

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PENANGANAN  
KOMPLAIN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH (STUDI PADA KSPPS MURNI AMANAH  
SEJAHTERA MALANG)**

**SKRIPSI**



Oleh

**AGIL NURCAHYO**

**NIM 18540128**

**PROGRAM STUDI S-1 PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM**

**MALANG**

**2022**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PENANGANAN  
KOMPLAIN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH (STUDI PADA KSPPS MURNI AMANAH  
SEJAHTERA MALANG)**

Diajukan kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang untuk Memenuhi  
Salah Satu Persyaratandalam Memperoleh Gelar Sarjana Perbankan Syariah (SE)



Oleh

**Agil Nurcahyo**

**NIM 18540128**

**PROGRAM STUDI S-1 PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM**

**MALANG**

**2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PENANGANAN  
KOMPLAIN,DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH (STUDI PADA KSPPS MURNI  
AMANAH SEJAHTERAMALANG)**

**SKRIPSI**

Oleh

**AGIL NURCAHYO**

NIM: 18540128

Telah disetujui 11 Maret 2022

Dosen Pembimbing,



**Nihayatu Aslamatis S. SE., MM.**

**NIP:198011092016201608012053**

Mengetahui:

Ketua Jurusan,



**Dzikri Sri Rahayu, SE., MM**

**NIP: 197708262008012011**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PENANGANAN KOMPLAIN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI PADA KSPPS MURNI AMANAH SEJAHTERA MALANG)

#### SKRIPSI

Oleh

**AGIL NURCAHYO**

NIM : 18540128

Telah Diverifikasi di Depan Dewan Penguji  
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada Tanggal 27 Juni 2022

#### Susunan Dewan Penguji:

1. Ketua  
**Dr. Segaf, S.E., M.Sc**  
NIP. 19760215 20160801 1 049
2. Dosen Pembimbing/Sekretaris  
**Nihayatu Aslamatis S. SE., MM.**  
NIP. 198011092016201608012053
3. Penguji utama  
**Eko Suprayitno, SE., M.Si., Ph.D**  
NIP. 197511091999031003

#### Tanda Tangan

(  )

(  )

(  )

Disahkan Oleh

Ketua Jurusan,





**Sri Rahayu, S.E., MM**

NIP. 19770826 2008012011

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agil Nurcahyo

NIM : 18540128

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/S1 Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan S1 Perbankan syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana malik Ibrahim Malang, dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PENANGANAN KOMPLAIN,  
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI  
PADA KSPPS MURNI AMANAH SEJAHTERAMALANG)**

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 24 Juni 2022



Agil Nurcahyo  
Nim 18540128

## MOTTO

لَا حَوْلَ وَلَا قُوَّةَ إِلَّا بِاللَّهِ الْعَلِيِّ الْعَظِيمِ

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji syukur kepada ALLAH SWT, karena atas rahmat, taufik dan hidayahnya penelitian ini bisa selesai dengan judul “Pengaruh Kualitas pelayanan, Penangan komplain dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah studi pada koperasi syariah murni amanah sejahtera Malang”.

Sholaawat serta salam seomoga selalu tercurahkan kepada nabi agung nabi Muhammad SAW yang kita nanti-nantikan syafaat di hari akhir nanti. Dengan selesainya penyusunan tugas akhir atau skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih jazakallah khairan jaza kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.EI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Yayuk Sri Rahayu, SE., MM., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., MM. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah senantiasa meluangkan waktunya untuk mendampingi, membimbing, mengarahkan dan selalu memberikan masukan dalam setiap proses-proses pengerjaan skripsi.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah senantiasa mendidik, memberikan motivasi, pengetahuan, pengalaman, solusi disetiap permasalahan yang dihadapi dan wawasannya sebagai pedoman dan bekal untuk penulis.
6. Ibu, Bapak, adik dan seluruh keluarga besar yang terus memberikan do'a dan dukungan secara moral maupun materi dan spiritual
7. Bapak Abdul salam, S.Si Selau manajer di koperasi syariah murni Amanah sejahtera Malang yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini.
8. Kepada teman-teman persahabatan ke-enam Jurusan Perbankan Syariah terutama kelas B 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik

Ibrahim Malang yang senantiasa menjadi partner dan memberikan banyak kenangan terhadap penulis.

9. Kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah ikut memberikan bantuan dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini sampai dengan selesai, yang belum disebutkan satu per satu.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin ya Robbal ‘Alamin.

Malang, 24 Juni 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>15</b>
1.1 Latar Belakang .....	15
1.2 Rumusan Masalah .....	22
1.3 Tujuan Penelitian.....	23
1.4 Manfaat Penelitian.....	23
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>25</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	25
2.3 Kerangka Konseptual .....	43
2.4 Hipotesis Penelitian.....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>47</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	47
3.2 Lokasi Penelitian .....	47
3.3 Populasi dan Sampel .....	48
3.4 Data dan Jenis data .....	49
3.5 Teknik Pengumpulan data .....	50
3.6 Skala Pengukuran .....	51
3.7 Definisi Variabel operasional.....	51
3.8 Metode analisis data .....	55
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>63</b>

4.1 Hasil Penelitian .....	63
4.2 Pembahasan.....	94
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>103</b>
5.1. Kesimpulan.....	103
5.2. Saran.....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>105</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>111</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 perkembangan jumlah nasabah atau anggota Koperasi MAS .....	19
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu .....	25
Tabel 3.1 Skala Likert.....	51
Tabel 3.2 Pengukuran Variabel Penelitian.....	53
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin .....	67
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan Umur .....	68
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir .....	69
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan .....	69
Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah .....	70
Tabel 4.6 Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan.....	71
Tabel 4.7 Hasil uji validitas variabel penanganan komplain .....	72
Tabel 4.8 Hasil uji validitas kualitas produk .....	72
Tabel 4.9 Hasil uji validitas variabel kepuasan nasabah.....	73
Tabel 4.10 Hasil uji reliabilitas .....	74
Tabel 4.11 Interpretasi skor .....	75
Tabel 4.12 Deskripsi variabel penelitian Kualitas pelayanan (X1) .....	75
Tabel 4.13 Deskripsi variabel penelitian penanganan komplain .....	79
Tabel 4.14 Deskripsi variabel penelitian kualitas produk.....	81
Tabel 4.15 Deskripsi variabel penelitian kepuasan nasabah.....	83
Tabel 4.16 Hasil uji normalitas .....	86
Tabel 4.17 Hasil uji Multikolinearitas .....	87
Tabel 4.18 Uji Heterokedastisitas .....	88
Tabel 4.19 Hasil uji regresi linier berganda.....	90
Tabel 4.20 Hasil uji t parsial .....	92
Tabel 4.21 Hasil uji simultan .....	93
Tabel 4.22 Hasil uji koefisien determinasi .....	94

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka konseptual.....	43
Gambar 4.1 Grafik P.P Plot .....	86
Gambar 4. 2 Hasil Uji scatterplot .....	89

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	111
Lampiran 2 Data hasil penelitian .....	114
Lampiran 3 Outpus SPSS .....	123
Lampiran 4 Biodata Peneliti .....	131
Lampiran 5 JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI/TESIS/DISERTASI .....	133
Lampiran 6 Translate Bahasa Inggris .....	135
Lampiran 7 Translate Bahasa Arab.....	136
Lampiran 8 Surat Keterangan bebas plagiarism .....	137
Lampiran 9 Hasil Cek Turnitin .....	138

## ABSTRAK

Agil Nurcahyo. 2022, Skripsi. Judul: “Pengaruh Kualitas pelayanan, penanganan komplain dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah studi pada koperasi syariah Murni Amanah sejahtera Malang”

Pembimbing : Nihayatu Aslamatis S. SE., MM.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, Kualitas Produk, Kepuasan Nasabah.

---

Kepuasan nasabah menjadi tujuan utama dan target setiap perbankan atau Lembaga keuangan di era kemajuan teknologi dan persaingan yang ketat. Koperasi syariah murni Amanah sejahtera Malang menjadi salah satu koperasi yang sudah berdiri cukup lama dan mampu bertahan di tengah-tengah persaingan dunia perbankan atau Lembaga keuangan non bank lainnya. Koperasi MAS memiliki beberapa masalah dimana adanya penurunan nasabah baru di beberapa tahun terakhir dan juga dibarengi dengan pengurangan karyawan oleh koperasi syariah MAS. Melihat kondisi tersebut Untuk mencapai kepuasan nasabah dirasa sulit dan bersaing dengan lembaga keuangan lainnya yang berlomba-lomba meningkatkan untuk memberikan pelayanan yang baik untuk mencapai kepuasan nasabah. penelitian ini akan menjawab apakah kualitas pelayanan, penanganan komplain dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah studi pada koperasi syariah murni Amanah sejahtera Malang.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah atau anggota Koperasi syariah Murni Amanah sejahtera yaitu berjumlah 594 nasabah. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan Teknik *Non Probability Sampling*. Tipe penarikan sampel yang digunakan sampling tersedia atau disebut *accidental sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 86 nasabah dihitung dengan rumus slovin. Teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. variabel penanganan komplain (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. variabel kualitas produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, penanganan komplain dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan adalah variabel kualitas produk.

Dengan adanya Penerapan dan peningkatan kualitas pelayanan, penanganan komplain dan kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepuasan nasabah untuk terus bertransaksi dan merekomendasikan koperasi MAS kepada orang lain. Adapun kualitas pelayanan yang diberikan sudah baik, akan tetapi hasil penelitian menunjukkan respon dan tanggapan masih belum maksimal. Penanganan komplain yang diberikan kepada nasabah sudah baik dengan hasil komplain cepat diterima oleh koperasi MAS, akan tetapi untuk penanganan yang diberikan belum dilakukan dengan tanggap atau cepat. Kualitas produk juga mampu menarik dan mempertahankan nasabah maupun calon nasabah dengan hasil dari ketiga variabel independen yang diajukan kualitas produk yang paling berpengaruh.

## ABSTRACT

Agil Nurcahyo. 2022, Undergraduate Thesis. Title: "The Influence of Service Quality, Complaint Handling and Product Quality on Customer Satisfaction (A Study on the Murni Amanah Sejahtera Islamic Cooperative, Malang"

Advisor : Nihayatu Aslamatis S. SE., MM.

Keywords : Service Quality, Complaint Handling, Product Quality, Customer Satisfaction.

---

Customer satisfaction is the main goal and target of every banking or financial institution in the era of technological advancement and intense competition. Murni Amanah Sejahtera Islamic Cooperative (Kopsyah MAS) Malang is one of the cooperatives that has been around for a long time and is able to survive in the midst of competition involving bank or other non-bank financial institutions. Kopsyah MAS has several problems including new customers that are declining in recent years and a reduction of employees. Seeing these conditions, it is difficult to achieve customer satisfaction and compete with other financial institutions that are attempting to improve their service to achieve customer satisfaction. This study will answer whether service quality, complaint handling and product quality affect customer satisfaction in the study of Murni Amanah Sejahtera Islamic Cooperative Malang.

This research employs quantitative methods. The population in this study were 594 customers or members of Kopsyah MAS Malang. The sampling method used in this study was carried out with the Non Probability Sampling Technique. The type of sampling used is accidental sampling. The samples are 86 customers calculated using the Slovin formula. The data analysis technique used is Multiple Linear Regression.

The results of the study indicate that the service quality variable (X1) has a significant effect on customer satisfaction. Complaint handling variable (X2) has a significant effect on customer satisfaction. The product quality variable (X3) has a significant effect on customer satisfaction. The simultaneous test results show that service quality, complaint handling and product quality simultaneously have a significant effect on customer satisfaction. The variable that has the most dominant effect is the product quality variable.

The implementation and improvement of service quality, complaint handling and good product quality will increase customer satisfaction so that customers will continue to do transaction and recommend Kopsyah MAS to others. The quality of service provided by this cooperative is good, but the results of the study show that the responses are still not optimal. The handling of complaints given to customers is good, indicated by how the results of complaints are quickly received by Kopsyah MAS. However, the complaint handling has not been carried out in a responsive or fast manner. On the one hand, the product quality can also attract and maintain both customers and prospective customers with the results showing that, among three independent variables proposed, product quality is the most influential one.

## نبذة مختصرة

عقيل نور جهيو. ٢٠٢٢، البحث الجامعي. العنوان: "تأثير جودة الخدمة والتعامل مع الشكاوى وجودة المنتج على رضا العملاء (دراسة الحالة في تعاونية مورني أمانة سيجاهترا مالانج الإسلامية"

المشرف : نهاية أسلمة

**الكلمات الرئيسية:** جودة الخدمة، التعامل مع الشكاوى، جودة المنتج، رضا العملاء.

رضا العملاء هو الهدف الرئيسي والغاية لكل مؤسسة مصرفية أو مالية في مواجهة التقدم التكنولوجي والمنافسة الشرسة. تعاونية مورني أمانة سيجاهترا مالانج الإسلامية هي إحدى التعاونيات التي تأسست لفترة طويلة وقادرة على البقاء في خضم المنافسة في العالم المصرفي أو المؤسسات المالية غير المصرفية الأخرى. وتواجه هعدة المشاكل حيث كان هناك انخفاض في العملاء الجدد في السنوات الأخيرة ويرافقه أيضا انخفاض موظفيها. نظرا إلى هذا الوضع فمن الصعب تحقيق رضا العملاء ومنافسة مع المؤسسات المالية الأخرى التي تتنافس على التحسين لتقديم خدمة جيدة لتحقيق رضا العملاء. سيجيب هذا البحث مدى تأثير جودة الخدمة والتعامل مع الشكاوى وجودة المنتج على رضا العملاء في تعاونية مورني أمانة سيجاهترا مالانج الإسلامية.

استخدم هذا البحث منهج البحث الكمي. وبلغ عدد السكان في هذا البحث من العملاء أو أعضاء تعاونية مورني أمانة سيجاهترا الإسلامية الذين بلغ عددهم ٥٩٤ عميلا. تم تنفيذ طريقة أخذ العينات باستخدام تقنية أخذ العينات غير الاحتمالية. نوع أخذ العينات المستخدمة في أخذ العينات المتاحة أو يسمى أخذ العينات العرضية. بلغ مجموع العينة في هذه الدراسة ٨٦ عميلا تم حسابهم بواسطة صيغة سلوفين. تقنية تحليل البيانات المستخدمة هي الانحدار الخطي المتعدد.

أظهرت نتائج البحث أن متغير جودة الخدمة (X1) له تأثير كبير على رضا العملاء. متغير التعامل مع الشكاوى (X2) له تأثير كبير على رضا العملاء. متغير جودة المنتج (X3) له تأثير كبير على رضا العملاء. أشارت نتائج الاختبار المتزامنة أن جودة الخدمة والتعامل مع الشكاوى وجودة المنتج في وقت واحد لها تأثير كبير على رضا العملاء. المتغير الذي له أكبر التأثير أو مهيم على الأخرى هو متغير جودة المنتج.

مع تنفيذ وتحسين جودة الخدمة، فإن التعامل مع الشكاوى وجودة المنتج الجيدة ستزيد من رضا العملاء لمواصلة التعامل والتوصية بتعاونية مورني أمانة سيجاهترا الإسلامية للآخرين. نتائج الدراسة أظهرت أن الاستجابة لا تزال غير مثالية مع أن جودة الخدمة المقدمة جيدة. إن التعامل مع الشكاوى المقدم للعملاء جيد نظرا إلى سرعة قبولها، ولكن التعامل المقدم لم يتم بشكل سريع. جودة المنتج قادرة أيضا على جذب العملاء والعملاء المحتملين والاحتفاظ بهم مع نتائج المتغيرات المستقلة الثلاثة مما يميل إلى جودة المنتج التي أكثر تأثيرا من غيرها

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan ekonomi Syariah di Indonesia menunjukkan hal yang positif dan terus meningkat. Perkembangan itu ditunjukkan dengan bermunculan perbankan dengan prinsip syariah di Indonesia. Pesatnya perkembangan ekonomi syariah dengan dibarengi juga pertumbuhan perbankan berprinsip syariah, maka pemerintah mengeluarkan UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah (Syarif, 2019). Dengan adanya UU tersebut perbankan syariah bisa masuk dalam masyarakat luas secara legal. Selain Lembaga keuangan berprinsip syariah ada di Indonesia, banyak juga Lembaga keuangan non bank berprinsip syariah yang muncul seperti Koperasi jasa keuangan Syariah (KJKS), Koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah (KSPPS), Baitul mal Wat tamwil (BMT) dan lainnya.

Kehadiran Lembaga keuangan non bank berprinsip syariah di Indonesia sangat membantu untuk pertumbuhan ekonomi nasional. Lembaga keuangan non bank berprinsip syariah memiliki pasar yang ruang lingkungannya mikro. Saat ini jumlah unit usaha koperasi mencapai 150.223 unit usaha dan jumlah tersebut 1,5 persennya merupakan koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah. Dan tercatat jumlah KSPPS sebanyak 2.53 unit dengan anggota 1,4 juta orang (sumber: [goukm.id](http://goukm.id), diakses pada 28 maret 2022).

Persaingan tidak mungkin bisa dihindari dalam dunia usaha. Persaingan antara Lembaga keuangan BMT, KSPPS, KJKS dan bahkan dengan perbankan itu sendiri. Persaingan menjadi hal yang biasa bagi setiap perusahaan, semuanya bersaing dalam

meningkatkan kualitas pelayanan maupun kualitas produk. Bagaimana nasabah atau calon nasabah ini bisa tertarik atau mendapatkan keuntungan dengan dia melakukan simpanan atau pinjaman di Lembaga keuangan syariah. Hasilnya para pelaku usaha atau badan usaha Lembaga keuangan berorientasi pada kepuasan nasabah sebagai target yang harus dicapai. Guna menarik calon nasabah untuk bertransaksi ke Lembaga keuangan terkait.

Dibutuhkan pemasaran yang kreatif dan inovatif untuk melakukan persaingan dalam menarik calon nasabah. Seorang pengurus koperasi kredit dituntut harus mampu mengembangkan potensinya secara optimal, seperti melakukan inovasi dan mengembangkan kreatifitas dalam mengelola koperasi kredit agar mampu bersaing dalam dunia bisnis (Henri, 2018). Ketika pengurus koperasi tidak bisa memberikan inovasi dan kreatifitas akan kalah dalam persaingan. Hal ini akan mengakibatkan kemunduran koperasi bahkan akan menurunkan jumlah anggota yang artinya kurang mendapat kepercayaan masyarakat luas. Sulit nya menciptakan kepuasan nasabah terhadap jasa dan pelayanan yang diberikan oleh koperasi. Dengan demikian tujuan utama untuk mencapai kepuasan nasabaah akan terhambat.

Menurut Misbach, Surachman, Hadiwidjojo, & Armanu (2013) dalam Razak, & Finnora (2017) Salah satu cara yang mampu digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah memperbaiki kualitas pelayanan bank untuk memuaskan konsumen. Pelayanan menjadi hal yang harus diperhatikan oleh koperasi atau perbankan. Bagaimana pelayanan atau *service* yang diberikan bisa membuat kepuasan yang nantinya membuat nasabah bisa nyaman dan merasa mendapatkan keuntungan menjadi nasabah di Lembaga keuangan tersebut. Dengan pelayanan yang bagus pastinya akan

menarik calon nasabah atau anggota baru. Tujuan pemasaran pada umumnya adalah memuaskan konsumen dengan cara berusaha semaksimal mungkin memenuhi segala kebutuhan dan keinginan konsumen (Wahab, 2017). Maka koperasi harus selalu memperhatikan dan memaksimalkan pelayanan yang diberikan dan ditawarkan kepada nasabah maupun calon nasabah.

Dengan kata lain ada dua faktor utama yang memengaruhi kualitas jasa, yaitu pengalaman yang diharapkan dan pelayanan yang diterima (Sigit & Soliha, 2017). Nasabah akan selalu mengevaluasi dan membanding-bandingkan bagaimana pelayanan yang diberikan oleh setiap Lembaga keuangan. Maka tidak menutup kemungkinan Ketika pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan pelayanan yang diharapkan, nasabah akan berpindah ke Lembaga keuangan lain.

Selain kualitas pelayanan ada penanganan Komplain yang menjadi salah satu factor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Menurut Herawati & Sulistyowati (2019) Penanganan komplain merupakan perwujudan strategi dan taktik perusahaan (bank) dalam menghadapi keunggulan strategi dan taktik pesaing. Penanganan komplain atau keluhan menjadi salah satu kunci bank untuk bisa memuaskan nasabah. Dengan layanan penanganan komplain yang diberikan bisa membuat nasabah nyaman dan terselesaikan masalah tersebut akan membuat nasabah puas dan tidak mudah berpindah ke Lembaga keuangan lain. Seperti halnya keluhan atau komplain yang disampaikan oleh anggota koperasi MAS tentang pencairan dana dan juga Sebagian besar pembiayaan yang dilakukan adalah pembiayaan murabahah. Ketika anggota mengajukan pembiayaan Murabahah anggota meminta pencairan dana dan memilih untuk membeli barang yang diajukan pembiayaan murabahah tersebut sendiri.

