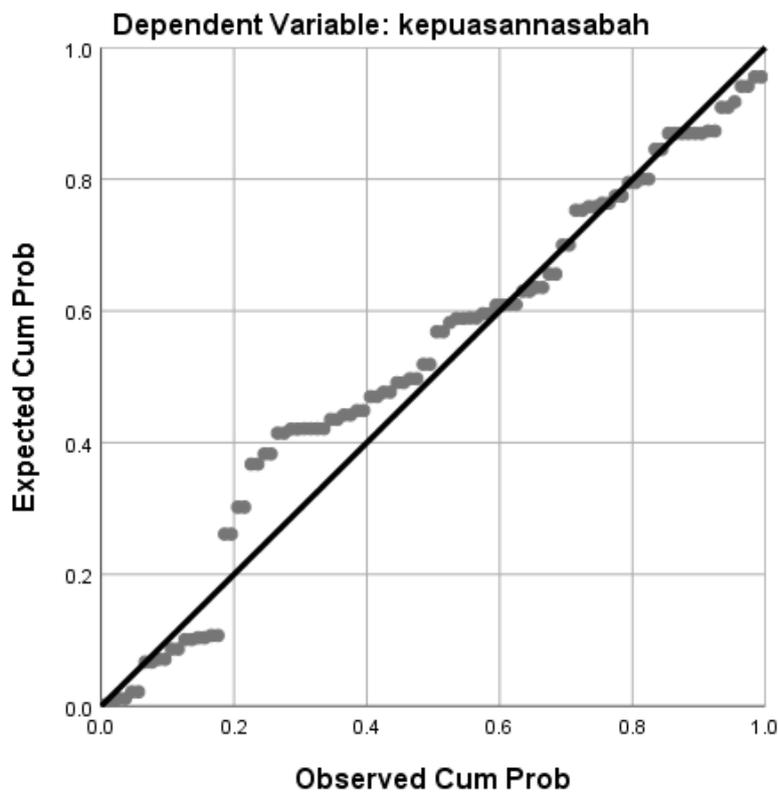
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.80898783
Most Extreme Differences	Absolute	0.154
	Positive	0.075
	Negative	-0.154
Test Statistic		0.154
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



HASIL UJI LINEARITAS

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasannasabah * kualitaspelayanan	Between Groups	(Combined)	385.155	14	27.511	14.652	0.000
		Linearity	216.023	1	216.023	115.054	0.000
		Deviation from Linearity	169.132	13	13.010	6.929	0.158
	Within Groups		159.595	85	1.878		
	Total		544.750	99			

HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.637 ^a	0.405	0.393	1.82754

a. Predictors: (Constant), kualitaspelayanan, pembiayaan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	220.779	2	110.389	33.052	0.000 ^b
	Residual	323.971	97	3.340		
	Total	544.750	99			

a. Dependent Variable: kepuasannasabah

b. Predictors: (Constant), kualitaspelayanan, pembiayaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.793	3.290		2.065	0.042
	Pembiayaan	0.097	0.081	0.100	1.193	0.236
	kualitaspelayanan	0.225	0.032	0.594	7.089	0.000

a. Dependent Variable: kepuasannasabah

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.312 ^a	0.097	0.088	2.24019

a. Predictors: (Constant), Pembiayaan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.630 ^a	0.597	0.390	1.83149

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Jl. Prof. DR. Hunka Kampus III Ngaliyan, Telp-Fax (024) 7608434 Semarang 50185
Website : febl.walisongo.ac.id - Email : febl@walisongo.ac.id*

Nomor : 1531/Un.10.5/D.1/TA.00.01/5/2022 11 Mei 2022
Lampiran :-
Hal : Penunjukan menjadi Dosen Pembimbing Skripsi

Kepada Yth.
Dr. Muchammad Fauzi, S.E., M.M.
Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Walisongo
Di Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan pengajuan proposal tugas akhir mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Seketi Iman Sagupo
NIM : 1905036026
Program Studi : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : ANALISIS PENERAPAN STRATEGI KEUNGGULAN
BERSAING TERHADAP TINGKAT LOYALITAS NASABAH
BANK BRI SYARIAH DI YOGYAKARTA

Maka, kami berharap kesediaan Saudara untuk menjadi Pembimbing I penulisan skripsi mahasiswa tersebut, dengan harapan :

1. Topik yang kami setuju masih perlu mendapat pengarahannya Saudara terhadap judul, kerangka pembahasan dan penulisan.
2. Pembimbingan dilakukan secara menyeluruh sampai selesainya penulisan tugas akhir.