Koperasi MAS Ketika melakukan pembiayaan murabahah yang dilakukan adalah pihak koperasi yang membelikan secara langsung, anggota tinggal terima barang dan terjadi kesepakatan pembiayaan tersebut. Pihak koperasi MAS memberikan penjelasan dengan jelas dan sopan tentunya agar nasabah bisa mengerti tidak ada komunikasi yang salah atau kurang dan tidak terjadi komplain atau keluhan yang disampaikan.

Selain penanganan komplain kualitas produk merupakan salah satu factor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Kualitas yang baik menurut produsen adalah apabila produk yang dihasilkan oleh perusahaan telah sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan oleh perusahaan (Sigit & Soliha, 2017). Kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan bagi calon nasabah untuk menjadi nasabah atau anggota koperasi. produk yang baik adalah produk yang bisa memenuhi kebutuhan nasabah dan sesuai apa yang disampaikan oleh perbankan atau koperasi. Pentingnya kualitas produk yang bisa memberikan kepuasan pada nasabah. Karena Ketika nasabah puas dengan produk yang diberikan nasabah tidak akan berpindah ke Lembaga keuangan lain. Produk dan jasa akan sangat mudah ditinggalkan karena tidak memenuhi kualitas yang diharapkan pelanggan dan akhirnya pelanggan beralih ke perusahaan pesaing (Sudiartha, 2018). Nasabah akan memberikan penilaian tentang apa yang mereka rasakan dan diterima. Hal itu tentunya mengenai kepuasan dan tidak kepuasan. Ketidakpuasan akan menyebabkan sikap negative dan konflik sehingga akan banyak komplain dan keluhan yang disampaikan oleh nasabah.

Sebagai salah satu Lembaga keuangan non bank yaitu koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah (KSPPS) Koperasi Murni Amanah Sejahtera Syariah (MAS) berdiri pada tanggal 19 Februari 2015 dan mulai terdaftar di Direktorat jenderal pajak

(DJP) pada tanggal 18 September 2017 di Jl. Joyosuko Utara, No. 07 Merjosari, Malang oleh Jama'ah Masjid Baitul Jannah Karang besuki dengan modal awal Rp. 115.000.000,00. Permodalan Koperasi Simpan Pinjam Amanah Sejahtera Murni telah mencapai Rp. 543.000.000,00 dimana 40% ditambah modal awal telah dimanfaatkan dalam bentuk pembiayaan untuk usaha mikro, kecil dan menengah oleh 62 pengusaha, dengan 25 anggota dan 145 nasabah yang menyimpan uang dalam berbagai produk koperasi. orang.

Koperasi syariah Simpan Pinjam Murni Amanah Sejahtera adalah koperasi primer yang berhubungan langsung dengan kebutuhan anggota maupun non anggota untuk mendukung usaha dan kesejahteraan ekonomi. Koperasi Simpan Pinjam Murni Amanah Sejahtera berusaha untuk memberikan edukasi kepada masyarakat meninggalkan dan menjauhi riba. Simpanan digunakan sebagai investasi yang nantinya digunakan kembali secara produktif dalam bentuk harta yang menghasilkan lainnya secara profesional sesuai syariah. Permasalahan di koperasi MAS terjadi 3 tahun terakhir yaitu tahun 2017-2020. Dimana koperasi MAS mengalami penurunan jumlah nasabah atau anggota baru. Perkembangan jumlah nasabah atau anggota baru koperasi MAS 2017-2020 sebagai berikut:

Tabel 1.1 perkembangan jumlah nasabah atau anggota Koperasi MAS

<b>Tahun</b>	<b>Anggota Baru</b>	<b>Laki-Laki</b>	<b>Wanita</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Tanggal RAT</b>
<b>2017</b>	96	306	191	497	30 Maret 2018
<b>2018</b>	64	353	208	561	13 Januari 2020
<b>2020</b>	33	370	224	594	19 Januari 2020

Sumber: Laporan RAT MAS 2019

Tabel 1 menyatakan terjadi penurunan anggota baru. Tahun 2017 anggota baru yang masuk ada 96 anggota. Terjadi penurunan di tahun 2018 anggota baru yang masuk

menjadi 64 anggota. Di tahun 2020 terjadi penurunan Kembali hanya ada 33 anggota baru.

Persaingan koperasi di kota Malang terjadi sangat sengit. Dengan banyaknya koperasi yang ada yaitu ada 341 koperasi ini menjadi tantangan tersendiri untuk koperasi Murni Amanah sejahtera (MAS) (Statistik, 2020). Selain itu, Observasi yang dilakukan oleh peneliti, koperasi syariah MAS mengalami penurunan jumlah karyawan dari tahun ke tahun. Sampai saat ini Januari 2022 hanya ada 1 pengurus harian yaitu ditangani langsung oleh manajer koperasi MAS bapak Abdul salam, S.Si. Artinya, hanya ada 1 orang yang melayani berbagai kebutuhan semua nasabah. Dengan demikian untuk mencapai kepuasan nasabah dirasa sulit. Beberapa faktor yang harus dilakukan oleh koperasi MAS dengan bisa menimbulkan kepuasan nasabah dengan meningkatkan kualitas pelayanan, daya saing yang kompetitif berupa, penanganan komplain yang baik dan kualitas produk yang baik. Harapannya penelitian ini bisa memberikan informasi dan sebagai bahan pertimbangan untuk koperasi syariah MAS.

Penelitian yang dilakukan Sudiarta (2018) menunjukkan Hasil kualitas layanan dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal itu ditunjukkan dengan dimensi jaminan dan bukti fisik menurut responden sudah sesuai harapan. Selain itu, seluruh indikator variabel kualitas pelayanan menunjukkan angka yang tinggi. artinya, kualitas pelayanan yang tinggi bisa menciptakan kepuasan nasabah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Syairozi (2016) menunjukkan dari hasil pengolahan data menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah. Karena adanya variabel lain seperti pendapatan yang tidak stabil dan kurangnya fasilitas-fasilitas serta pelayanan yang

kurang memuaskan yang dirasakan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Lay (2019) menunjukkan hasil penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan tingginya nilai rata-rata yaitu sebesar 4,10. Artinya penanganan yang diberikan akan mempengaruhi kepuasan nasabah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Mustagfiroh (2016) menunjukkan hasil penanganan keluhan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini terjadi karena kurang mengadakan sosialisasi alur dan prosedur penanganan pengaduan nasabah serta kurangnya kelengkapan administrasi pengaduan.

Penelitian yang dilakukan oleh Setiawan & Minarsih (2016) menunjukkan hasil kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk koperasi akan diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah, karena kualitas produk koperasi bisa memberikan ciri serta sifat produk yang khas kepada nasabah sehingga nasabah berpersepsi bahwa produk koperasi memiliki keunggulan tertentu yang tidak dimiliki oleh produk lain. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih (2017) menunjukkan hasil Variabel kualitas produk tidak berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini karena strategi pemasaran yang kurang efektif. Sehingga produk belum dikenal secara luas.

Setelah mengetahui beberapa penelitian terdahulu, terdapat *research gap* dimana terdapat ketidak konsistenan dalam setiap hasil penelitian sehingga perlu dilakukan penelitian lebih dalam dan ada beberapa variabel tambahan yang berbeda dari penelitian terdahulu. Dimana variabel-variabel diambil sesuai dengan kondisi lapangan. Adapun perbedaan dari penelitian terdahulu pada penelitian ini menjadikan

semua nasabah menjadi populasi dimana penelitian sebelumnya kebanyakan hanya berfokus pada nasabah pembiayaan. Dari beberapa faktor-faktor tersebut, maka dibuatlah beberapa variabel yaitu kualitas pelayanan yang didapatkan oleh nasabah, penanganan komplain yang diberikan dan kualitas produk yang dikonsumsi/dirasakan terhadap kepuasan nasabah di kopearsi Murni Amanah sejahtera syariah (MAS).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dibuatlah penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Studi pada Kspps Murni amanah sejahtera syariah Malang”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan dalam latar belakang di atas, penulis mengidentifikasi permasalahan yang terjadi sebagai berikut:

- 1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di koperasi syariah MAS Malang?
- 2) Apakah penanganan komplain berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di kspps MAS Malang?
- 3) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di kspps MAS Malang?
- 4) Apakah kualitas pelayanan, penanganan komplain dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di Kspps MAS Malang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

- 1) Untuk mengetahui pengaruh pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di kspps MAS Malang.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh pengaruh penanganan komplain terhadap kepuasan nasabah di kspps MAS Malang.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di kspps MAS Malang.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, penanganan komplain dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di kspps MAS Malang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

- 1) Bagi Penulis

Sebagai bahan informasi untuk meningkatkan pegetahuan bagi penulis jika terdapat permasalahan yang akan terjadi dan sebagai sarana untuk mempraktikkan ilmu atau teori-teori yang didapatkan semasa perkuliahan.

- 2) Bagi Akademisi

Sebagai sumber informasi atau pertimbangan untuk akademisi yang sedang atau akan melakukan penelitian yang lebih mendalam dan berkaitan dengan skripsi yang dibuat oleh penulis.

- 3) Bagi Koperasi Syariah MAS

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan informasi dan pertimbangan koperasi syariah MAS mengenai kualitas pelayanan, penanganan

komplain dan kualitas produk untuk kemajuan koperasi dan terciptanya kepuasan nasabah.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan himpunan hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Berikut adalah Penelitian terdahulu:

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

No.	Peneliti & tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil
1	Shammout & Haddad (2014)	<i>The Impact of Complaints' Handling on Customers' Satisfaction: Empirical Study on Commercial Banks' Clients in Jordan</i>	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara statistik dari keseluruhan dimensi Penanganan Komplain terhadap kepuasan nasabah.
2	Syairozi (2016)	Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah dalam Menabung di LKMS <i>Hubbul wathon</i> Sumowono Semarang	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	(X1) Kualitas Pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah (X2) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
3	Setiawan & , Maria Magdalena Minarsih (2016)	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan Kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening (studi kasus pada nasabah koperasi Rejo agung sukses cabang Ngaliyan)	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.	Hasil pengujian SPSS secara parsial antara variable kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah pada Koperasi Rejo Agung Sukses Semarang.

4	Mustagfiroh (2016)	Analisis pengaruh kualitas layanan, Penanganan keluhan, nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah dan <i>word of mouth</i> (studi kasus pt bank pembangunan daerah Jawa tengah kantor cabang pembantu Unissula)	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.	kualitas layanan, berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, penanganan keluhan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, nilai nasabah berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, dan kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap <i>word of mouth</i> .
5	Kamila (2017)	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (studi kasus pada bank syariah mandiri cabang Jakarta Simprung)	Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif	Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
6	Razak, SE., MS. & Finnora (2017)	Pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.	(X1) Kualitas layanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan. (X2) Citra perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan. (X3) Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah tabungan. (X4) Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan. (X5) Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah
7	Wahab (2017)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pegadaian syariah di kota Pekanbaru	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.	Hasil penelitian menunjukkan: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

8	Wahyuningsih (2017)	Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan terhadap kepuasan nasabah Bmt arta sejahtera	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.	variabel kualitas pelayanan (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel kualitas produk (X2) tidak pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.
9	Sudiarta (2018)	Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk Terhadap kepuasan nasabah pt. Bank pembangunan daerah Bali	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.	Hasil uji terdapat hasil secara parsial kualitas layanan dan kualitas produk dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, secara simultan kualitas layanan dan kualitas produk juga dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
10	Salim et al., (2018)	<i>Focusing on Complaints Handling for Customer Satisfaction and Loyalty: The Case of Indonesian Public Banking</i>	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.	(1) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan, tetapi kualitas pelayanan tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan. (2) Penanganan Komplain pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan, tetapi penanganan komplain pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. (3) Kepuasan pelanggan memiliki efek positif pada loyalitas pelanggan.
11	Lay (2019)	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Komitmen, dan Penanganan Komplain terhadap Kepuasan Nasabah	<i>the type of research is a quantitative approach.</i>	Variabel Service Quality, Commitment, dan Complain Handling berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Demikian juga hasil uji t hipotesis menunjukkan variabel Service Quality, Commitment, dan Complain Handling berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

12	Sepyarina (2019)	Pengaruh kualitas pelayanan, penanganan komplain dan tingkat margin terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan murabahah (studi pada kspps btm bimu bandar Lampung)	Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sifat deskriptif asosiatif.	(X1) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (X2) penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (X3) tingkat margin tidak berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah
13	Herawati & Sulistyowati (2019)	Strategi meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah dengan optimalisasi kualitas pelayanan, penanganan komplain dan fasilitas teknologi di bank mandiri syariah cabang Solo	Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif	Hasil uji t menunjukkan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, dan Fasilitas Teknologi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Mandiri Syariah Cabang Solo
14	Safitri (2019)	Pengaruh Tingkat Margin dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah di BPRS Metro	Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.	Hasil dari penelitian ini adalah faktor yang paling mempengaruhi produk pembiayaan di BPRS Metro Madani adalah Jasa. Pada pengujian Beta dapat dilihat nilai Margin Level Variable (X1) sebesar 0,388 sedangkan untuk nilai Services Variable (X2) sebesar 0,754. Hal tersebut menunjukkan bahwa Beta $X1 < X2$ artinya Pelayanan merupakan faktor utama kepuasan Nasabah Pembiayaan Murabahah Di BPRS Metro Madani Kota Metro.
15	Afroz (2019)	<i>Effect of Service Quality on Customer Satisfaction Evidence from Banks in Tangail</i>	Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.	menunjukkan bahwa kualitas layanan dan semua dimensinya memiliki hubungan yang signifikan dan positif dengan kepuasan nasabah.

16	Mulazid et al (2020)	Attributes of islamic bank service quality: A survey to map metropolitan customer satisfaction	Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif.	Analisis menggunakan CARTER, yang terdiri dari Kepatuhan, Jaminan, Reliability, Tangibles, Empathy, dan Responsiveness digunakan untuk menentukan indeks kepuasan pelanggan dan analisis kinerja yang penting. Meskipun hasil keseluruhan menunjukkan bahwa pelanggan metropolitan Islam bank puas, kesenjangan ditemukan pada atribut layanan yang diberikan.
17	Andriyani & Ardianto (2020)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank	Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.	Penelitian menghasilkan temuan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sedangkan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan arah positif.
18	Syafarudin (2021)	<i>The Effect of Product Quality on Customer Satisfaction Implications on Customer Loyalty in the Era Covid-19</i>	Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
19	Suciningrum & Usman (2021)	<i>The Effect of Product Quality and Product Impact on Customer Satisfaction Purchase Decisions as Intervening Variables</i>	Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif.	Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
20	Yurianto & Dewi (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Nasabah Asuransi Unit Link PT. Prudential Life Assurance Semarang)	Metode penelitian menggunakan kuantitatif.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dan secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Sumber: Dioalah oleh peneliti tahun 2022

## 2.2 Kajian Teoritis

### 2.2.1 Kualitas

Menurut Philip Kotler (2003) mendefinisikan kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan. Menurut Assauri (2003) kualitas merupakan inti kelangsungan hidup suatu lembaga. Persaingan yang semakin ketat akan belom-balembaga dengan memberikan kualitas secara maksimal. Hal ini menuntut untuk Lembaga jasa/pelayanan untuk selalu memberikan pelayanan yang terbaik dengan tujuan kepuasan nasabah. Setiap pelanggan atau nasabah akan selalu mencari produk atau jasa yang akan selalu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan dan dapat memuaskannya. Kualitas menurut Heizer & Render (2017) didefinisikan sebagai *thetotality of features and characteristics of a product or service that bears on its ability to satisfy stated or implied needs* atau keseluruhan fitur dan ciri produk atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan yang terlihat atau tidak terlihat.

Ada beberapa penelitian yang mengembangkan tentang pendekatan-pendekatan kualitas produk atau jasa. Salah satu peneliti yang mengembangkan pendekatan kualitas adalah Tjiptono (2008) yang menyebutkan setidaknya ada 5 perspektif kualitas yang bisa menjelaskan mengapa kualitas diartikan atau diimplementasikan berbeda-beda oleh masing-masing peneliti dalam konteks yang berbeda yaitu:

- 1) *Transcendental approach*

Dalam prespektif ini, kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, yaitu sesuatu yang dapat dipahami secara intuitif, tetapi hampir tidak

mungkin untuk dikomunikasikan. Dalam konteks organisasi bisnis, perspektif ini sulit digunakan sebagai dasar manajemen mutu untuk fungsi perencanaan, produksi/operasi, dan layanan.

2) *Product-based approach*

Perspektif ini mengasumsikan bahwa kualitas adalah komponen objektif atau karakteristik atribut yang dapat diukur dan diukur. Perbedaan kualitas mencerminkan perbedaan jumlah beberapa elemen atau atribut produk. Semakin lengkap atribut produk, semakin tinggi kualitas produk.

3) *User-based approach*

Perspektif ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas bergantung pada orang yang menilainya (*eyes of the beholder*), sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (*maximum satisfaction*) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

4) *Manufacturing-based approach*

Perspektif ini bersifat *supply-based* dan lebih berfokus pada praktik-praktik perancangan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kecocokan dengan persyaratan (*conformance to requirements*). Titik berat dari kualitas adalah standar-standar yang ditetapkan perusahaan, bukan konsumen yang membeli dan menggunakan produk/jasa.

5) *Value-based approach*

Perspektif ini memandang kualitas dari aspek nilai (*value*) dan harga (*price*) dengan mempertimbangkan *trade-off* antara kinerja dan harga,

kualitas didefinisikan sebagai tingkat kinerja terbaik atau yang sepadan dengan harga yang dibayarkan

### 2.2.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2002) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sedangkan menurut Tjiptono (2000) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Sunyoto (2012) dalam Zulkarnain & Ramdanyah (2020) kualitas pelayanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa yang sesuai dengan standar perusahaan dan diupayakan dalam penyampaian produk dan jasa tersebut sama dengan apa yang diharapkan konsumen. *Service* atau pelayanan yang baik bersifat wajib pada perusahaan yang berhadapan langsung dengan konsumen terlebih lagi koperasi atau Lembaga keuangan yang mau tidak mau harus bertatap muka dengan konsumen. Konsumen menjadi tujuan utama untuk menciptakan kualitas pelayanan yang baik yang sesuai dengan harapan konsumen atau bahkan bisa melebihi harapan konsumen tersebut.

Kualitas Pelayanan merupakan tindakan yang diterima oleh konsumen dari penawaran produk dan jasa oleh produsen atas kebutuhan produk dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen yang dilakukan oleh produsen berdasarkan kemampuannya dan kendala yang dihadapi saat itu dengan memberikan kemudahan kepada konsumen berdasarkan karakteristik produk dan jasa yang ditawarkan (nasfi et al., 2020). Lembaga keuangan syariah dalam menawarkan produk atau pembiayaan menerapkan strategi pemasaran bagaimana produk tersebut bisa

berkualitas. Kualitas merupakan bagaimana nilai suatu barang atau jasa itu sesuai dengan spesifikasi yang disampaikan oleh perusahaan dan bisa memenuhi kebutuhan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2012, 49) dalam Lay (2019) yang dimaksud dengan kualitas layanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan baik dinyatakan atau tersirat. kualitas layanan diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta ketepatan dan cara penyampaian yang bisa memenuhi harapan konsumen. Jika pelayanan atau jasa yang dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan kebutuhan atau harapana artinya pelayanan yang diberikan sudah baik. Jika pelayanan yang diberikan bisa melebihi harapan konsumen artinya pelayanan yang diberikan sudah sangat baik. Sebaliknya, jika pelayanan atau jasa yang diberikan kurang atau bahkan tidak sesuai harapan konsumen artinya kualitas pelayanan buruk.

Dalam konsep islam atau pandangan islam tentang kualitas pelayanan dianjurkan pula untuk memberikan pelayanan yang maksimal. Artinya, pelayanan yang diberikan kepada nasabah atau konsumen benar-benar yang terbaik sehingga mereka bisa puas dan tidak mengalami kekecewaan. Hal ini ada dalam dalam Al-Qur'an surat Al-Imran 159, yang menyatakan bahwa:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ

وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

*Artinya: "Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan*

*bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (Q.S Ali Imran:159).*

Pesatnya perkembangan pengukuran dan konsep kualitas pelayanan banyak kontributor. Salah satu kontributor utama mengembangkan pengukuran kualitas pelayanan adalah Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Menurut Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988) dalam Razak & Finnora (2017) mengembangkan lima dimensi untuk mengevaluasi kualitas Pelayanan yang terdiri dari:

- 1) *tangibility* yaitu bentuk fisik dari pelayanan tersebut, dapat terdiri dari kebersihan ruangan, kebaruan perlengkapan dan beberapa fasilitas fisik yang lain
- 2) *reliability* yaitu kesediaan penyedia jasa untuk menyajikan pelayanan sesuai dengan janji yang telah disampaikan
- 3) *responsiveness* yang merupakan kesediaan karyawan untuk membantu konsumen baik ketika menghadapi masalah maupun tidak ada masalah
- 4) *assurance* yaitu jaminan perusahaan bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan dilakukan dengan sopan, ramah dan dapat dipercaya
- 5) *empathy* yang merupakan sikap penuh peduli dari penyedia jasa terhadap konsumen.

Harapan dan persepsi nasabah dalam mode servqual didasarkan skala untuk mengukur kualitas pelayanan. Berdasarkan penjelasan mengenai dimensi kualitas pelayanan bahwa kriteria yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan di Koperasi MAS terdiri dari lima dimensi yaitu terdiri dari fasilitas fisik (ruangan), keandalan, jaminan, empati, dan ketanggapan.

### 2.2.3 Penanganan Komplain

Menurut Tjiptono (2005) dalam Lay (2019) pengertian komplain diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan. Komplain akan terjadi Ketika nasabah atau konsumen tidak merasa diuntungkan dengan apa yang didapatkan atau tidak sesuai dengan harapannya. penanganan komplain harusnya menjadi perhatian penting bagi Lembaga keuangan karena nasabah membutuhkan *service* yang baik untuk setiap transaksi atau Komplain. Cara penyampaian atau penyelesaian masalah dan Komplain menjadi salah satu faktor yang akan membuat nasabah bertahan atau pindah ke Lembaga keuangan lain.

Menurut Herawati & Sulistyowati (2019) Penanganan komplain merupakan perwujudan strategi dan taktik perusahaan (bank) dalam menghadapi keunggulan strategi dan taktik pesaing. Strategi untuk menyelesaikan permasalahan setiap Lembaga keuangan akan dinilai oleh nasabah sebagai nilai tambah dibanding Lembaga keuangan lainnya. Jika strategi penyelesaian complain atau permasalahan sudah sesuai harapan nasabah artinya penanganan complain sudah baik. Jika sebaliknya strategi penyelesaiannya kurang atau bahkan tidak sesuai harapan nasabah artinya penanganan complain nya buruk.

Komplain akan muncul Ketika Lembaga keuangan tidak peka atau tidak menyadari potensi komplain tersebut. Ketika terjadi masalah pada nasabah pentingya melakukan evaluasi untuk tidak terjaadi permasalahan yang sama dengan nasabah yang berikutnya. Ketika muncul masalah Lembaga keuangan sudah membaca hal tersebut dan sudah siap dengan masalah tersebut dan menyelesaikannya sebelum terjadinya komplain.

Dalam konsep atau pandangan islam terhadap penanganan komplain ada beberapa hal yang ditekankan atau harus diperhatikan agar tidak menimbulkan komplain. Kalaupun terjadi komplain dalam menanganinya pun harus benar-benar baik. Seperti halnya komplain akan muncul ketika nasabah tidak puas atau terjadi hal-hal yang tidak sesuai dengan kesepakatan awal. Dalam islam dilarang untuk berdusta. Artinya, kejujuran, Amanah dan janji atau kesepakatan di awal memang harus jelas dan dilaksanakan Bersama. Seperti yang terdapat dalam Al-Qur'an surat Al-anfal ayat 27 yang menyatakan bahwa:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.*

Dimensi yang digunakan dalam mengukur konstruk penanganan komplain merujuk pada Mccole (2004) dan Kotler (1997) dalam penelitian Adi Krismanto (2009) dalam Sepyarina (2019) adalah sebagai berikut:

a. Kecepatan Penanganan Komplain

Semakin cepat penanganan komplain yang diberikan akan kepada nasabah, penanganannya semakin bagus. Kesigapan menjadi pengukur perusahaan dalam kecepatan penanganan komplain.

b. Penyelesaian Masalah Secara Memuaskan

Memberikan penyelesaian masalah atau komplain yang diutarakan oleh nasabah sehingga nasabah bisa puas, dengan penyelesaian yang memuaskan nasabah.

c. Kemudahan Pengajuan Komplain

Memberikan kemudahan bagi nasabah untuk mengajukan komplain dengan adanya manajemen dan divisi perusahaan yang mudah untuk dicapai oleh nasabah,

#### 2.2.4 Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan dari suatu produk dalam menjalankan fungsinya (Kotler dan Armstrong, 2008) dalam (Octo Yurianto & Shinta Dewi, 2020). Kualitas produk menjadi hal yang penting bagi calon nasabah, karena produk lah yang akan mereka beli dan rasakan manfaat dan kualitasnya. Setiap perusahaan berlomba-lomba untuk terus membenahi dan memperbarui produknya. Konsumen memiliki selera atau pendapat sendiri mengenai produk perusahaan. Perusahaan harus bisa mengetahui selera konsumen dan apa yang dibutuhkan konsumen. Produk yang dijual harus bisa memberikan kepuasan yang maksimal dan minim akan kecacatan.

Selain mengetahui kebutuhan konsumen suatu perusahaan harus mengetahui perilaku atau kebiasaan konsumen, karena dengan mengetahui perilaku konsumen perusahaan akan tahu produk dan jenis pemasaran apa yang harus ditetapkan. Menurut S. Situmorang (2014) Secara umum, ada tiga jenis kelakuan pelanggan yang mendasar yaitu:

1. *Emotive*, dapat dikatakan fanatik terhadap suatu produk tertentu. Misalnya penggemar Aqua, meskipun banyak produk lain yang serupa dan tidak kalah bagus tetapi mereka tetap memilih Aqua.
2. *Inertial*, biasanya dapat berpindah ke produk lain karena ada faktor-faktor tertentu yang mempengaruhi misalnya kenaikan harga, pelayanan yang

kurang baik atau perubahan gaya hidup. Contohnya produk utilities dan asuransi jiwa.

3. *Deliberators*, mereka seringkali melakukan evaluasi ulang terhadap produk yang dibeli berdasarkan faktor harga produk atau kemudahan untuk melakukan transaksi dengan perusahaan yang bersangkutan. Mereka mementingkan kenyamanan dan kualitas produk, misalnya pelanggan lebih suka berbelanja di toko grosir terdekat yang lengkap dengan toko roti, Atau toko yang lebih jauh jaraknya tetapi dengan harga yang lebih murah.

Pada intinya konsumen akan selalu membanding-bandingkan produk. Kualitas produk memang harus benar-benar di maksimalkan. Dalam menilai kepuasan terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, konsumen umumnya melihat pada berbagai faktor atau dimensi. Sangat begitu penting dimana kualitas produk harus benar-benar diperhatikan. Hal ini sejalan dan selaras dengan ajaran islam yakni mengenai menggunakan barang-barang yang baik. Dimana Ketika apa yang kita miliki semua baik akan memberikan kemanfaatan untuk diri kita sendiri atau bahkan ke orang lain. Artinya, manfaat disini dapat diartikan dengan kualitas yang baik. Sebagaimana yang tercantum Al-qur'an surat Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

*Artinya: Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.*

Menurut Garvin yang dikutip oleh Tjiptono (2012) dalam Octo Yurianto & Shinta Dewi, (2020) mendefinisikan dalam dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik kualitas suatu produk ialah sebagai berikut:

1. Performa (*performance*), merupakan karakteristik operasi dan produk inti (*core product*) yang dibeli.
2. Keistimewaan tambahan (*Feature*), Fitur produk yang melengkapi fungsi dasar suatu produk tersebut.
3. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Spesification*), berkaitan dengan karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
4. Daya tahan (*durability*), Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
5. Keandalan (*realibility*), kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai, keandalan merupakan karakteristik yang merefleksikan kemungkinan tingkat keberhasilan dalam penggunaan suatu produk.
6. Kemampuan pelayanan (*service ability*), meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.

Suatu produk dapat dikatakan berkualitas dimana terdapat 6 dimensi tersebut. Dengan adanya dimensi-dimensi tersebut diharapkan produk bisa bersaing dengan produk pesaing. Membeangun brand atau mutu sebuah produk adalah Langkah strategis untuk kemajuan perusahaan. Dengan

penjelasan beberapa dimensi diatas, klasifikasi dimensi kualitas produk yang digunakan di koperasi syariah MAS adalah kinerja, pelayanan, daya tahan, dan juga keandalan produk dalam memenuhi kebutuhan nasabah.

#### 2.2.5 Kepuasan nasabah

Menurut Kotler & Keller (2009) dalam Setiawan & , Maria Magdalena Minarsih (2016) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja atau hasil suatu produk yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya. Harapan yang diberikan pada suatu produk, layanan dan lainnya oleh nasabah untuk memenuhi kebutuhan sehingga muncul rasa senang dan kepuasan. Seorang nasabah Ketika merasa puas dan senang kemungkinan untuk menjadi nasabah atau anggota besar akan lebih besar dibandingkan nasabah yang kurang senang maupun nasabah yang mendapatkan kepuasan yang biasa-biasa saja artinya sama dengan Lembaga keuangan lain.

Menurut Dalam Tjahyadi (2010) dalam Graceallah (2015), kepuasan pelanggan merupakan konsep penting yang digunakan sebagai alat dalam membantu menciptakan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) dan loyalitas pelanggan. Kepuasan nasabah semakin diyakini kunci sukses untuk pemasaran bank dan Lembaga keuangan non bank syariah. Oleh karena itu, persaingan semakin ketat dilakukan oleh perbankan dan Lembaga keuangan non bank berprinsip syariah untuk memperoleh kepercayaan dan kepuasan nasabah. Menurut Safitri (2019) Terdapat Lima faktor utama yang perlu di perhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen antara lain:

- 1) Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

- 2) Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
- 3) *Emosional*, terutama untuk industri jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
- 4) Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
- 5) Biaya, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Menurut Kotler (2014) dalam Zulkarnain & Ramdanyah (2020) mengemukakan ada 4 metode yang dapat dilakukan untuk mengukur kepuasan pelanggan tersebut, yaitu:

- 1) Sistem Keluhan dan Saran

Metode ini memantau kepuasan pelanggan dengan cara memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan. Media yang digunakan dapat berupa kotak saran, kartu komentar dan saluran telepon bebas pulsa.

- 2) Survei Kepuasan Nasabah

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan banyak dilakukan dengan menggunakan metode survei dengan mengajukan pertanyaan kepada

para nasabah. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari nasabah dan sekaligus memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para nasabah.

3) Pelanggan Bayangan (*Ghost Shopping*)

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan, kemudian pelanggan bayangan tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kelemahan dan kekuatan dalam melayani pelanggan. Selain itu juga, ia dapat mengamati atau menilai cara perusahaan dalam menangani setiap keluhan.

4) Analisa Pelanggan yang Hilang (*Lost Customer Analisis*)

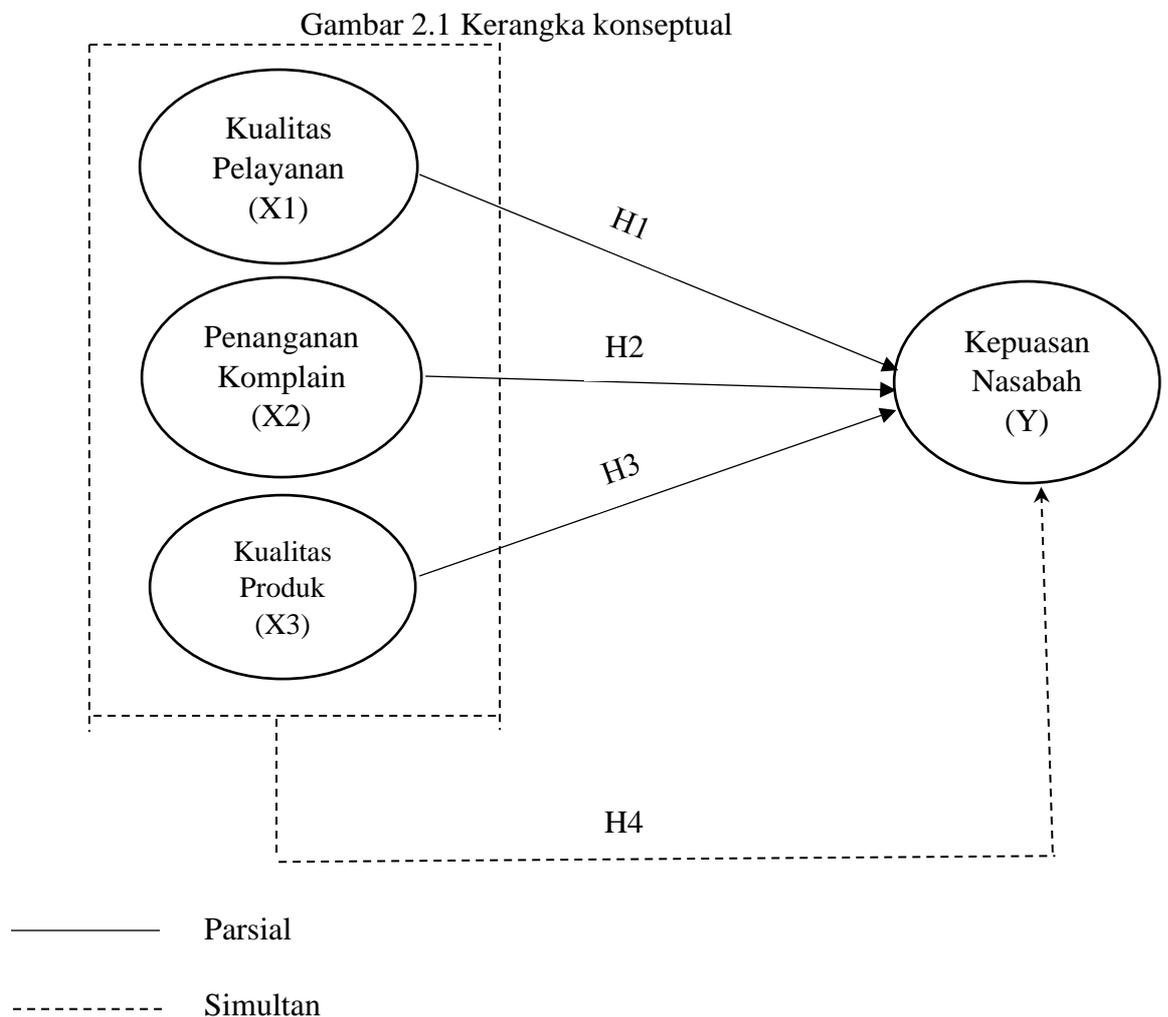
Yaitu perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau telah beralih ke perusahaan pesaing, yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi tentang penyebab terjadinya hal tersebut.

Adapun dimensi untuk mengukur kepuasan nasabaha menurut Adi Krismanto dalam Sepyarina (2019) adalah :

- a. Kesesuaian Harapan, Ekspektasi akan performa suatu layanan atau produk dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Kesesuaian harapan yang diukur dari perasaan pelanggan yang timbul akan kemampuan perusahaan untuk dapat memenuhi semua harapannya.
- b. Kepuasan Keseluruhan, Menunjukkan kepuasan fasilitas, yang diukur dari perasaan puas pelanggan terhadap fasilitas yang telah diberikan dan disediakan oleh perusahaan.

- c. Minat Pembelian Ulang, Nasabah yang sudah merasa puas dengan produk atau layanan yang diberikan oleh satu perusahaan akan memberikan penilaian atas perusahaan tersebut dengan menyebutkan bahwa dengan memilih perusahaan tersebut adalah pilihan yang tepat.
- d. Kesiapan untuk merekomendasikan produk dan layanan kepada orang lain  
Kesiapan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak lanjut.

### 2.3 Kerangka Konseptual



## 2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang hendak diuji kebenarannya Suliyanto (2017) Dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Kualitas pelayanan dimulai dari kebutuhan konsumen atau nasabah dan diakhiri dengan kepuasan nasabah. Jadi, kualitas pelayanan merupakan penilaian atau tanggapan terhadap jasa dan produk yang dirasakan oleh konsumen atau nasabah. Maka pelayanan berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen atau nasabah.

Sehingga pelayanan dari lembaga keuangan syariah yaitu Koperasi syariah Murni Amanah sejahtera dapat diartikan kegiatan Koperasi Syariah dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sehingga pada akhirnya yang diharapkan dapat menciptakan dan mempengaruhi kepuasan nasabah itu sendiri.

Terdapat penelitian mengenai kualitas pelayanan diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Sudiartha (2018) yang menyatakan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih (2017) juga menunjukkan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah

H1 : Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap  
Kepuasan nasabah (Y)

2. Pengaruh penangan Komplain terhadap kepuasan nasabah

komplain akan terjadi Ketika nasabah atau konsumen tidak merasa diuntungkan dengan apa yang didapatkan atau tidak sesuai dengan harapannya. jika penanganan komplain dapat diatasi dengan cepat dan tepat, maka kepuasan nasabah pun akan meningkat.

Penelitian yang dilakukan Lay (2019) yang menunjukkan bahwa penanganan keluhan/komplain memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Sepyarina (2019) juga menunjukkan penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

H2 : Penanganan komplain (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y)

### 3. Pengaruh Kualitas produk terhadap kepuasan nasabah

Produk yang dijual harus bisa memberikan kepuasan yang maksimal dan minim akan kecacatan. Dalam praktiknya produk dibedakan menjadi 2 macam yaitu produk fisik atau produk wujud dan produk yang tidak berwujud. Benda berwujud merupakan produk yang dapat dilihat, diraba atau dirasakan. Contohnya: pakaian, meja, HP dan lain-lain. Sedangkan produk yang tidak berwujud biasanya disebut dengan jasa.

Produk yang diinginkan oleh pelanggan, baik itu produk yang berwujud atau tidak berwujud adalah produk dengan kualitas yang baik. Artinya kualitas produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan seperti halnya koperasi syariah kepada nasabahnya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk yang lainnya. Sehingga jika kualitas produk dikemas dengan baik, maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah akan

produk yang ditawarkan. Artinya kualitas produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan seperti halnya koperasi syariah kepada nasabahnya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk yang lainnya. Sehingga jika kualitas produk dibungkus dengan baik, maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah akan produk yang ditawarkan.

Terdapat penelitian Syafarudin (2021), menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Kamila (2017) menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H3 : Kualitas produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y)

4. Pengaruh kualitas pelayanan, penanganan komplain dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah

Terdapat penelitian Yurianto & Dewi (2021) yang menunjukkan secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Purwansyah (2019) menunjukkan secara simultan kualitas pelayanan dan penanganan komplain/keluhan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H4 : Kualitas pelayanan (X1), penanganan komplain (X2) dan kualitas produk (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y)

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian yang bersifat *induktif, objektif*, ilmiah dimana data yang diperoleh berupa angka-angka atau pernyataan-pernyataan yang dinilai dan dianalisa dengan analisis statistic (Hermawan, 2019).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, karena penulis ingin membuktikan konsep dari teori atau penelitian yang telah di jelaskan pada penjelasan diatas dengan fakta dan data yang ditemukan di lapangan. Penelitian ini mengenai Pengaruh kualitas pelayanan, penanganan komplain dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah studi kasus di koperasi syariah Murni Amanah Sejahtera Malang.

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Koperasi Simpan Pinjam Murni Amanah Sejahtera berdiri pada tanggal 19 Februari 2015 dan mulai terdaftar pada tanggal 18 September 2017 di Jl. Joyosuko Utara, No. 07 Merjosari, Malang oleh Jama'ah Masjid Baitul Jannah Karang besuki dengan modal awal Rp. 115.000.000,00.

Koperasi Murni Amanah sejahtera menjadi lokasi penelitian yang cukup menarik dengan permasalahan yang dihadapi. Yaitu, Adanya kemunduran dari tahun ke tahun anggota atau nasabah baru di koperasi MAS. Hal ini menunjukkan ada sesuatu yang perlu diperbaiki oleh koperasi MAS itu sendiri. Selain itu, kemudahan dalam penelitian dan akses beberapa data yang diperlukan juga menjadi alasan tersendiri untuk peneliti.

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Hermawan, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah Koperasi syariah Murni Amanah sejahtera yaitu berjumlah 594 nasabah.

#### 2. Sampel

Menurut Rinaldi & Mujianto (2017) dalam Sugiyono (2001: 56) yang menyatakan bahwa sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel adalah bagian atau cuplikan dari populasi yang bisa mewakili populasi itu sendiri. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan Teknik *Non Probability Sampling*, yaitu Teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur anggota atau populasi untuk dipilih menjadi sampel (Hermawan, 2019). Tipe penarikan sampel *Non Probability Sampling* yang digunakan sampling tersedia atau disebut *accidental sampling*, yaitu Teknik pengambilan sampel secara kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti bisa digunakan sebagai sampel, bila dipandang cocok sebagai sumber data (Hermawan, 2019).

Sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin:

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

Dimana:

n: ukuran sampel

N: ukuran populasi

e: tingkat kesalahan yang bisa di tolerir (10%)

Jumlah sampel yang diperoleh adalah:

$$n = \frac{594}{1+594 \times 0,1^2} = \frac{594}{6,94} = 85,5 = 86 \text{ nasabah}$$

### 3.4 Data dan Jenis data

#### 1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung dari datanya (Rinaldi & Mujianto, 2017). Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari data sumber pertama (Suliyanto, 2017). Cara yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer antara lain hasil pemeriksaan laboratorium yg dilakukan secara langsung oleh peneliti, observasi, wawancara, diskusi terfokus, dan penyebaran kuesioner yang dilakukan secara langsung baik sendiri maupun dengan bantuan dari beberapa pihak. Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari survei yang dilakukan oleh peneliti. Dimana survei ini dilakukan dengan membagikan kuesioner untuk mengetahui tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan, penanganan Komplain dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di koperasi syariah murni Amanah sejahtera.

#### 2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua), Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti Biro Pusat Statistik (BPS), buku, laporan, jurnal, catatan medis dan lain-lain (Rinaldi & Mujianto, 2017). Data sekunder

adalah data yang diperoleh tidak langsung dari subyek penelitian (Suliyanto, 2017). Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan adalah buku, skripsi, jurnal, dan lain-lain.

### **3.5 Teknik Pengumpulan data**

Penelitian ini adalah penelitian lapangan atau *field reseach* dengan Teknik pengumpulan data sebagai berikut:

#### **1. Kuesioner**

Teknik pengumpulan data dengan kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menyajikan daftar pertanyaan kepada responden akan memberikan respon dan jawaban terhadap pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

#### **2. Observasi**

Dalam istilah *assessment*, kegiatan observasi merupakan bagian dari *informal assessment (authentic assessment)* yang bersifat langsung (*direct assessment*) (Purnomo, 2011). Observasi akan dilakukan secara langsung oleh peneliti dilapangan. Apapun yang terjadi dan bisa mendukung untuk penelitian ini akan disajikan.

#### **3. Dokumentasi**

Untuk mendapatkan data sekunder, seperti data mahasiswa, data bank dan produk-produk yang ditawarkan. Dan data sekunder lainnya maka dilakukan penelitian terhadap dokumen dan arsip-arsip yang diperlukan.

### 3.6 Skala Pengukuran

Pengukuran ialah prosedur pemberian angka pada suatu objek agar dapat menyatakan karakteristik dari objek tersebut (Duli, 2019). Berdasarkan jenis skala pengukuran data, data kuantitatif dikelompokkan ke dalam 4 jenis skala yang memiliki sifat yang berbeda yaitu skala nominal, skala ordinal, skala interval dan skala rasio. Skala pengukuran yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social (Sugiyono 2019). Berikut ini rentan penilaian yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan, penanganann Komplain dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah:

Tabel 3.1 Skala Likert

<b>Kategori</b>	<b>Bobot Nilai</b>
Sangat Setuju (SS)	Diberi Skor 5
Setuju (S)	Diberi Skor 4
Cukup (C)	Diberi Skor 3
Tidak Setuju (TS)	Diberi Skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	Diberi Skor 1

Sumber: Sugiyono, 2019

### 3.7 Definisi Variabel operasional

#### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini terdiri dari dua macam variabel, yaitu variabel terikat (dependent variable) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel bebas (independent variable) adalah

merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah:

- a. Variabel terikat (*Dependent variabel*) kepuasan nasabah (Y)
- b. Variabel bebas (*Independent variable*) yang meliputi tiga dimensi:
  - 1) Kualitas pelayanan(X1)
  - 2) Penanganan komplain(X2)
  - 3) Kualitas produk (X3)

## 2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah operasionalisasi konsep agar dapat diteliti atau diukur melalui gejala-gejala yang ada. Definisi operasional yang digunakan untuk penelitian ini meliputi:

### 1) Kualitas Pelayanan

Menurut Zulkarnain & Ramdansyah (2020) kualitas pelayanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa yang sesuai dengan standar perusahaan dan diupayakan dalam penyampaian produk dan jasa tersebut sama dengan apa yang diharapkan konsumen. Maksud dari kualitas disini yaitu kondisi dimana kualitas pelayanan bisa mempengaruhi nasabah menggunakan jasa yang dirasakan dan telah digunakan di Koperasi syariah Murni Amanah Sejahtera.

### 2) Penanganan Komplain

Menurut Tjiptono (2005) dalam Lay (2019) pengertian komplain diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan. komplain akan terjadi Ketika nasabah atau konsumen tidak merasa diuntungkan dengan apa

yang didapatkan atau tidak sesuai dengan harapannya. maksud dari penanganan Komplain disini yaitu penanganan Komplain yang cepat diberikan oleh koperasi syariah yang dirasakan langsung oleh nasabah, dan nasabah puas dengan penangaan yang diberikan.

### 3) Kualitas Produk

Menurut Kotler & Amstrong (2008) dalam Setiawan & Maria Magdalena Minarsih (2016) Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Maksud kualitas produk disini yaitu produk jasa yang ada di kopsyah MAS.

### 4) Kepuasan nasabah

Menururt (Kotler & Keller, 2009) dalam Setiawan & Maria Magdalena Minarsih, (2016) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja atau hasil suatu produk yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya. Maksud kepuasan nasabah disini yaitu harapan para nasabah telah terpenuhi atau terlampaui.

Tabel 3.2 Pengukuran Variabel Penelitian

Variabel Independen	Sub Variabel	Indikator
	<i>Tangibility</i> (Fasilitas fisik)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Fasilitas layanan</li> <li>➤ Fasilitas fisik (ruangan)</li> </ul>
	<i>Reliability</i> (keandalan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Karyawan memberikan pelayanan yang ada secara akurat</li> <li>➤ Menjaga data nasabah dengan baik dan aman.</li> </ul>

Menurut Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988) Kualitas Pelayanan (X1)	<i>Assurance</i> (jaminan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Karyawan memberikan penjelasan dengan baik</li> <li>➤ Keramahan dan kesopanan karyawan</li> </ul>
	<i>Empathy</i> (Empati)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Memberikan perhatian personal kepada nasabah</li> <li>➤ Kemudahan dalam menghubungi kopsyah MAS.</li> </ul>
	<i>Responsiveness</i> (ketanggapan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Merespon permintaan nasabah dengan tanggap dan bernar</li> <li>➤ Kecepatan dalam melayani nasabah yang bertransaksi</li> </ul>
Kotler (1997) Penanganan Komplain (X2)	Kecepatan/kesigapan penanganan komplain	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Kecepatan dan kesigapan Kopsyah MAS dalam menangani komplain nasabah.</li> <li>➤ Menyelesaikan komplain atau keluhan dengan cepat dan tepat</li> </ul>
	Kemudahan pengajuan komplain	➤ Memberikan kemudahan dalam menyampaikan komplain atau keluhan
	Penyelesaian masalah secara memuaskan	➤ Penyelesaian masalah yang sederhana bagi nasabah
Tjiptono (2012) Kualitas produk (X3)	<i>Performance</i> (kinerja)	➤ Keuntungan (margin) menarik
	<i>Service ability</i> (pelayanan)	➤ Kemudahan dalam proses transaksi di kopsyah MAS
	<i>Durability</i> (daya tahan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Produk-produk yang ditawarkan menarik</li> <li>➤ Produk yang ditawarkan sesuai prinsip syariah</li> </ul>
	<i>Realibility</i> (keandalan)	➤ Produk-produk yang ditawarkan dapat

		memenuhi kebutuhan nasabah
Menurut Kotler (2014) Kepuasan Nasabah (Y)	Kesusaian harapan	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Layanan yang diberikan sesuai harapan nasabah</li> <li>➤ kualitas layanan kopsyah MAS baik</li> <li>➤ Layanan yang diberikan cepat</li> <li>➤ Fasilitas kantor memadai</li> </ul>
	Minat Pembelian ulang	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Pilihan yang tepat dalam bertransaksi di Kopsyah MAS</li> </ul>
	Kepuasan Keseluruhan	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Puas dengan layanan Kopsyah MAS</li> <li>➤ Puas menggunakan jasa kopsyah MAS</li> <li>➤ Puas dengan penanganan komplain yang diberikan</li> </ul>
	Kesediaan merekomendasikan	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Kesediaan nasabah untuk merekomendasikan bertransaksi di kopsyah MAS kepada orang lain</li> </ul>

Sumber: Data sekunder yang telah diolah 2022

### 3.8 Metode analisis data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat disajikan kepada orang lain.

#### 1. Uji Validitas dan uji Reliabilitas

##### a. Uji Validitas

Sebelum menginjak pada analisa pada analisa data yang diperoleh maka perlulah kiranya indikator yang digunakan diuji

kevalidannya. Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (Duli, 2019). Metode yang akan digunakan untuk melakukan uji validitas adalah dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan dengan total skor tatanan atau variabel. Item kuesioner dinyatakan valid apabila nilai Cronbach alpha pada kolom Corelated item variabel dengan koefisien korelasinya  $\geq 0.3$  dengan  $\alpha 0.05$ . jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan dinyatakan valid (Ghazali 2021).

Validitas adalah Ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dalam pengujian instrumen pengumpulan data, validitas bisa dibedakan menjadi validitas faktor dan validitas item. Validitas faktor diukur bila item yang disusun menggunakan lebih dari satu faktor (antara faktor satu dengan yang lain ada kesamaan). Pengukuran validitas faktor ini dengan cara mengkorelasikan antara skor faktor (penjumlahan item dalam satu faktor) dengan skor total faktor (total keseluruhan faktor), sedangkan pengukuran validitas item dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item.

#### b. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian, reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama (Duli, 2019). Sedangkan untuk uji reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini, adalah dengan menggunakan fasilitas SPSS, yakni dengan uji statistik Cronbach Alpha

( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha  $> 0.60$  Nunnally.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kehandalan suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel penelitian. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dulu akan dilakukan pengujian terjadinya penyimpangan terhadap asumsi klasik. Dalam asumsi klasik terdapat beberapa pengujian yang harus dilakukan, yakni Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Normalitas.

### a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu (Duli, 2019). Salah satu metode yang dapat mengetahui adanya Multikolinieritas adalah dengan menganalisis nilai *tolerance* dan lawannya *varianceinflation factor* (VIF). *tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians" dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Duli, 2019). Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dariresidul satu pengamatan lain. Jika variance dari residul satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastistas. Jika hasil uji scatterplot dimana titik-titik data menyebar secara acak diatas dan dibawah atau disekitar angka nol serta titik-titik tidak membentuk pola yang tidak jelas dan dengan niali sig lebih dari 0.05 maka, tidak terjadi homokedastistas.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya (Duli, 2019). Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Sepeti diketahui bahwa Ketika nilai sig  $>0,05$  maka dikatakan normal.

3. Uji Regresi Berganda

Analisis Regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variaebel bebas dan variable terikat.

Bentuk persamaan regresi linier berganda dari penelitian ini adalah sebagai berikut

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

Keterangan

Y = Kepuasan nasabah

X<sub>1</sub> = Kualitas pelayanan

X<sub>2</sub> = Penanganan komplain

X<sub>3</sub> = Kualitas produk

$\alpha$  = konstanta

$\beta$  = koefisien regresi variabel independen

e = standar eror

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, dikarenakan jumlah variabel independent lebih dari satu variabel

#### 4. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui hipotesis yang diajukan bermakna atau tidak maka digunakan perhitungan uji statistik, sebagai berikut:

##### a. Uji t (Parsial)

Mendefinisikan uji t disini untuk mempengaruhi variable Independen secara parsial dengan variabel dependen. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan dari variable masing-masing yaitu: (X1) Kualitas Pelayanan, (X2) Penanganan Komplain dan (X3) Kualitas produk terhadap variable dependen yaitu (Y) Kepuasan nasabah. jika nilai sig t lebih besar dari 0,05 maka Ho diterima. sedangkan sebaliknya jika sig t lebih kecil dari 0,05 maka Ho ditolak. ketika Ho ditolak artinya ada hubungan yang

signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen (Ghazali, 2011). Kriteria dalam uji parsial (Uji t) dapat dilihat sebagai berikut:

1. Uji hipotesis dengan membandingkan thitung dengan t tabel

a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

b. jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya variabel independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Uji hipotesis berdasarkan signifikansi.

a. Jika nilai sig.  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

b. Jika nilai sig.  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

b. Uji F (Simultan)

Dalam uji table F ini memiliki kegunaan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (Sugiyono, 2007). Yautu dengan membandingkan nilai dari F hitung dan F tabel.

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, Maka variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi sebesar 5% (0,05), adapun prosedurnya sebagai berikut:

1. Apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05, maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak, artinya bahwa semua variabel independen atau bebas tidak mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.
2. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima, artinya bahwa semua variabel independent atau bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh yang ditunjukkan oleh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, penanganan komplain dan kualitas produk ( $X$ ) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan nasabah ( $Y$ ). Nilai ( $R^2$ ) adalah antara nol dan satu, nilai ( $R^2$ ) yang mendekati nol maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai ( $R^2$ ) yang mendekati satu maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan oleh variasi variabel dependen. Dengan demikian

maka baik atau buruknya suatu persamaan regresi ditentukan oleh nilai ( $R^2$ ) nya yang mempunyai nilai diantara nol dan satu.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

##### **4.1.1 Gambaran umum objek penelitian**

###### **1. Sejarah berdirinya koperasi syariah murni Amanah sejahtera Malang**

Koperasi Murni Amanah Sejahtera secara resmi didirikan pada hari Rabu, 16 Desember 2015 dengan dihadiri oleh beberapa pelaku penting, antara lain: Abdul Salam, dan Setiyono bertempat tinggal di Malang, kelurahan Merjosari, kecamatan Lowokwaru. Telah diadakan Rapat Pendirian koperasi “Murni Amanah Sejahtera”. Dalam rapat tersebut dihadiri oleh 25 orang, yang merupakan pendiri Koperasi. Dalam rapat tersebut menghasilkan rumusan terkait visi, misi dan tujuan koperasi. Adapun tujuan yang dirumuskan yakni a) Koperasi bertujuan meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, sekaligus sebagai bagian yang tidak terpisahkan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari tatanan perekonomian nasional yang demokratis dan berkeadilan. b) dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, koperasi menyusun rencana strategis.

Koperasi syariah MAS mulai resmi terdaftar di Direktorat jendral pajak (DJP) pada tanggal 18 September 2017 di Jl. Joyosuko Utara, No. 07 Merjosari, Malang oleh Jama'ah Masjid Baitul Jannah Karang besuki dengan modal awal Rp. 115.000.000,00. Kini, modal Koperasi Simpan Pinjam Murni Amanah Sejahtera telah mencapai Rp 543.000.000,00 yang mana 40% ditambah modal awal telah dimanfaatkan dalam bentuk pembiayaan usaha mikro kecil dan menengah oleh 62 wirausahawan, dengan

anggota 25 orang dan nasabah yang menyimpan uang dalam berbagai produk koperasi sebanyak 145 orang.

1) Visi:

Mendahulukan dan menegakkan prinsip syariah dalam muamalah ekonomi dan menjadi koperasi syariah dengan tata kelola yang baik dan terbaik se-Malang raya.

2) MISI:

- a. Menerapkan proses muamalah syariah dalam setiap muamalah
- b. Mengimplementasikan akuntansi syariah dan pelayanan berbasis IT
- c. Menggerakkan dan mengembangkan baitulmaal.
- d. Melayani anggota dengan akhlakulkarimah, bertransaksi secara adil dan tidak merugikan, mengedepankan semangat berusaha secara syariah islam

## **2. Ruang Lingkup Kegiatan Usaha dari Koperasi Murni Amanah Sejahtera**

### **1) Funding**

#### Simpanan Pokok

- a. Simpanan/tabungan sebagai syarat seseorang menjadi anggota koperasi
- b. Rp. 100.000,- per anggota. Dikenakan sekali bayar. Kewajiban bagi yang akan menjadi anggota
- c. Akad musyarakah mufawwadah, artinya syirkah dengan modal semua nasabah jumlah/nilainya sama, yaitu Rp. 100.000,-/anggota

#### Simpanan Wajib

- a. Simpanan/tabungan wajib untuk meningkatkan permodalan sendiri (ekuitas) koperasi.
- b. Rp. 10.000,-/bulan/anggota. Kewajiban bagi setiap anggota.
- c. Menggunakan Akad muarakah mufawwadah.

#### Simpanan Khusus

- a. Simpanan modal penyertaan oleh anggota dengan nilai tertentu, biasanya lebih besar dari simpanan pokok ataupun simpanan wajib. Tidak wajib atau sesuai kehendak anggota.

#### Simpanan Sukarela

- a. Simpanan/tabungan anggota koperasi dan calon anggota bersifat sukarela. Oleh koperasi murni amanah sejahtera di branding atau di beri merk/label diantaranya sebagai berikut:
  1. Simpanan/Tabungan Murni Amanah Sejahtera (Si MAS), dengan akad Mudharabah, penawaran bagi hasil (basil) 10% : 90%
  2. Simpanan/Tabungan Haji &Umroh (Si Arofah), dengan akad Mudharabah, penawaran bagi hasil (basil) 15% : 85%
  3. Simpanan/Tabungan Qurban&Aqiqoh (Si Quaq), dengan akad Mudharabah, penawaran bagi hasil (basil) 15% : 85%
  4. Simpanan/Tabungan Pendidikan (Si Pintar), dengan akad Mudharabah, penawaran bagi hasil (basil) 15% : 85%
  5. Simpanan/Tabungan Hari Tua (Si Sejahtera), dengan akad Mudharabah, penawaran bagi hasil (basil) 15% : 85%
  6. Simpanan/Tabungan Dana Kesehatan (Si Sehat), dengan akad Mudharabah, penawaran bagi hasil (basil) 15% : 85%

7. Simpanan/Tabungan Idul Fitri (Si Fitri), dengan akad Mudharabah, penawaran bagi hasil (hasil) 15% : 85%
8. Simpanan/Tabungan Berjangka Syariah, dengan akad Mudharabah, penawaran bagi hasil (hasil) sbb :
  - a. Simpanan Berjangka 6 Bulan, Penawaran Bagi Hasil : 20% : 80%
  - b. Simpanan Berjangka 12 Bulan, Penawaran Bagi Hasil : 25% : 75%
  - c. Simpanan Berjangka 18 Bulan, Penawaran Bagi Hasil : 30% : 70%
  - d. Simpanan Berjangka 24 Bulan, Penawaran Bagi Hasil : 35% : 65%
9. Simpanan Wadhiah (Titipan)

Dengan Akad Wadhiah Yad Ad Dhomanah, Yaitu Titipan Yang Memperbolehkan Menggunakan Dana Titipan Untuk Usaha. Bisa Memberikan Bagi Hasil Tetapi Tidak Boleh Dipersyaratkan Di Depan Atau Diperjanjian.

### **3) Lending**

- a. Jual Beli Murabahah

Jual Beli Barang Yang Wujud Nya Ada. Margin 20% Dari Harga Barang, Anggota Menerima Barang Bukan Menerima Uang.

- b. Akad Ijarah

Sewa Jasa Atau Manfaat Suatu Barang. Margin 20% Dari Harga Barang,  
Anggota Menerima Jasa/Manfaat Barang Bukan Menerima Uang.

c. Ba'i Salam

Jual Beli Pesanan Barang Atau Jasa, Anggota Bayar Lunas Di Depan

d. Ba'i Isthisna

Jual Beli Pesanan Barang Atau Jasa, Anggota Bayar Secara Berkala/  
Termin

e. Musyarakah/ Mudharabah

Akad Kerjasama Bagi Hasil Dengan Porsi Nisbah Tertentu, Misal (**30% Koperasi**) : (**70% Mitra**), Nisbah Dihitung Dari Keuntungan Bersih Usaha, Mitra Berkewajiban Melakukan Pembukuan Atau Pencatatan Akuntansi.

#### 4.1.2 Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah nasabah koperasi syariah murni Amanah sejahtera Malang dengan jumlah responden sebanyak 86 nasabah. Responden diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah dan diisi oleh nasabah atau responden. Berdasarkan penyebaran kuesioner maka diperoleh data statistic responden berdasarkan jenis kelamin, usia, Pendidikan terakhir, pekerjaan dan lama responden menjadi nasabah.

##### 1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah nasabah	Presentase
Pria	42	49%
wanita	44	51%
Total	86	100%

Sumber: diolah oleh peneliti 2022

Berdasarkan tabel 4.1 mengenai jenis kelamin responden, dapat diketahui bahwa dari 86 nasabah Koperasi Syariah MAS Malang diketahui bahwa responden berjenis kelamin pria sebanyak 42 responden dengan presentase 49% dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 44 responden dengan presentase 51%. Berdasarkan data tersebut, maka responden yang paling banyak adalah responden dengan jenis kelamin wanita sebanyak 44 responden atau sama dengan 51%.

## 2. Karakteristik responden berdasarkan Umur

Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan Umur

Umur	Jumlah nasabah	Presentase
17-29 tahun	30	35%
30-39 tahun	28	33%
40-49 tahun	21	24%
50-59 tahun	6	7%
>60 tahun	1	1%
Total	86	100%

Sumber: diolah oleh peneliti 2022

Berdasarkan tabel 4.2 mengenai umur responden, dapat diketahui dari 86 nasabah koperasi syariah MAS Malang diketahui bahwa responden yang berumur 17-29 tahun ada 30 responden dengan presentase 35%. Responden yang berumur 30-39 tahun ada sebanyak 28 responden dengan presentase 33%. Responden yang berumur 40-49 tahun ada sebanyak 21 responden dengan presentase 24%. Responden yang berumur 50-59 tahun ada sebanyak 6 orang dengan presentase 7% sedangkan responden yang berumur >60 tahun hanya ada 1 orang dengan presentase 1%. Berdasarkan data tersebut, maka responden paling banyak adalah nasabah atau responden yang berumur 17-29 tahun sebanyak 30 responden dengan presentase 35%.

## 3. Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir

Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir

Pendidikan terakhir	Jumlah nasabah	Presentase
SD	2	2%
SMP	20	23%
SMA	48	56%
Sarjana	16	19%
Tidak Sekolah	-	-
Total	86	100%

Sumber: diolah oleh peneliti 2022

Berdasarkan tabel 4.3 tentang Pendidikan terakhir responden, dapat diketahui dari 86 nasabah koperasi syariah MAS bahwa responden yang Pendidikan akhir SD sebanyak 2 orang dengan presentase 2%. Responden yang Pendidikan akhir SMP sebanyak 20 responden dengan presentase 23%. Responden yg Pendidikan akhir SMA sebanyak 48 responden dengan presentase 56%. Responden yang Pendidikan akhir sarjana sebanyak 16 responden dengan presentase 19%. Sedangkan responden yang tidak sekolah tidak ada. Berdasarkan data tersebut, maka responden paling banyak adalah responden yang Pendidikan terakhir SMA sebanyak 48 responden dengan presentase 56%.

#### 4. Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah nasabah	Presentase
Wiraswasta	26	30%
PNS	8	9%
Pegawai swasta	9	10%
Lainnya	43	50%
Total	86	100%

Sumber: diolah oleh peneliti 2022

Berdasarkan tabel 4.4 mengenai pekerjaan responden, dapat diketahui dari 86 nasabah atau responden koperasi syariah MAS bahwa responden yang pekerjaannya wiraswasta ada 26 responden dengan presentase 30%. Responden dengan pekerjaan

PNS ada 8 responden dengan presentase 9%. Responden dengan pekerjaan pegawai swasta ada 9 responden dengan presentase 10%. Responden dengan pekerjaan lainnya atau tidak ada dalam pilihan ada 43 responden dengan presentase 50%. Berdasarkan data tersebut, maka dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak adalah responden yang pekerjaannya lainnya atau tidak ada dalam daftar pilihan yaitu sebanyak 43 responden dengan presentase 50%

#### 5. Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah Kopsyah MAS

Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah Kopsyah MAS

lama menjadi nasabah Kopsyah MAS	Jumlah nasabah	Presentase
< 1 Tahun	27	31%
1-3 Tahun	44	51%
4-6 Tahun	14	16%
>6 tahun	1	1%
Total	96	100%

Sumber: diolah oleh peneliti 2022

Berdasarkan tabel 4.5 mengenai lama menjadi nasabah, dapat diketahui dari 86 nasabah atau responden kopsyah MAS bahwa responden yang <1 Tahun ada 27 responden dengan presentase 31%. Responden yang menjaadi nasabah 1-3 tahun ada 44 responden dengan presentase 51%. Responden yang menjadi nasabah 4-6 tahun ada 14 responden dengan presentase 16%. Responden yang menjadi nasabah >6 tahun hanya ada 1 responden dengan presentase 1%. Berdasarkan data tersebut, dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak adalah responden yang menjadi nasabah kopsyah MAS selama 1-3 tahun dengan jumlah 44 responden dengan presentase 51%.

### 4.1.3 Uji validitas dan Reliabilitas

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuosioner (Ghazali 2021). Sebuah kuosiner bisa dinyatakan valid bila pertanyaan yang terdapat pada kuosioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuosioner tersebut. Metode yang akan digunakan untuk melakukan uji validitas adalah dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan dengan total skor tatanan atau variabel. Item kuesioner dinyatakan valid apabila nilai Cronbach alpha pada kolom Corelated item variabel koefisien korelasinya  $\geq 0.3$  dengan  $\alpha 0.05$ . jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan dinyatakan valid (Ghazali 2021). Berikut hasil dari uji validitas sebagaimana di tabel berikut:

Tabel 4.6 Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan

Kelompok	Nomor hitung	Pearson Corelation (r-hitung)	r-tabel	keterangan
<i>Tangibility</i> (Fasilitas fisik)	X1.1	0,545	0,212	VALID
	X1.2	0,480	0,212	VALID
<i>Reliability</i> (keandalan)	X1.3	0,618	0,212	VALID
	X1.4	0,583	0,212	VALID
<i>Responsiveness</i> (ketanggapan)	X1.5	0,616	0,212	VALID
	X1.6	0,668	0,212	VALID
<i>Assurance</i> (jaminan)	X1.7	0,632	0,212	VALID
	X1.8	0,675	0,212	VALID
<i>Empathy</i> (Empati)	X1.9	0,544	0,212	VALID
	X1.10	0,631	0,212	VALID

Sumber: data diolah peneliti 2022

Berdasarkan tabel 4.6 mengenai uji validitas dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan atau kuosioner pada variabel X1 kualitas pelayanan memiliki nilai koefisien  $\geq 0.3$  atau nilai signifikasinya lebih dari taraf nyata sebesar 5%. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa pertanyaan atau kuosioner dinyatakan valid atau mampu untuk mengukur variabel tersebut dan dapat dijadikan alat ukur untuk penelitian ini.

Tabel 4.7 Hasil uji validitas variabel penanganan komplain

Kelompok	Nomor hitung	Pearson Corelation (r-hitung)	r-tabel	keterangan
Kecepatan/kesigapan penanganan komplain	X2.1	0,787	0,212	VALID
	X2.2	0,694	0,212	VALID
Kemudahan pengajuan komplain	X2.3	0,569	0,212	VALID
Penyelesaian masalah secara memuaskan	X2.4	0,705	0,212	VALID

Sumber: diolah oleh peneliti 2022

Berdasarkan tabel 4.7 mengenai uji validitas dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan atau kuosioner pada variabel penanganan komplain (X2) memiliki nilai koefisien  $\geq 0.3$  atau nilai signifikasinya lebih dari taraf nyata sebesar 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan atau kuosioner dinyatakan valid atau mampu untuk mengukur variabel tersebut dan dapat dijadikan alat ukur untuk penelitian ini

Tabel 4.8 Hasil uji validitas kualitas produk

Kelompok	Nomor hitung	Pearson Corelation (r-hitung)	r-tabel	keterangan
<i>Performance</i> (kinerja)	X3.1	0,567	0,212	VALID
<i>Service ability</i> (pelayanan)	X3.2	0,561	0,212	VALID
<i>Durability</i> (daya tahan)	X3.3	0,736	0,212	VALID
	X3.4	0,633	0,212	VALID
<i>Realibility</i> (keandalan)	X3.5	0,632	0,212	VALID

Sumber: diolah oleh peneliti 2022

Berdasarkan tabel 4.8 mengenai uji validitas dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan atau kuosioner pada variabel kualitas produk (X3) memiliki nilai koefisien  $\geq 0.3$  atau nilai signifikasinya lebih dari taraf nyata sebesar 5%. Sehingga

dapat disimpulkan bahwa pertanyaan atau kuosioner dinyatakan valid atau mampu untuk mengukur variabel tersebut dan dapat dijadikan alat ukur untuk penelitian ini

Tabel 4.9 Hasil uji validitas variabel kepuasan nasabah

Kelompok	Nomor hitung	Pearson Corelation (r-hitung)	r-tabel	keterangan
Kesusaian harapan	Y.1	0,621	0,212	VALID
	Y.2	0,304	0,212	VALID
	Y.3	0,596	0,212	VALID
	Y.4	0,470	0,212	VALID
Minat Pembelian ulang	Y.5	0,519	0,212	VALID
Kepuasan Keseluruhan	Y.6	0,469	0,212	VALID
	Y.7	0,661	0,212	VALID
	Y.8	0,594	0,212	VALID
Kesediaan merekomendasikan	Y.9	0,578	0,212	VALID

Sumber: diolah oleh peneliti 2022

Berdasarkan tabel 4.9 mengenai uji validitas dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan atau kuosioner pada variabel kepuasan nasabah (Y) memiliki nilai koefisien  $\geq 0.3$  atau nilai signifikasinya lebih dari taraf nyata sebesar 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan atau kuosioner dinyatakan valid atau mampu untuk mengukur variabel tersebut dan dapat dijadikan alat ukur untuk penelitian ini.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kehandalan suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel penelitian. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Sedangkan untuk uji reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini, adalah dengan menggunakan fasilitas SPSS, yakni dengan uji stastistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dinyatakan

reliabel jika nilai Cronbach Alpha  $> 0.60$  Nunnally. Berikut hasil uji reliabilitas pada penelitian ini:

Tabel 4.10 Hasil uji reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas pelayanan (X1)	0,803	RELIABEL
Penanganan komplain (X2)	0,635	RELIABEL
Kualitas produk (X3)	0,649	RELIABEL
Kepuasan nasabah (Y)	0,689	RELIABEL

Sumber: diolah oleh peneliti 2022

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji reliabilitas dapat diketahui bahwa menunjukkan hasil semua nilai Cronbach's Alpha  $\geq 0,6$ . Artinya, semua item pertanyaan atau angket pada variabel kualitas pelayanan, penanganan komplain, kualitas produk dan kepuasan nasabah dinyatakan reliabel dalam mengukur variabel tersebut. Sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur atau pengumpul data dalam penelitian ini.

#### 4.1.4 Deskripsi variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian adalah salah satu bagian dari analisis statistic deskriptif yang digunakan untuk mengetahui distribusi frekuensi jawaban responden terhadap kuisisioner yang telah diberikan dan menggambarkan secara lebih detail. Dalam penrlitian ini menggunakan 4 variabel dengan variabel indepenpenden kualitas pelayanan (X1), penanganan komplain (X2), kualitas produk (X3) dan variabel dependen adalah kepuasan nasabah (Y). distribusi frekuensi diperoleh dari skor jawaban responden. Berikut intepretasi skor menurut Riduwan & Kuncoro (2007).

Tabel 4.11 Interpretasi skor

No	Nilai rata-rata (Mean)	Kriteria
1	1.00-1.80	Sangat rendah/ sangat tidak setuju
2	1.81-2.60	Rendah/ tidak setuju
3	2.61-3.40	Cukup tinggi/ ragu-ragu
4	3.41-4.20	Tinggi/ setuju
5	4.21-5.00	Sangat tinggi/ sangat setuju

Sumber: Riduwan & Kuncoro (2007)

### 1. Variabel Kualitas Pelayanan

Pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) dalam penelitian ini terdiri dari 5 indikator yaitu *Tangibility* (Fasilitas fisik), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (Empati). Presepsi responden terhadap variabel Kualitas Layanan (X1) dapat dilihat pada tabel 4.12

Tabel 4.12 Deskripsi variabel penelitian Kualitas pelayanan (X1)

Indikator	ITEM	STS		TS		N		S		SS		TOTAL		MEAN	Rata-rata variabel
		F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	INDIKATOR	
<i>Tangibility</i> (Fasilitas fisik)	X1.1	0	0	0	0	7	21	41	164	38	190	86	375	4,3	4,1
	X1.2	0	0	0	0	10	30	42	168	34	170	86	368	4,2	
<i>Reliability</i> (keandalan)	X1.3	0	0	1	2	14	42	40	160	31	155	86	359	4,1	
	X1.4	0	0	1	2	11	33	42	168	32	160	86	363	4,2	
<i>Empathy</i> (Empati)	X1.5	0	0	1	2	9	27	49	196	27	135	86	360	4,1	
	X1.6	0	0	1	2	11	33	45	180	29	145	86	360	4,1	
<i>Assurance</i> (jaminan)	X1.7	0	0	1	2	12	36	42	168	31	155	86	361	4,1	
	X1.8	0	0	2	4	13	39	39	156	32	160	86	359	4,1	
<i>Responsiveness</i> (ketanggapan)	X1.9	0	0	1	2	43	129	13	52	29	145	86	328	3,8	
	X1.10	0	0	3	6	11	33	40	160	32	160	86	359	4,1	

Sumber: diolah oleh peneliti 2022

Berdasarkan tabel 4.12 deskripsi variabel diatas dari 86 responden menunjukkan hasil nilai rata-rata variabel (Mean) sebesar 4,1 dimana angka tersebut berada pada skor 3.41-4.20 artinya tinggi/setuju sehingga variabel kualitas pelayanan (X1) dianggap oleh responden variabel yang baik.

Pada indikator Tangibility (Fasilitas fisik) terdapat 2 item pernyataan. Dapat diketahui dari 86 responden untuk item pernyataan pertama mengenai “Kopsyah MAS memiliki SDM yang professional dalam Melayani nasabah” paling banyak menyatakan setuju dengan 41 responden. Sebanyak 7 responden menyatakan cukup. 38 responden menyatakan sangat setuju bahwa Kopsyah MAS memiliki SDM yang professional dalam Melayani nasabah. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,3 artinya berada pada skor 3.41-4.20 artinya tinggi/setuju.

Item kedua mengenai “ketersediaan ruangan yang nyaman untuk transaksi” paling banyak menyatakan setuju dengan 42 responden. Sebanyak 10 responden menyatakan cukup. sebanyak 34 responden menyatakan sangat setuju bahwa fasilitas layanan yang diberikan karyawan sangat baik. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,2 artinya berada pada skor 3.41-4.20 artinya tinggi/setuju.

Pada indikator reliability (keandalan) terdapat 2 item pernyataan. Dapat diketahui dari 86 responden untuk item pernyataan pertama mengenai “penyampian layanan oleh karyawan secara akurat” paling banyak menyatakan setuju dengan 40 responden. Sebanyak 14 responden menyatakan cukup. Sebanyak 1 responden menyatakan tidak setuju. sebanyak 31 responden menyatakan sangat setuju bahwa penyampian layanan oleh karyawan secara akurat. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,1 artinya berada pada skor 3.41-4.20 artinya tinggi/setuju.

Item kedua mengenai “menjaga data atau kerahasiaan nasabah” paling banyak menyatakan setuju dengan 42 responden. Sebanyak 11 responden menyatakan cukup. Sebanyak 1 responden menyatakan tidak setuju. 32 responden menyatakan sangat setuju bahwa kopsyah MAs menjaga data atau kerahasiaan nasabah dengan baik. Rata-

rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,2 artinya berada pada skor 3.41-4.20 artinya tinggi/setuju.

Pada indikator *Assurance* (Asuransi) terdapat 2 item pernyataan. Dapat diketahui dari 86 responden untuk item pernyataan pertama mengenai “Kemampuan karyawan Kopsyah MAS berkomunikasi dengan baik kepada nasabah” paling banyak menyatakan setuju dengan 49 responden. Sebanyak 9 responden menyatakan cukup. Sebanyak 1 responden menyatakan tidak setuju. Sebanyak 27 responden menyatakan sangat setuju bahwa Kemampuan karyawan Kopsyah MAS berkomunikasi dengan baik kepada nasabah. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,1 artinya berada pada skor 3.41-4.20 artinya tinggi/setuju.

Item kedua mengenai “Karyawan Kopsyah MAS sopan dan ramah dalam melayani nasabah” paling banyak menyatakan setuju dengan 45 responden. Sebanyak 11 responden menyatakan cukup. Sebanyak 1 responden menyatakan tidak setuju. 29 responden menyatakan sangat setuju bahwa Karyawan Kopsyah MAS sopan dan ramah dalam melayani nasabah. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,1 artinya berada pada skor 3.41-4.20 artinya tinggi/setuju.

Pada indikator *Empathy* (Empati) terdapat 2 item pernyataan. Dapat diketahui dari 86 responden untuk item pernyataan pertama mengenai “Karyawan memberikan perhatian personal kepada nasabah” paling banyak menyatakan setuju dengan 42 responden. Sebanyak 12 responden menyatakan cukup. Sebanyak 1 responden menyatakan tidak setuju. Sebanyak 31 responden menyatakan sangat setuju bahwa Karyawan memberikan perhatian personal kepada nasabah. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,1 artinya berada pada skor 3.41-4.20 artinya tinggi/setuju.

Item kedua mengenai “Kemudahan untuk menghubungi Kopsyah MAS” paling banyak menyatakan setuju dengan 39 responden. Sebanyak 13 responden menyatakan cukup. Sebanyak 2 responden menyatakan tidak setuju. Sebanyak 32 responden menyatakan sangat setuju Kemudahan untuk menghubungi Kopsyah MAS. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,1 artinya berada pada skor 3.41-4.20 artinya tinggi/setuju.

Pada indikator *Responsiveness* (ketanggapan) terdapat 2 item pernyataan. Dapat diketahui dari 86 responden untuk item pernyataan pertama mengenai “Karyawan dapat merespon permintaan nasabah dengan tanggap” paling banyak menyatakan cukup dengan 43 responden. Sebanyak 13 responden menyatakan setuju. Sebanyak 1 responden menyatakan tidak setuju. Sebanyak 29 responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan dapat merespon permintaan nasabah dengan tanggap. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 3,8 artinya berada pada skor 3.41-4.20 artinya tinggi/setuju.

Item kedua mengenai “Karyawan Kopsyah MAS cepat dalam menangani nasabah yang bertransaksi” paling banyak menyatakan setuju dengan 40 responden. Sebanyak 11 responden menyatakan cukup. Sebanyak 3 responden menyatakan tidak setuju. Sebanyak 32 responden menyatakan sangat setuju bahwa mudah dalam menghubungi kopsyah. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,1 artinya berada pada skor 3.41-4.20 artinya tinggi/setuju.

## 2. Variabel Penanganan komplain

Pada variabel penanganan komplain (X2) dalam penelitian ini terdiri dari 3 indikator yaitu Kecepatan/kesigapan penanganan komplain, Kemudahan pengajuan

komplain, dan Penyelesaian masalah secara memuaskan. Presepsi responden terhadap variabel penanganan komplain (X2) dapat dilihat pada tabel 4.13

Tabel 4.13 Deskripsi variabel penelitian penanganan komplain

Indikator	ITEM	STS		TS		N		S		SS		TOTAL		MEAN		Rata-rata variabel
		F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	INDIKATOR		
Kecepatan/kesigapan penanganan komplain	X2.1	0	0	0	0	10	30	37	148	39	195	86	373	4.3	4,4	
	X2.2	0	0	0	0	6	18	39	156	41	205	86	379	4.4		
Kemudahan pengajuan komplain	X2.3	0	0	0	0	6	18	42	168	38	190	86	376	4.3		
Penyelesaian masalah secara memuaskan	X2.4	0	0	0	0	7	21	30	120	49	245	86	386	4.4		

Sumber: diolah oleh peneliti 2022

Berdasarkan tabel 4.13 deskripsi variabel diatas dari 86 responden menunjukkan hasil nilai rata-rata variabel (Mean) sebesar 4,4 dimana angka tersebut berada pada skor 4.21-5.00 artinya Sangat tinggi/sangat setuju sehingga variabel penanganan komplain (X2) dianggap oleh responden variabel yang baik.

Pada indikator Kecepatan/kesigapan penanganan komplain terdapat 2 item pernyataan. Dapat diketahui dari 86 responden untuk item pernyataan pertama mengenai “Kecepatan dan kesigapan Kopsyah MAS dalam menangani komplain nasabah” paling banyak menyatakan sangat setuju dengan 41 responden. Sebanyak 10 responden menyatakan cukup. Sebanyak 37 responden menyatakan setuju bahwa kopsyah MAS cepat dan sigap dalam menangani komplain nasabah. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,3 artinya berada pada skor 4.21-5.00 artinya Sangat tinggi/ sangat setuju

Item kedua mengenai “Menyelesaikan komplain atau keluhan dengan cepat dan tepat” paling banyak menyatakan sangat setuju dengan 10 responden. Sebanyak 6

responden menyatakan cukup. Sebanyak 39 responden menyatakan setuju bahwa kopsyah MAS cepa dan tepat dalam menyelesaikan komplain atau keluhan. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,4 artinya berada pada skor 4.21-5.00 artinya Sangat tinggi/ sangat setuju.

Pada indikator Kemudahan pengajuan komplain terdapat 1 item pernyataan. Dapat diketahui dari 86 responden untuk item pernyataan pertama mengenai “Memberikan kemudahan dalam menyampaikan komplain atau keluhan” paling banyak menyatakan setuju dengan 42 responden. Sebanyak 6 responden menyatakan cukup. Sebanyak 38 responden menyatakan sangat setuju bahwa kopsyah MAS Memberikan kemudahan dalam menyampaikan komplain atau keluhan pada nasabah. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,3 artinya berada pada skor 4.21-5.00 artinya Sangat tinggi/ sangat setuju.

Pada indikator Penyelesaian masalah secara memuaskan terdapat 1 item pernyataan. Dapat diketahui dari 86 responden untuk item pernyataan pertama mengenai “Penyelesaian masalah yang sederhana bagi nasabah” paling banyak menyatakan sangat setuju dengan 49 responden. Sebanyak 7 responden menyatakan cukup. Sebanyak 30 responden menyatakan setuju bahwa kopsyah MAS memberikan penyelesaian yang sederhana bagi nasabah. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4 artinya berada pada skor 4.21-5.00 artinya Sangat tinggi/ sangat setuju.

### 3. Variabel kualitas produk

Pada variabel Kualitas produk (X3) dalam penelitian ini terdiri dari 4 indikator yaitu *Performance* (kinerja), *Service ability* (pelayanan), *Durability* (daya tahan), dan

Realibility (keandalan). Presepsi responden terhadap variabel kualitas produk (X3) dapat dilihat pada tabel 4.14

Tabel 4.14 Deskripsi variabel penelitian kualitas produk

Indikator	ITEM	STS		TS		N		S		SS		TOTAL		MEAN	Rata-rata variabel
		F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	INDIKATOR	
<i>Performance</i> (kinerja)	X3.1	0	0	0	0	9	27	42	168	35	175	86	370	4.3	4,3
<i>Service ability</i> (pelayanan)	X3.2	0	0	0	0	5	15	45	180	36	180	86	375	4.3	
<i>Durability</i> (daya tahan)	X3.3	0	0	0	0	11	33	38	152	37	185	86	370	4.3	
	X3.4	0	0	0	0	6	18	39	156	41	205	86	379	4.4	
<i>Realibility</i> (keandalan)	X3.5	0	0	1	2	9	27	38	152	38	190	86	371	4.3	

Sumber: diolah oleh peneliti 2022

Berdasarkan tabel 4.14 deskripsi variabel diatas dari 86 responden menunjukkan hasil nilai rata-rata variabel (Mean) sebesar 4,3 dimana angka tersebut berada pada skor 4.21-5.00 artinya Sangat tinggi/ sangat setuju sehingga variabel kualitas produk (X3) dianggap oleh responden variabel yang baik.

Pada indikator *Performance* (kinerja) terdapat 1 item pernyataan. Dapat diketahui dari 86 responden untuk item pernyataan pertama mengenai “Keuntungan (margin) menarik” paling banyak menyatakan setuju dengan 42 responden. Sebanyak 9 responden menyatakan cukup. Sebanyak 35 responden menyatakan sangat setuju bahwa kopsyah MAS memberikan keuntungan (margin) menarik. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,3 artinya berada pada skor 4.21-5.00 artinya Sangat tinggi/ sangat setuju.

Pada indikator *Service ability* (pelayanan) terdapat 1 item pernyataan. Dapat diketahui dari 86 responden untuk item pernyataan pertama mengenai “Kemudahan dalam proses transaksi di kopsyah MAS” paling banyak menyatakan setuju dengan 45 responden.

Sebanyak 5 responden menyatakan cukup. Sebanyak 36 responden menyatakan sangat setuju bahwa kopsyah MAS memberikan kemudahan dalam proses transaksi di kopsyah MAS. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,3 artinya berada pada skor 4.21-5.00 artinya Sangat tinggi/ sangat setuju.

Pada indikator *Durability* (daya tahan) terdapat 2 item pernyataan. Dapat diketahui dari 86 responden untuk item pernyataan pertama mengenai “Produk-produk yang ditawarkan menarik” paling banyak menyatakan setuju dengan 38 responden. Sebanyak 11 responden menyatakan cukup. Sebanyak 37 responden menyatakan setuju bahwa Produk-produk kopsyah MAS yang ditawarkan menarik. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,3 artinya berada pada skor 4.21-5.00 artinya Sangat tinggi/ sangat setuju.

Item kedua mengenai “Produk yang ditawarkan sesuai prinsip syariah” paling banyak menyatakan sangat setuju dengan 41 responden. Sebanyak 6 responden menyatakan cukup. Sebanyak 39 responden menyatakan setuju bahwa Produk kopsyah MAS yang ditawarkan sesuai prinsip syariah. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,4 artinya berada pada skor 4.21-5.00 artinya Sangat tinggi/ sangat setuju.

Pada indikator *Realibility* (keandalan) terdapat 1 item pernyataan. Dapat diketahui dari 86 responden untuk item pernyataan pertama mengenai “Produk-produk yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhan nasabah” menyatakan setuju dengan 38 responden. Sebanyak 9 responden menyatakan cukup. Sebanyak 1 responden menyatakan tidak setuju. Sebanyak 38 responden menyatakan sangat setuju bahwa Produk-produk kopsyah MAS yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhan nasabah. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,3 artinya berada pada skor 4.21-5.00 artinya Sangat tinggi/ sangat setuju.

#### 4. Variabel Kepuasan nasabah

Pada variabel kepuasan nasabah (Y) dalam penelitian ini terdiri dari 4 indikator yaitu Kesusaian harapan, Minat Pembelian ulang, Kepuasan Keseluruhan, dan Kesiediaan merekomendasikan. Presepsi responden terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) dapat dilihat pada tabel 4.15

Tabel 4.15 Deskripsi variabel penelitian kepuasan nasabah

Indikator	ITEM	STS		TS		N		S		SS		TOTAL		MEAN	Rata-rata variabel
		F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	INDIKATOR	
Kesusaian harapan	Y1	0	0	1	2	8	24	39	156	38	190	86	372	4.3	4,2
	Y2	0	0	1	2	5	15	49	196	31	155	86	368	4.2	
	Y3	0	0	0	0	9	27	36	144	41	205	86	376	4.3	
	Y4	0	0	1	2	12	36	38	152	35	175	86	365	4.2	
Minat Pembelian ulang	Y5	0	0	0	0	13	39	34	136	39	195	86	370	4.3	
Kepuasan Keseluruhan	Y6	0	0	1	2	12	36	42	168	31	155	86	361	4.1	
	Y7	0	0	1	2	8	24	45	180	32	160	86	366	4.2	
	Y8	0	0	3	6	14	42	37	148	32	160	86	356	4.1	
Kesiediaan merekomendasikan	Y9	0	0	0	0	14	42	40	160	32	160	86	362	4.2	

Sumber: diolah oleh peneliti 2022

Berdasarkan tabel 4.15 deskripsi variabel diatas dari 86 responden menunjukkan hasil nilai rata-rata variabel (Mean) sebesar 4,2 dimana angka tersebut berada pada skor 3.41-4.20 artinya tinggi/setuju sehingga variabel kepuasan nasabah (Y) dianggap oleh responden variabel yang baik.

Pada indikator Kesusaian harapan terdapat 4 item pernyataan. Dapat diketahui dari 86 responden untuk item pernyataan pertama mengenai “Layanan yang diberikan sesuai harapan nasabah” paling banyak menyatakan setuju dengan 39 responden. Sebanyak 8

responden menyatakan cukup. Sebanyak 1 responden menyatakan tidak setuju. Sebanyak 38 responden menyatakan sangat setuju bahwa layanan yang diberikan sesuai harapan nasabah. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,3 artinya berada pada skor 4.21-5.00 artinya Sangat tinggi/ sangat setuju.

Item kedua mengenai “kualitas layanan kopsyah MAS baik” paling banyak menyatakan setuju dengan 49 responden. Sebanyak 5 responden menyatakan cukup. Sebanyak 1 responden menyatakan tidak setuju. Sebanyak 31 responden menyatakan sangat setuju bahwa kualitas layanan kopsyah MAS baik. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,2 artinya berada pada skor 3.41-4.20 artinya tinggi/setuju.

Item ketiga mengenai “Layanan yang diberikan cepat” paling banyak menyatakan sangat setuju dengan 41 responden. Sebanyak 27 responden menyatakan cukup. Sebanyak 36 responden menyatakan setuju bahwa layanan yang diberikan cepat. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,3 artinya berada pada skor 4.21-5.00 artinya Sangat tinggi/ sangat setuju.

Item keempat mengenai “Fasilitas kantor memadai” paling banyak menyatakan setuju dengan 38 responden. Sebanyak 12 responden menyatakan cukup. Sebanyak 1 responden menyatakan tidak setuju. Sebanyak 35 responden menyatakan sangat setuju bahwa Fasilitas kantor memadai. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,2 artinya berada pada skor 3.41-4.20 artinya tinggi/setuju.

Pada indikator Minat Pembelian ulang 1 item pernyataan. Dapat diketahui dari 86 responden untuk item pernyataan pertama mengenai “Pilihan yang tepat dalam bertransaksi di Kopsyah MAS” paling banyak menyatakan sangat setuju dengan 39 responden. Sebanyak 13 responden menyatakan cukup. Sebanyak 34 responden menyatakan setuju bahwa Pilihan

yang tepat dalam bertransaksi di Kopsyah MAS. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,3 artinya berada pada skor 4.21-5.00 artinya Sangat tinggi/ sangat setuju.

Pada indikator Kepuasan Keseluruhan terdapat 3 item pernyataan. Dapat diketahui dari 86 responden untuk item pernyataan pertama mengenai “Puas dengan layanan Kopsyah MAS” paling banyak menyatakan setuju dengan 42 responden. Sebanyak 12 responden menyatakan cukup. Sebanyak 1 responden menyatakan tidak setuju. Sebanyak 31 responden menyatakan sangat setuju bahwa Puas dengan layanan Kopsyah MAS. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,1 artinya berada pada skor 3.41-4.20 artinya tinggi/setuju.

Item kedua mengenai “Puas menggunakan jasa kopsyah MAS” paling banyak menyatakan setuju dengan 45 responden. Sebanyak 8 responden menyatakan cukup. Sebanyak 1 responden menyatakan tidak setuju. Sebanyak 32 responden menyatakan sangat setuju bahwa puas menggunakan jasa kopsyah MAS. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,2 artinya berada pada skor 3.41-4.20 artinya tinggi/setuju.

Item ketiga mengenai “Puas dengan penanganan komplain yang diberikan” paling banyak menyatakan setuju dengan 37 responden. Sebanyak 14 responden menyatakan cukup. Sebanyak 3 responden menyatakan tidak setuju. Sebanyak 32 responden menyatakan sangat setuju bahwa puas dengan penanganan komplain yang diberikan. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,1 artinya berada pada skor 3.41-4.20 artinya tinggi/setuju.

Pada indikator Kesiediaan merekomendasikan terdapat 1 item pernyataan. Dapat diketahui dari 86 responden untuk item pernyataan pertama mengenai “Kesiediaan nasabah untuk merekomendasikan bertransaksi di kopsyah MAS kepada orang lain” paling banyak menyatakan setuju dengan 40 responden. Sebanyak 14 responden menyatakan cukup. Sebanyak 32 responden menyatakan sangat setuju bahwa bersedia untuk merekomendasikan

bertransaksi di kopsyah MAS kepada orang lain. Rata-rata untuk item skor pernyataan ini sebesar 4,2 artinya berada pada skor 3.41-4.20 artinya tinggi/setuju.

#### 4.1.5 Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

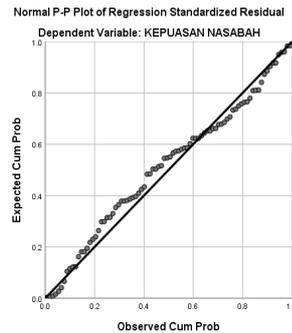
Uji normalitas digunakan sebagai alat untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik merupakan terdapat nilai residual yang terdistribusi normal. Artinya, uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya (Duli, 2019). Metode dalam menguji normalitas dengan metode Kolmogorov-smirnov. Jika nilai signifikan hasil uji Kolmogorov-smirnov  $>0,05$  maka dinyatakan normal. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini dinyatakan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.16 Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0
	Std. Deviation	2.40944722
Most Extreme Differences	Absolute	0.076
	Positive	0.057
	Negative	-0.076
Test Statistic		0.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: diolah oleh peneliti 2022

Gambar 4.1 Grafik P.P Plot



Sumber: diolah oleh peneliti 2022

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-smirnov yang terdapat pada tabel 4.16 telah diperoleh nilai Sig. (2-tailed)  $0,200 > 0.05$ . Dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal. Sedangkan dengan uji grafik P.P plot diperoleh titik-titik berhimpit dengan garis diagonal sehingga residual mengikuti distribusi normal dan asumsi normal terpenuhi.

## 2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. (Duli, 2019). Salah satu metode yang dapat mengetahui adanya Multikolonieritas adalah dengan menganalisis nilai *tolerance* dan lawanya *varianceinflation factor* (VIF). *tolerance* mengukur variabilitas variabel indenpenden yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel indenpenden lainnya. Batas dari nilai tolerance diatas 0,1 atau nilai VIF tidak  $> 10$ .

Tabel 4.17 Hasil uji Multikolonieritas

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
0.752	1.329

0.619	1.616
0.715	1.399

Sumber: diolah oleh peneliti 2022

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.17 diperoleh nilai tolerance diatas 0,1 untuk semua variabel dan nilai VIF tidak < 10 untuk semua variabel. Maka dapat disimpulkan tidak adanya gejala multikolinearitas pada penelitian ini. Sehingga model regresi linier berganda tidak adanya multikolinearitas antara variabel dependen dan variabel independent yang lain. Berdasarkan hasil tersebut maka variabel-variabel yang digunakan dapat digunakan pada penelitian ini.

### 3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians" dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Duli, 2019). Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan lain. Jika variance dari residul satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastistas. Jika hasil uji scatterplot dimana titik-titik data menyebar secara acak diatas dan dibawah atau disekitar angka nol serta titik-titik tidak membentuk pola yang tidak jelas dan dengan nilai sig lebih dari 0.05 maka, tidak terjadi homokedastistas. Berikut hasil dari uji scatterplot dan uji signifikan:

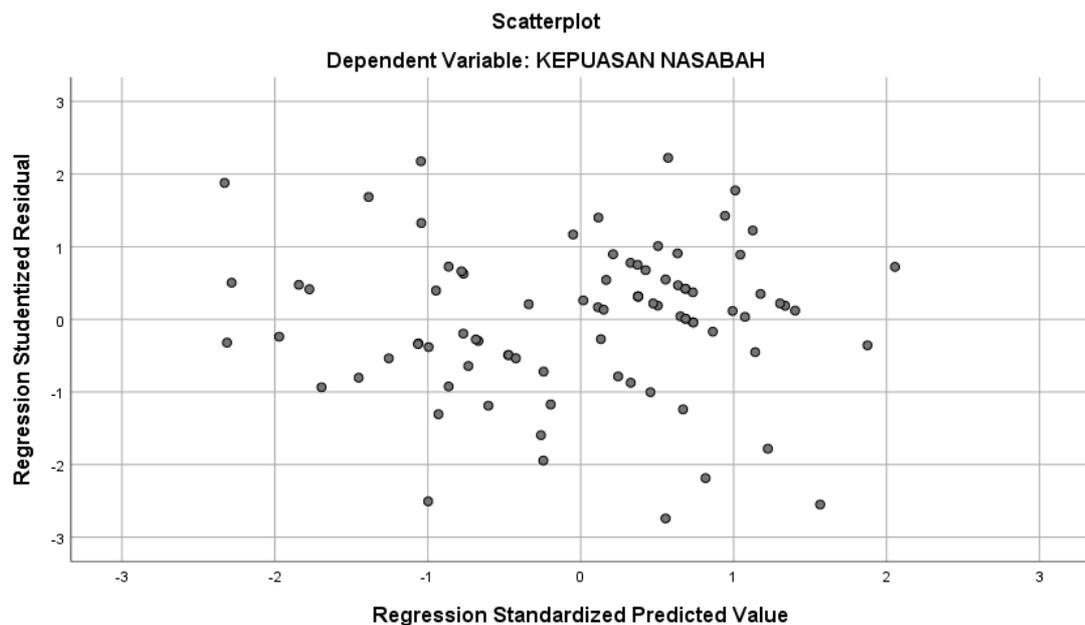
Tabel 4.18 Uji Heterokedastisitas

t	Sig.
1.155	0.251
-0.643	0.522
0.406	0.686

| -0.156 | 0.876 |

Sumber: diolah oleh peneliti 2022

Gambar 4. 2 Hasil Uji scatterplot



Sumber: diolah oleh peneliti 2022

Berdasarkan uji heterokedastisitas pada tabel menunjukkan hasil nilai sigfikasi setiap variabel lebih dari 0,05 sehingga asumsi heterokedastisitas terpenuhi. Sedangkan uji scatterplot pada gambar 2 hasil menunjukkan titik-titik data menyebar secara acak diatas dan dibawah atau disekitar angka nol serta titik-titik tidak membentuk pola yang tidak jelas. Sehingga dapat disimpulkan tidak ada gejala heterokedastisitas. Artinya, tidak ada kesamaan ketidaksamaan variance dari residul satu pengamatan lain.

#### 4.1.6 Hasil Pengujian data

##### 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian kualitas pelayanan, penanganan komplain dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pengujian regresi linier berganda untuk mengetahui

pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). sebagaimana dengan data yang telah dikumpulkan dengan menyebarkan kuosioner kepada nasabah koperasi MAS Malang. Pengujian regresi linier berganda diolah menggunakan SPSS statistic for windows versi 26. Hasil regresi linier berganda disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.19 Hasil uji regresi linier berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.056	3.367		2.393	0.019
Kualitas pelayanan	0.315	0.072	0.394	4.376	0,000
Penanganan komplain	0.431	0.191	0.224	2.255	0.027
Kualitas produk	0.434	0.148	0.271	2.937	0.004

Sumber: diolah oleh peneliti 2022

Berdasarkan hasil regresi diatas dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 8.056 + 0.315X_1 + 0.431X_2 + 0.434X_3 + e$$

Model persamaan dari hasil regresi yang dapat diuraikan diatas dalam bentuk persamaan regresi unstandardized sebagai berikut:

a. Konstanta

Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 8,056 menunjukkan kualitas pelayanan (X1), penanganan komplain (X2), kualitas produk (X3) bernilai 0. Maka kepuasan nasabah bernilai positif sebesar 8,056.

b. Koefisien kualitas layanan (X1)

Koefisien variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,315 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan nasabah kopsyah MAS Malang. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah.

c. Koefisien penanganan komplain (X2)

Koefisien variabel penanganan komplain (X2) sebesar 0,431 menunjukkan bahwa variabel penanganan komplain berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan nasabah kopsyah MAS Malang. Hal ini menunjukkan semakin baik penanganan komplain yang diberikan pada nasabah akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah.

d. Koefisien kualitas produk (X3)

Koefisien variabel kualitas produk (X3) sebesar 0,434 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan nasabah kopsyah MAS Malang. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas produk akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil persamaan regresi unstandardized dapat diketahui bahwa variabel bebas yang paling berpengaruh adalah variabel kualitas produk dengan nilai koefisien 0,434. Diikuti dengan variabel penanganan komplain dengan nilai koefisien sebesar 0,431. Sedangkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh paling rendah dengan nilai koefisien 0,315.

## **2. Uji t (Parsial)**

Mendefinisikan uji t disini untuk mempengaruhi variable Independen secara parsial dengan variabel dependen. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan dari variable masing-masing yaitu: (X1) Kualitas Pelayanan, (X2)

Penanganan Komplain dan (X3) Kualitas produk terhadap variable dependen yaitu (Y) Kepuasan nasabah. Apabila sig t lebih besar dari 0,05 maka Ho diterima. Demikian pula sebaliknya jika sig t lebih kecil dari 0,05 maka Ho ditolak. Bila Ho ditolak ini berarti ada hubungan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen (Ghazali, 2011). Hasil uji t disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.20 Hasil uji t parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.056	3.367		2.393	0.019
Kualitas pelayanan	0.315	0.072	0.394	4.376	0
Penanganan komplain	0.431	0.191	0.224	2.255	0.027
Kualitas produk	0.434	0.148	0.271	2.937	0.004

Sumber: diolah oleh peneliti 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

- a. Pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan uji hipotesis secara parsial variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $4,376 > t_{tabel}$  sebesar 1,663 atau nilai signifikan t kurang dari 5% ( $0,000 < 0,005$ ) dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kopsyah MAS Malang.

- b. Pengaruh penanganan komplain (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan uji hipotesis secara parsial variabel penanganan komplain terhadap kepuasan nasabah menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,225 > t_{tabel}$

sebesar 1,663 atau nilai signifikan t kurang dari 5% ( $0,027 < 0,05$ ) dapat disimpulkan variabel penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kopsyah MAS Malang.

c. Pengaruh kualitas produk (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan uji hipotesis secara parsial variabel kualitas produk terhadap kepuasan nasabah menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,937 > t_{tabel}$  sebesar 1,663 atau nilai signifikan t kurang dari 5% ( $0,004 < 0,05$ ) dapat disimpulkan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kopsyah MAS Malang.

### 3. Uji F (Simultan)

Dalam uji table F ini memiliki kegunaan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (Sugiyono, 2007). Yaitu dengan membandingkan nilai dari F hitung dan F tabel. Hasil dalam uji simultan disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.21 Hasil uji simultan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	495.422	3	165.141	27.442	.000 <sup>b</sup>
	Residual	493.462	82	6.018		
	Total	988.884	85			

Sumber: diolah oleh peneliti 2022

Berdasarkan hasil regresi menunjukkan hasil nilai signifikan sig  $F < 5\%$  atau sebesar ( $0,000 < 0,05$ ) dan didapatkan nilai  $F_{hitung}$  27,442 sehingga  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $27,442 > 2,32$ ). Dapat disimpulkan bahwas secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan (X1), Penanganan komplain (X2), dan kualitas produk (X3) berpengaruh

signifikan terhadap variabel (Y) kepuasan nasabah. Artinya,  $H_0$  diterima kualitas pelayanan, penanganan komplain dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah kopsyah MAS Malang.

#### 4. Uji koefisien determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap pengaruh variabel terikatnya. Hasil uji koefisien determinasi disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.22 Hasil uji koefisien determinasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.708 <sup>a</sup>	0.501	0.483	2.453	2.353

Sumber: diolah oleh peneliti 2022

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel diatas menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,483. Artinya, 48% kepuasan nasabah kopsyah MAS dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (X1), penanganan komplain (X2) dan kualitas produk (X3), sedangkan sisanya sebesar 52% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model dalam penelitian ini.

#### 4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil uji statistic menunjukkan hasil bahwasanya semua variabel independenden berpengaruh pada variabel dependen baik secara simultan maupun secara parsial. Pengaruh tersebut secara positif dan signifikan dengan kata lain kualitas pelayanan, penanganan komplain dan kualitas produk akan meningkatkan kepuasan nasabah koperasi Murni Amanah sejahtera Malang. Sehingga hipotesis yang diajukan

sesuai dan sesuai dengan penelitian sebelumnya. Penjelasan pada variabel-variabel penelitian dijelaskan sebagai berikut:

#### **4.2.1 Analisa interpretasi secara parsial**

Mendefinisikan uji t disini untuk mempengaruhi variable Independen secara parsial dengan variabel dependen. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan dari variable masing-masing yaitu: (X1) Kualitas Pelayanan, (X2) Penanganan Komplain dan (X3) Kualitas produk terhadap variable dependen yaitu (Y) Kepuasan nasabah. Apabila sig t lebih besar dari 0,05 maka Ho diterima. Demikian pula sebaliknya jika sig t lebih kecil dari 0,05 maka Ho ditolak. Bila Ho ditolak ini berarti ada hubungan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen (Ghazali, 2011). Maka hasil dari masing-masing variabel sebagai berikut:

##### **1. Kualitas Pelayanan (X1)**

Berdasarkan hasil uji secara parsial menunjukkan hasil kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan akan meningkatkan kualitas pelayanan. Hal ini membuktikan bahwasanya kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangibility* (Fasilitas fisik), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (Empati) adalah beberapa factor yang dipertimbangkan untuk memberikan kepuasan nasabah. Dengan hasil yang menunjukkan nilai mean tertinggi sebesar 4,3 sedangkan yang terendah adalah 3,8.

Nilai mean tertinggi terletak pada item kuesioner pertama yang mana menyatakan kopsyah mas memiliki SDM yang professional. Dimana

diketahui bahwasanya kopsyah MAS mengalami penurunan jumlah karyawan setiap tahun sehingga manajer koperasi juga ikut membantu dan ambil peran untuk pelayanan, tidak menutup kemungkinan bahwasanya nasabah merasakan SDM kopsyah MAS professional. Sedangkan nilai mean terendah terletak pada indicator empati yang menyatakan Karyawan dapat merespon permintaan nasabah dengan tanggap. Hal ini menunjukkan tanggapan atau respon yang kurang cepat dari karyawan kopsyah MAS terhadap permintaan atau keinginan nasabah.

Sesuai dengan pendapat Tjiptono (2005) “kualitas berkaitan erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para konsumen untuk menjalin ikatan hubungan saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan”. Hasil penelitian ini mendukung dari penelitian yang dilakukan Sudiarta (2018) menunjukkan Hasil kualitas layanan dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Sepyarina (2019) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan Wahab (2017) Hasil penelitian menunjukkan Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian bahwasanya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan pada nasabah akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Dalam perspektif islam diharuskan untuk selalu tidak berkhianat atau selalu menjaga Amanah yang diberikan. Dimana dalam menjaga kualitas pelayanan yang baik yang diharuskan adalah dengan selalu menjaga Amanah yang diberikan nasabah atau perusahaan. Setiap janji yang

diberikan harus bisa ditepati dan dipenuhi oleh karyawan atau perusahaan kepada nasabah. Sebagaimana dinyatakan dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 91:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْفُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

*Artinya: Dan tepatilah janji dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu melanggar sumpah, setelah diikrarkan, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.*

## 2. Penanganan Komplain (X2)

Hasil uji secara parsial penanganan komplain terhadap kepuasan nasabah menunjukkan hasil penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini membuktikan bahwa penanganan komplain yang terdiri dari Kecepatan/kesigapan penanganan komplain, Kemudahan pengajuan komplain, Penyelesaian masalah secara memuaskan adalah beberapa factor yang dipertimbangkan untuk memberikan kepuasan nasabah. Dengan hasil menunjukkan nilai mean tertinggi sebesar 4,4 sedangkan nilai mean terendah sebesar 4,3.

Nilai mean tertinggi terletak pada indikator Penyelesaian masalah secara memuaskan dengan item kuesioner atau pernyataan Kopsyah MAS dapat langsung menerima komplain dari nasabah. hal ini menunjukkan kemudahan dalam mengajukan atau menyampaikan komplain nasabah ke kopsyah MAS. Sedangkan nilai mean terendah terletak pada indikator Kecepatan/kesigapan penanganan komplain dengan item kuesioner atau pernyataan Kopsyah MAS cepat dan sigap dalam menangani komplain. Hal ini menunjukkan untuk

kecepatan dan kesigapan dalam setiap ada komplain yang disampaikan ke perusahaan atau karyawan kurang ditangani dengan cepat. Dapat disimpulkan bahwasanya untuk pengajuan komplain nasabah bisa dilakukan dengan cepat atau bisa diterima langsung oleh karyawan, tetapi untuk penanganan komplain yang diberikan kurang ditangani dengan cepat.

Sesuai dengan Fornel (2003) mengatakan bahwa suatu perusahaan yang melakukan penanganan keluhan dapat mengubah konsumen yang mengeluh menjadi konsumen yang merasa puas dan setia menggunakan jasa layanan perusahaan. Artinya, sejalan dengan hasil penelitian ini dimana Ketika penanganan komplain yang diberikan kepada nasabah baik akan bisa yang semula komplain dan mengeluh bisa merasa puas. Hasil penelitian ini mendukung dari penelitian yang dilakukan Lay (2019) menunjukkan hasil penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Herawati & Sulistyowati (2019) menunjukkan hasil penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Shammout & Haddad (2014) menunjukkan hasil penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian bahwasanya semakin baik penanganan komplain yang diberikan pada nasabah akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Dalam perspektif islam setiap manusia diwajibkan untuk menjaga silaturahmi dan menjaga kerukunan antar sesama. Demikian juga dengan seorang customer atau nasabah dengan penyedia jasa atau Lembaga harus menjaga kerukunan antara keduanya. Didalam berwirusaha pasti adanya kritik, keluhan atau komplain yang disampaikan oleh nasabah. Dimana penanganan

komplain harus diperhatikan. Bagaimana menanggapi komplain yang diberikan oleh nasabah harus benar-benar baik secara perkataan maupun tindakan. Hal ini diterangkan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 263:

قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِّنْ صَدَقَةٍ يَتَّبِعُهَا أَذَىٰ ۗ وَاللَّهُ عَنِّي حَلِيمٌ

*Artinya: Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik daripada sedekah yang diiringi tindakan yang menyakiti. Allah Mahakaya, Maha Penyantun.*

### 3. Kualitas Produk (X3)

Hasil uji secara parsial kualitas produk terhadap kepuasan nasabah menunjukkan hasil kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini membuktikan bahwa kualitas produk yang terdiri dari *Performance* (kinerja), *Service ability* (pelayanan), *Durability* (daya tahan), *Realibility* (keandalan) adalah beberapa factor yang dipertimbangkan untuk memberikan kepuasan nasabah. Dengan nilai mean tertinggi sebesar 4,4 dan nilai mean terendah sebesar 4,3

Nilai mean tertinggi terletak pada *Durability* (daya tahan) dengan item kuesioner atau pernyataan Produk-produk di Kopsyah MAS sesuai dengan ketentuan syariah. hal ini menunjukkan produk-produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan ketentuan atau aturan dan prinsip syariah. Sedangkan nilai mean terendah terletak pada indikator *Performance* (kinerja) dengan item kuesioner atau pernyataan Produk Kopsyah MAS memberikan margin yang menarik. Hal ini menunjukkan nasabah menilai produk kopsyah MAS kurang menarik untuk margin atau keuntungan yang akan nasabah rasakan dan dapatkan. Dapat disimpulkan bahwasanya produk-produk kopsyah MAS sudah sesuai dengan

prinsip syariah, akan tetapi untuk margin yang diberikan kurang menarik bagi nasabah.

Sesuai dengan pendapat Kotler (2003) mengatakan *A product is anything that can be offered to a market to satisfy a want or need*. Yang menyatakan produk memang untuk ditawarkan dan bertujuan untuk mencapai kepuasan. Hasil penelitian ini mendukung dari penelitian yang dilakukan Setiawan & Minarsih (2016) menunjukkan hasil kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Suciningrum & Usman (2021) menunjukkan hasil kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Yurianto & Dewi (2021) menunjukkan hasil kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah. Dengan demikian bahwasanya semakin baik kualitas produk yang diberikan pada nasabah akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Dalam perspektif islam dalam hal jual beli haruslah berjualan dengan jujur dan Amanah. Dimana produk barang atau jasa yang ditawarkan diberikan dengan nilai atau takaran yang sama, tidak boleh adanya penambahan atau pengurangan dengan melihat pembelinya. Begitu juga dengan sikap dan pelayanan terhadap konsumen haruslah sama dengan tidak melihat aspek-aspek lain diluar kebijakan perusahaan. Hal ini terdapat pada Al-Qur'an surat Al-muthafifin ayat (1-3)

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَّزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ

*Artinya: Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang), (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan, dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi.*

#### **4.2.2 Analisis dan interpretasi secara simultan**

Berdasarkan hasil uji F menunjukkan hasil nilai sebesar 0,000 dimana nilai tersebut <0,05 dengan artian terdapat pengaruh yang signifikan. Dapat disimpulkan variabel-variabel diuji memiliki pengaruh yang signifikan yaitu kualitas pelayanan, penanganan komplain dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, hasil dari penyebaran kuesioner secara keseluruhan kualitas pelayanan, penanganan komplain dan kualitas produk yang diberikan oleh kopsyah MAS sudah baik.

Terdapat penelitian Yuriyanto & Dewi (2021) yang menunjukkan secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Purwansyah (2019) menunjukkan secara simultan kualitas pelayanan dan penanganan komplain/keluhan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian hasil penelitian memiliki hasil yang sama dimana ada beberapa variabel yang digunakan pada penelitian ini terdapat pada penelitian sebelumnya. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, penanganan komplain dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dalam perspektif islam dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Imran ayat 159 yang menyatakan:

فِيمَا رَحِمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ  
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

*Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (Q.S Ali Imran:159).*

Berdasarkan ayat diatas menjelaskan bahwasanya setiap orang harus bisa berlaku lemah lembut pada sesama atau disekelilingnya. Sehingga setiap orang akan merasa nyaman tentram jika disampingnya. Hal demikian sangatlah dibutuhkan dalam hal pelayanan terlebih lagi badan usaha dibidang jasa. Dengan demikian Ketika konsumen sudah nyaman akan menciptakan kepuasan dan tidak akan berpindah ke perusahaan lain.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis pengaruh kualitas pelayanan, penanganan komplain dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah studi pada koperasi syariah Murni Amanah sejahtera Malang dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menunjukkan hasil kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah koperasi syariah Murni Amanah sejahtera Malang.
2. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial variabel penanganan komplain terhadap kepuasan nasabah menunjukkan hasil penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah koperasi syariah Murni Amanah sejahtera Malang.
3. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial variabel kualitas produk terhadap kepuasan nasabah menunjukkan hasil kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah koperasi syariah Murni Amanah sejahtera Malang.
4. Berdasarkan uji simultan menunjukkan hasil bahwa secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan (X1), Penanganan komplain (X2), dan kualitas produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) kepuasan nasabah koperasi syariah Murni Amanah sejahtera Malang.

#### **5.2.Saran**

Dari beberapa kesimpulan diatas, dapat dijelaskan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan dan informasi dengan tujuan bisa memberikan manfaat bagi perusahaan atau orang yang berkepentingan. Adapun saran sebagai berikut:

1. Penelitian ini baiknya bisa menjadi bahan informasi dan pertimbangan bagi koperasi syariah murni Amanah sejahtera. Guna terus meningkatkan kualitas pelayanan untuk bisa memberikan kepuasan pada nasabah. dengan baiknya memberikan ketanggapan dan kecepatan pada permintaan atau kebutuhan nasabah.
2. Penyelesain komplain yang sederhana dan memberikan solusi yang saling menguntungkan serta penanganan yang cepat dan sigap bisa dijadikan alternatif untuk meningkatkan kepuasan nasabah.
3. Dengan melihat hasil penelitian menunjukkan pemberian margin belum bisa memberikan ketertarikan pada nasabah secara maskimal ditunjukkan dengan nilai mean paling rendah pada variabel kualitas produk. pemberian margin atau keuntungan bagi nasabah seharusnya diperhatikan untuk bisa meningkatkan kepuasan nasabah.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa menambah dan mengembangkan penelitian yang serupa seperti menambah variabel dengan melihat nilai R adjusted square 48% masih terdapat 52% variabel dependen atau kepuasan nasabah dipengaruhi oleh variabel independent lainnya diluar dari model penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, M., & Ardianto, R. E. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (The Effect of Service Quality and Product Quality on Bank Customer Satisfaction). *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*. 01(02), 133–140.
- Assauari. 2003. *Manajemen Pemasaran Jasa Jilid I*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian kuantitatif: Beberapa konsep dasar untuk penulisan skripsi dan analisis data dengan SPSS*. Sleman: CV. Budi utama.
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). The American customer satisfaction index: nature, purpose, and findings. *Journal of marketing*, 60(4), 7-18.
- Ghazali, Imam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*, Edisi kesepuluh. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghazali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Edisi kelima. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Graceallah, G. (2019). Pengaruh Komunikasi, Penanganan Konflik, Komitmen, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank Commonwealth di Pontianak). *Mabis*, 9(2).
- Heizer, Jay, Barry Render, Chuck Muson. 2010. *Manajemen Operasi: Edisi Ketujuh Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hasyim, H. (2018). Regulasi dan Eksistensi Koperasi Syariah di Kota Depok. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(02), 171-183.
- Henri. (2018). Pertanggungjawaban pengurus koperasi dalam pengembangan jasa keuangan guna menghadapi persaingan bisnis Koordinasi Antar Manager Dengan Pengurus Dalam Mensejahterakan Anggota. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Herawati, N., & Sulistyowati, M. (2019). Strategi Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Dengan Optimalisasi Kualitas Pelayanan, Penangan Komplain

- Dan Fasilitas Teknologi Di Bank Mandiri Syariah Cabang Solo. *Excellent*, 6(2), 99–113. <https://doi.org/10.36587/exc.v6i2.589>.
- Hermawan, I. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Mixed Methode*. Kuningan. Hidayatul quran kuningan.
- Kamila, I. (2017). **Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug (Bachelor's thesis)**. *Skripsi* (tidak dipublikasikan). Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta).
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management*. London: Prentice Hall.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Jilid II Edisi 10*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, philip. 1997. *Manajemen Pemasaran : Analisa, perencanaan, implementasi dan pengendalian*, Jakarta: Prenhallindo.
- Kuncoro, R. EA 2007. *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta
- Lay, N. Y. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Komitmen, dan Penanganan Komplain terhadap Kepuasan Nasabah. *Mabis*, 9(2).
- Ma'wa, K. W. (2016). Analisis Perbandingan Antara Koperasi Simpan Pinjam dengan Koperasi Jasa Keuangan Syariah Baitul Maal Wa Tamwil. *Jurnal Hukum*, 1–23.
- Mustagfiroh, F. (2016). **Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Penanganan Keluhan, Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah dan Word of Mouth (Studi Kasus PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Kantor Cabang Pembantu Unissula)**. *Skripsi* (tidak dipublikasikan). Fakultas ekonomi dan bisnis islam universitas islam negeri Walisongo, Semarang.
- Mulazid, A. S., Mufraini, M. A., Saharuddin, D., & Wicaksono, A. T. S. (2020). Attributes of Islamic bank service quality: a survey to map metropolitan customer satisfaction. *International Journal of Business and Society*, 21(2), 883-897.

- Nahida Afroz, N. (2019). Effect of service quality on customer satisfaction evidence from banks in Tangail. *Management studies and economic systems*, 4(2), 145-159.
- Nasfi, Rahmad, & Sabri. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Ekonomika syariah: Journal of Economic Studies*, 4(1), 19–39.
- Ningsih, D. A., & Masruroh, A. H. (2018). Analisis Perbandingan Sistem Pemberian Kredit pada Koperasi Syariah dan Koperasi Konvensional. *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi (PETA)*, 3(1), 85-94.
- Octo Yuriyanto, A., & Shinta Dewi, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Nasabah Asuransi Unit Link PT. Prudential Life Assurance Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, X(X), 753.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A Multiple Item for Measuring Customer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Purnomo, B. H. (2011). Metode dan Teknik Pengumpulan Data dalam Penelitian Tindakan Kelas (Classroom Action Research). *Jurnal Pengembangan Pendidikan*, 8(1), 251–256.
- Purwansyah eka, P. (2021). **Pengaruh kualitas layanan dan penanganan keluhan terhadap kepuasan nasabah pada bank bni syariah kc. Palembang.** *Skripsi* (tidak dipublikasikan). Doctoral dissertation, UIN RADEN FATAH, PALEMBANG.
- Razak, SE., MS., I., & Finnora, E. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 5(2), 201–216.
- Rinaldi, S. F., & Mujianto, B. (2017). *Metodologi Penelitian Statistik*. Jakarta: Kementrian kesehatan republik Indonesia.
- Safitri, E. N. A. (2019). Pengaruh Tingkat Margin dan Pelayanan Terhadap Kepuasan

- Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah di BPRS Metro. *Finansia: Jurnal Akuntansi Dan Perbankan Syariah*, 2(02), 145.
- Salim, A., Setiawan, M., Rofiaty, R., & Rohman, F. (2018). Focusing on complaints handling for customer satisfaction and loyalty: The case of Indonesian public banking. *European Research Studies Journal*, 21(3), 404–416.
- Sepyarina, D. (2019). **Pengaruh kualitas pelayanan, penanganan komplain dan tingkat margin terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan murabahah (Studi pada KSPPS BTM BIMU Bandar Lampung)**. *Skripsi* (tidak dipublikasikan). Fakultas ekonomi dan bisnis islam uin Raden Intan, Lampung.
- Setiawan, H., & , Maria Magdalena Minarsih, A. F. (2016). *Journal Of Management*. Volume 2 No.2 Maret 2016. 2(2).
- Shammout, M. Z., & Haddad, S. I. (2014). The Impact of Complaints ' Handling on Customers ' Satisfaction : Empirical Study on Commercial Banks ' Clients in Jordan. *Canadian Center of Science and Education* 7(11), 203–220.
- Sigit, K. N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(1), 157–168. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v21i1.1236>
- Situmorang, S. H. (2014). *Studi Kelayakan Bisnis*. Medan: USU Press. Dalam teks Situmorang (2014).
- Statistik, badan pusat. (2020). *Jumlah Koperasi Aktif Menurut Provinsi (Unit), 2018-2020*. Diperoleh tanggal 05 Januari 2022 dari <https://www.bps.go.id/indicator/13/760/1/jumlah-koperasi-aktif-menurut-provinsi.html>
- Suciningrum, F., & Usman, O. (2021). The Effect of Product Quality, Service Quality, and Product Price on Customer Satisfaction in Shopee. *SSRN Electronic Journal*, 1(1), 59–70. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3767892>
- Sudiartha, I. G. M. (2018). Terhadap kepuasan nasabah Pt . Bank pembangunan daerah bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 7(8), 4539–4569.

- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian* (E. Mulyatiningsih (Ed.)). CV. ALFABETA.
- Suliyanto. (2017). Pelatihan Metode Pelatihan Kuantitatif. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 5(2), 223–232.
- Syafarudin, A. (2021). The Effect of Product Quality on Customer Satisfaction Implications on Customer Loyalty in the Era Covid-19. *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*. 2(1), 71–83. <https://doi.org/10.52728/ijtc.v2i1.204>
- Syarif, F. (2019). Perkembangan Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia. *Pleno Jure*, 8(2), 1–16. <https://doi.org/10.37541/plenojure.v8i2.38>
- Syairozi, M. (2016). **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menabung di LKMS Hubbul Wathon Sumowono Semarang.** *Skripsi* (tidak dipublikasikan). Fakultas ekonomi dan bisnis islam institut agama islam negeri (IAIN), Salatiga.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandi. 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV. Andi Ofsett.
- Tjiptono, Fandi. 2005. *Pemasaran Jasa, Edisi Pertama*. Malang: Banyumedia Publishing.
- Wahab, W. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 02(01), 51–65.
- Wahyuningsih, A. (2017). **Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan terhadap kepuasan nasabah bmt arta sejahtera.** *Skripsi* (tidak dipublikasikan). Universitas Alma Ata, Yogyakarta.
- Yurianto, A. O., & Dewi, R. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Nasabah Asuransi Unit Link

PT. Prudential Life Assurance Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 753-761.

Zulkarnain, R., Taufik, H. E. R., & Ramdansyah, A. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt Bank Syariah Mu'amalah Cilegon). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(01), 87-110

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

#### Kuesioner Penelitian

**Kepada**

**Yth. Bapak/ibu/saudara/i**

**Responden**

**Ditempat**

Saya Agil Nurcahyo,

Dalam rangka penyusunan skripsi untuk menyelesaikan studi jenjang Strata 1 (S1) yang berjudul “**pengaruh kualitas pelayanan, penanganan komplain, dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah (studi pada kspps murni amanah sejahtera malang)**” di Prodi S1 Perbankan syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Sehubungan dengan hal tersebut, maka saya memohon kesediaan Saudara/i responden untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner ini. Dalam pengisian kuesioner ini disarankan untuk membaca petunjuk umum yang terdapat pada awal setiap bagian dengan sekesama sebelum menjawab pertanyaan sesuai pendapat Saudara/i responden. Peneliti menjamin penuh kerahasiaan informasi yang Saudara/i responden berikan.

Kemudian atas kerjasama dan kesediaannya untuk meluangkan waktu mengisi angket ini, saya ucapkan banyak terima kasih atas bantuannya. Mudah-mudahan bantuan yang Saudara/i berikan ini dapat mendukung penyusunan skripsi ini. Atas perhatian dan kesediaannya, saya ucapkan terimakasih.

**Pengaruh Kualitas pelayanan, Penanganan Komplain dan kualitas produk terhadap Kepuasan nasabah (Studi pada kspps Murni amanah Sejahtera Malang)**

#### **A. Identitas Responden**

Petunjuk:

Pilih salah satu jawaban pada kolom yang telah disediakan

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :  Pria  
 Wanita
3. Umur :  20-29 Tahun  
 30-39 Tahun  
 40-49 Tahun  
 50-59 Tahun  
 >60 Tahun
4. Pendidikan Terakhir :  SD  
 SMP  
 SMA  
 Sarjana  
 Tidak Sekolah
5. Pekerjaan :  Wiraswasta  
 PNS  
 Pegawai swasta  
 Lainnya
6. Lama Menjadi Nasaba atau anggota Koperasi Syariah Murni Amanah sejahtera Malang  
 <1 Tahun  
 1-3 Tahun  
 4-6 Tahun  
 >6 Tahun

### B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Bacalah dengan baik pertanyaan yang telah diajukan
2. Setiap pertanyaan terdiri dari 5 pilihan jawaban :
  - 1: Sangat tidak setuju
  - 2: Tidak setuju
  - 3: Cukup
  - 4: Setuju
  - 5: Sangat Setuju
3. Pilih salah satu jawaban pada kolom yang telah disediakan

### C. Pertanyaan

Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Kopsyah MAS memiliki SDM yang professional dalam Melayani nasabah					
2	Tersedianya fasilitas di Kopsyah MAS, seperti memiliki ruangan yang nyaman untuk melakukan transaksi					
3	Karyawan menyampaikan layanan yang disajikan secara akurat					
4	Kopsyah MAS dapat dipercaya dalam menjaga kerahasiaan data nasabah					
5	Kemampuan karyawan Kopsyah MAS berkomunikasi dengan baik kepada nasabah					
6	Karyawan Kopsyah MAS sopan dan ramah dalam melayani nasabah					
7	Karyawan memberikan perhatian personal kepada nasabah					
8	Kemudahan untuk menghubungi Kopsyah MAS					
9	Karyawan dapat merespon permintaan nasabah dengan tanggap					
10	Karyawan Kopsyah MAS cepat dalam menangani nasabah yang bertransaksi					

#### Variabel Penanganan Komplain (X2)

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Kopsyah MAS cepat dan sigap dalam menangani komplain					
2	Kopsyah MAS menyelesaikan keluhan/komplain dengan cepat dan tepat					
3	Kopsyah MAS memberikan kemudahan dalam pengajuan komplain/keluhan nasabah					
4	Kopsyah MAS dapat langsung menerima komplain dari nasabah					
5	Nasabah merasa puas dengan penanganan komplain/keluhan yang dilakukan Kopsyah MAS					

#### Variabel Kualitas Produk (X3)

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Produk Kopsyah MAS memberikan margin yang menarik					
2	Nasabah merasa mudah dalam proses transaksi					
3	Produk-produk di Kopsyah MAS menarik					

4	Produk-produk di Kopsyah MAS sesuai dengan ketentuan syariah					
5	Produk-Produk di Kopsyah MAS dapat memenuhi kebutuhan nasabah					

Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Layanan yang diberikan karyawan sesuai dengan harapan nasabah					
2	Kualitas layanan Kopsyah MAS sangat baik					
3	Layanan yang diberikan Kopsyah MAS sangat cepat					
4	Kopsyah MAS mempunyai fasilitas gedung yang memadai					
5	Kopsyah MAS pilihan yang tepat untuk bertransaksi menggunakan jasa perusahaan kembali					
6	Saya merasa puas dengan layanan yang diberikan					
7	Saya merasa puas menggunakan jasa Kopsyah MAS					
8	Saya berminat untuk merekomendasikan produk-produk Kopsyah MAS kepada orang lain					

**Lampiran 2 Data hasil penelitian**

**(X1) Kualitas pelayanan**

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	TOTAL
5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	46
4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	38
5	5	4	5	4	3	4	4	5	4	43
4	5	5	3	4	4	3	3	3	2	36
4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	41
5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	45
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	44
4	5	3	4	4	4	3	4	4	5	40
5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	41
5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48

4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	45
5	4	5	5	4	5	4	5	3	4	44
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	47
5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	43
4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	44
5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	46
5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	46
4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	40
4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	42
4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	42
4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	45
5	5	4	5	5	4	5	3	5	4	45
5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	46
4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	36
5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	45
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	44
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	3	4	5	4	4	5	5	5	44
4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	43
4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	44
5	4	5	4	5	4	5	4	3	5	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	44
5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	38
4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	42
4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	42
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	35
5	4	3	4	5	5	4	3	3	2	38
3	4	3	3	2	4	3	2	4	2	30
4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	47
4	4	3	3	4	3	4	5	5	3	38
4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	37

4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
4	5	3	3	4	3	4	2	2	4	34
3	4	3	4	4	3	4	5	5	4	39
4	4	4	4	4	3	4	3	3	5	38
5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
5	3	5	3	5	3	5	5	3	3	40
4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	33
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	36
4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	37
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
5	4	3	5	4	5	3	4	4	5	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	3	5	3	5	5	5	5	4	45
5	3	2	3	4	3	3	3	4	3	33
3	4	5	3	4	5	4	5	4	5	42
4	5	5	3	4	4	5	4	4	4	42
3	4	4	4	4	5	5	5	3	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	5	5	4	4	3	4	3	42
4	5	4	5	4	5	5	4	5	3	44
3	4	3	4	3	4	5	4	3	4	37
5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	47
4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	43
4	3	3	5	4	2	2	3	3	4	33
5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	46
5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	44
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
4	4	3	2	3	4	4	3	4	4	35
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42
4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	44
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	44

**(X2) Penanganan Komplain**

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL
4	4	5	5	18
4	4	5	4	17

4	4	4	5	17
4	4	4	5	17
4	4	4	5	17
5	5	5	3	18
4	5	4	5	18
4	5	4	5	18
5	5	4	5	19
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	3	15
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
3	5	4	4	16
5	5	4	5	19
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
5	5	4	5	19
4	5	4	5	18
4	5	4	5	18
5	4	5	5	19
3	4	4	4	15
4	5	4	4	17
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	4	5	5	18
4	5	5	5	19
4	4	4	5	17
4	5	5	4	18

5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
5	5	4	5	19
4	5	4	5	18
5	5	4	5	19
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
3	4	5	4	16
5	3	5	4	17
4	4	5	5	18
4	4	3	5	16
4	4	4	3	15
5	4	5	4	18
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
5	3	5	4	17
3	4	3	4	14
5	5	3	5	18
3	4	4	3	14
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
3	4	3	3	13
4	5	5	5	19
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
5	5	3	4	17
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	3	4	3	14
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
4	4	5	4	17
5	5	4	5	19
3	3	4	5	15

3	3	4	4	14
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18

**(X3) Kualitas produk**

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL
5	5	5	5	5	25
4	4	3	4	5	20
4	4	3	4	4	19
3	3	4	4	5	19
4	4	3	5	3	19
4	4	5	5	5	23
5	5	4	5	4	23
4	4	5	4	5	22
5	4	5	5	4	23
3	5	4	5	4	21
4	4	5	4	4	21
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	4	23
4	4	4	4	4	20
4	5	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	23
4	5	4	5	4	22
4	4	5	3	4	20
3	4	4	5	4	20
5	4	5	4	3	21
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24
4	5	5	4	4	22
4	4	4	4	5	21
5	5	4	4	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	5	22
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	3	21
5	4	5	4	4	22
5	4	5	5	4	23
4	4	4	4	5	21

3	4	4	4	5	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	3	20
4	5	4	5	4	22
5	4	5	4	5	23
4	4	4	5	5	22
4	5	4	4	5	22
4	5	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	5	21
4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	5	23
5	4	5	4	4	22
5	5	4	5	4	23
5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	5	20
4	3	5	5	4	21
4	5	5	4	4	22
3	5	4	3	5	20
4	4	3	3	3	17
5	4	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	4	3	5	4	21
4	5	4	5	4	22
5	3	3	5	2	18
3	4	3	3	4	17
4	4	3	4	3	18
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	4	24
5	4	4	5	4	22
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	4	23
5	5	5	5	5	25
4	3	3	4	4	18
3	5	4	4	3	19

4	4	3	2	3	16
4	4	3	4	3	18
5	4	4	4	4	21
4	5	5	4	5	23
4	3	4	4	5	20
4	5	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	4	22
3	5	4	4	4	20
3	4	5	5	4	21
4	5	4	5	4	22
5	4	5	4	5	23
5	4	5	4	5	23

**(Y) Kepuasan nasabah**

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	TOTAL
5	4	5	5	4	5	5	5	4	42
4	3	4	5	4	5	4	3	5	37
3	4	4	5	4	4	5	3	4	36
4	4	4	5	4	5	4	4	5	39
4	4	4	5	3	4	4	4	3	35
5	5	3	5	3	5	4	5	5	40
4	5	4	5	4	5	5	5	4	41
5	4	5	4	5	4	5	4	4	40
5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
4	5	5	4	5	5	5	3	5	41
5	5	5	4	4	5	5	5	5	43
5	2	5	5	5	5	5	5	3	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
5	4	5	4	4	4	5	4	5	40
4	5	5	4	5	5	4	4	5	41
5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
5	5	5	4	4	5	5	5	4	42
4	4	4	5	4	4	5	5	4	39
5	4	5	4	5	4	5	5	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	5	5	5	3	5	3	3	3	36
4	3	5	5	5	4	4	2	4	36

4	5	5	3	5	4	4	5	4	39
4	5	4	4	5	4	4	4	5	39
4	4	4	4	5	4	5	4	4	38
4	5	4	5	4	4	4	4	3	37
5	4	5	3	3	5	4	4	4	37
4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
4	4	3	4	5	4	4	4	4	36
5	4	4	5	4	5	4	5	4	40
4	4	5	5	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	3	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	4	5	4	4	4	5	5	41
5	4	4	5	3	4	5	4	3	37
4	3	3	3	5	3	4	4	4	33
4	4	4	5	5	5	5	4	4	40
4	4	5	4	5	5	5	5	5	42
4	4	5	4	4	4	4	5	5	39
4	4	4	5	3	4	4	3	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
5	4	4	3	4	3	3	4	3	33
5	5	4	4	5	4	4	4	5	40
4	3	4	5	4	3	4	3	4	34
5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
5	4	4	3	3	3	3	5	3	33
5	4	5	4	5	4	5	5	5	42
2	5	5	5	5	3	3	5	5	38
3	4	3	3	4	4	4	5	4	34
4	4	5	5	4	3	5	3	5	38
3	4	4	4	3	5	3	4	3	33
4	4	4	3	4	4	3	4	5	35
4	4	3	3	4	5	4	5	3	35
4	5	4	4	3	4	4	4	3	35
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	5	4	3	4	3	4	3	4	34
5	5	5	4	4	4	4	2	4	37
3	5	4	3	4	5	4	4	3	35
3	5	3	2	5	5	2	2	3	30
4	4	5	4	4	3	4	3	3	34
5	4	5	4	4	3	4	4	4	37
5	5	5	4	5	4	4	5	5	42

5	4	4	4	5	5	4	5	4	40
4	5	4	5	5	5	4	5	5	42
5	4	5	5	5	4	5	5	4	42
3	4	3	4	3	3	4	4	4	32
4	4	5	4	5	4	4	5	5	40
5	5	4	5	5	5	4	5	4	42
5	5	5	5	5	3	4	4	4	40
5	4	5	5	5	5	4	4	4	41
4	3	3	4	5	4	3	4	4	34
4	4	4	5	3	5	3	3	4	35
3	4	3	4	5	3	4	3	4	33
5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
5	5	4	4	5	4	5	4	5	41
4	5	5	4	3	2	5	4	3	35
5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
5	4	5	4	5	4	4	5	4	40
4	5	4	5	4	5	5	5	4	41
3	4	4	3	3	4	4	3	4	32
5	5	5	3	4	4	4	4	4	38
5	4	5	4	4	4	5	4	5	40
4	5	4	5	4	5	4	5	4	40
5	4	5	4	5	4	5	4	5	41

### Lampiran 3 Output SPSS

#### Validitas

Correlations												
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	KUALITAS PELAYANAN
X1.1	Pearson Correlation	1	.263*	.318**	.267*	.572**	.248*	.283**	.087	.181	.180	.545*
	Sig. (2-tailed)		.014	.003	.013	.000	.021	.008	.426	.096	.097	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.2	Pearson Correlation	.263*	1	.116	.268*	.095	.397**	.205	.203	.126	.267*	.480*
	Sig. (2-tailed)	.014		.289	.013	.384	.000	.059	.060	.247	.013	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.3	Pearson Correlation	.318**	.116	1	.150	.488**	.372**	.468**	.298**	.212*	.272*	.618*
	Sig. (2-tailed)	.003	.289		.168	.000	.000	.000	.005	.050	.011	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.4	Pearson Correlation	.267*	.268*	.150	1	.238*	.369**	.191	.381**	.298**	.331**	.583*

	Sig. (2-tailed)	.013	.013	.168		.027	.000	.079	.000	.005	.002	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.5	Pearson Correlation	.572**	.095	.488**	.238*	1	.206	.419**	.283**	.184	.277**	.616**
	Sig. (2-tailed)	.000	.384	.000	.027		.057	.000	.008	.090	.010	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.6	Pearson Correlation	.248*	.397**	.372**	.369**	.206	1	.374**	.445**	.198	.393**	.668**
	Sig. (2-tailed)	.021	.000	.000	.000	.057		.000	.000	.067	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.7	Pearson Correlation	.283**	.205	.468**	.191	.419**	.374**	1	.342**	.326**	.189	.632**
	Sig. (2-tailed)	.008	.059	.000	.079	.000	.000		.001	.002	.081	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.8	Pearson Correlation	.087	.203	.298**	.381**	.283**	.445**	.342**	1	.417**	.494**	.675**
	Sig. (2-tailed)	.426	.060	.005	.000	.008	.000	.001		.000	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.9	Pearson Correlation	.181	.126	.212*	.298**	.184	.198	.326**	.417**	1	.283**	.544**
	Sig. (2-tailed)	.096	.247	.050	.005	.090	.067	.002	.000		.008	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.10	Pearson Correlation	.180	.267*	.272*	.331**	.277**	.393**	.189	.494**	.283**	1	.631**
	Sig. (2-tailed)	.097	.013	.011	.002	.010	.000	.081	.000	.008		.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
KUALITAS PELAYANAN	Pearson Correlation	.545**	.480**	.618**	.583**	.616**	.668**	.632**	.675**	.544**	.631**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86

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

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

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	PENANGANAN KOMPLAIN
X2.1	Pearson Correlation	1	.396**	.429**	.317**	.787**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.003	.000
	N	86	86	86	86	86
X2.2	Pearson Correlation	.396**	1	.030	.496**	.694**
	Sig. (2-tailed)	.000		.783	.000	.000
	N	86	86	86	86	86
X2.3	Pearson Correlation	.429**	.030	1	.130	.569**
	Sig. (2-tailed)	.000	.783		.235	.000
	N	86	86	86	86	86
X2.4	Pearson Correlation	.317**	.496**	.130	1	.705**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.235		.000

	N	86	86	86	86	86
PENANGANAN	Pearson Correlation	.787**	.694**	.569**	.705**	1
KOMPLAIN	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	86	86	86	86	86

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

Correlations							
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	KUALITAS PRODUK
X3.1	Pearson Correlation	1	.171	.371**	.377**	.200	.657**
	Sig. (2-tailed)		.115	.000	.000	.065	.000
	N	86	86	86	86	86	86
X3.2	Pearson Correlation	.171	1	.249*	.295**	.176	.561**
	Sig. (2-tailed)	.115		.021	.006	.105	.000
	N	86	86	86	86	86	86
X3.3	Pearson Correlation	.371**	.249*	1	.254*	.456**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.021		.018	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86
X3.4	Pearson Correlation	.377**	.295**	.254*	1	.135	.633**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.018		.215	.000
	N	86	86	86	86	86	86
X3.5	Pearson Correlation	.200	.176	.456**	.135	1	.632**
	Sig. (2-tailed)	.065	.105	.000	.215		.000
	N	86	86	86	86	86	86
KUALITAS PRODUK	Pearson Correlation	.657**	.561**	.736**	.633**	.632**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	86	86	86	86	86	86

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

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

Correlations											
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	KEPUASAN NASABAH
Y1	Pearson Correlation	1	.032	.471**	.142	.224*	.153	.425**	.335**	.220*	.621**
	Sig. (2-tailed)		.769	.000	.191	.038	.159	.000	.002	.042	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Y2	Pearson Correlation	.032	1	.114	-.022	-.007	.164	-.004	.177	.106	.304**
	Sig. (2-tailed)	.769		.295	.841	.951	.131	.972	.104	.331	.004
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Y3	Pearson Correlation	.471**	.114	1	.196	.252*	.041	.440**	.141	.282**	.596**

	Sig. (2-tailed)	.000	.295		.071	.019	.707	.000	.195	.009	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Y4	Pearson Correlation	.142	-.022	.196	1	.014	.242*	.325**	.159	.173	.470**
	Sig. (2-tailed)	.191	.841	.071		.895	.024	.002	.144	.112	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Y5	Pearson Correlation	.224*	-.007	.252*	.014	1	.111	.276*	.208	.407**	.519**
	Sig. (2-tailed)	.038	.951	.019	.895		.310	.010	.055	.000	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Y6	Pearson Correlation	.153	.164	.041	.242*	.111	1	.114	.275*	.127	.469**
	Sig. (2-tailed)	.159	.131	.707	.024	.310		.297	.010	.245	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Y7	Pearson Correlation	.425**	-.004	.440**	.325**	.276*	.114	1	.300**	.333**	.661**
	Sig. (2-tailed)	.000	.972	.000	.002	.010	.297		.005	.002	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Y8	Pearson Correlation	.335**	.177	.141	.159	.208	.275*	.300**	1	.154	.594**
	Sig. (2-tailed)	.002	.104	.195	.144	.055	.010	.005		.158	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Y9	Pearson Correlation	.220*	.106	.282**	.173	.407**	.127	.333**	.154	1	.578**
	Sig. (2-tailed)	.042	.331	.009	.112	.000	.245	.002	.158		.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
KEPUASAN NASABAH	Pearson Correlation	.621**	.304**	.596**	.470**	.519**	.469**	.661**	.594**	.578**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).											
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).											

## Reliabilitas

### Kualitas pelayanan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.803	.802	10

### Penanganan komplain

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.635	.631	4

### **Kualitas produk**

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.649	.647	5

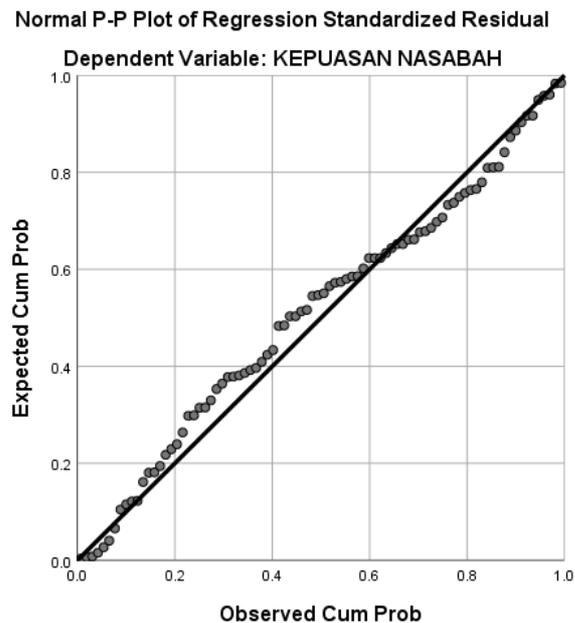
### **Kepuasan nasabah**

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.689	.689	9

### **Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.40944722
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.057
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

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