Untuk membantu tugas saudara, maka bersama ini kami tunjuk sebagai Pembimbing II saudara Rakhmat Dwi Pambudi, SE., M.Si..

Demikian, atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

An. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

NUR FATHONI, S.Pd.


Tembusan :

1. Pembimbing II
2. Mahasiswa yang bersangkutan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan, telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
Website: febi.walisongo.ac.id – Email: febi@walisongo.ac.id

Nomor : 4491/Un.10.5/D1/TA.00.01/12/2023

27 Desember 2023

Hal : Izin Riset / Penelitian

Lamp. : -

Yth.

Direktur Koperasi Syariah Binama
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Tugas Akhir / Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak / Ibu memberikan izin riset / penelitian kepada :

Nama : SEKETI IMAN SAGUPO
NIM : 1905036026
Semester : IX (2023/2024)
Prodi : S.1 Perbankan Syariah
Alamat Peneliti : Peraduan Waras RT 005 RW 003 kec. Abung Timur Kab. Lampung Utara, Lampung.
Tujuan Penelitian : Mencari Data dan Informasi Guna Menyelesaikan Tugas Akhir / Skripsi
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH PEMBIAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS PADA KSPPS BINAMA CABANG KALIWUNGU)
Tanggal Pelaksanaan : 08 Januari 2024
Lokasi Penelitian : Koperasi Syariah Binama Cabang Kaliwungu, Jl. Soekarno Hatta, Karangtengah Lor, Karangtengah, Kec. Kaliwungu, Kab. Kendal, Jawa Tengah 51372

Demikian surat permohonan ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Dekan,
Wakil Dekan I Bidang Akademik
Dan Kelembagaan

NUR FATONI

RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Seketi Iman Sagupo
2. Tempat & Tanggal Lahir : Peraduan Waras, 06 Maret 2001
3. Alamat Rumah : Peraduan Waras RT.05/RW.03, Peraduan Waras,
Abung Timur, Kab. Lampung Utara, Lampung
4. No. HP : 081957326658
5. Email : sarohprasojo@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

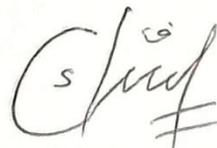
Pendidikan Formal:

1. MI Raudhotusholihin (2007 – 2013)
2. MTs Wali Songo Lampung (2013 – 2016)
3. MA Wali Songo Lampung (2016 – 2019)
4. UIN Walisongo Semarang (2019 – Sekarang)

Pendidikan Non Formal

1. Pondok Pesantren Al-Mansyuriah (2013 – 2015)
2. Pondok Pesantren Wali Songo Lampung (2015 – 2019)

Semarang, 28 Maret 2024



Seketi Iman Sagupo
1905036026

DOKUMENTASI



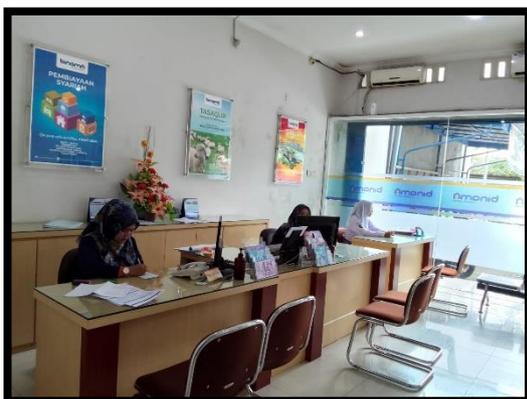
Gambar 4. 2 Pengambilan Kuesioner Kepada Narasumber Anggota Nasabah



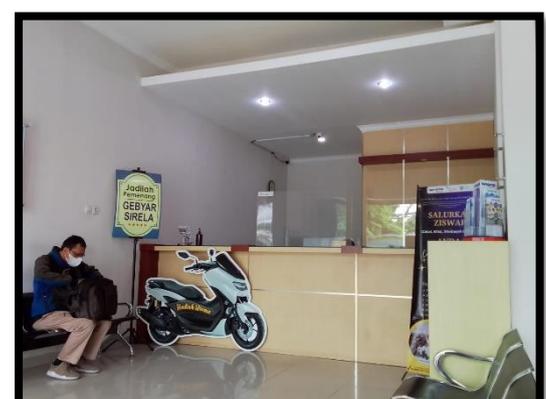
Gambar 4. 3 Lahan Parkir KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu



Gambar 4. 4 Kantor KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu



Gambar 4. 5 Customer Services di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu



Gambar 4. 6 Ruang Tunggu di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu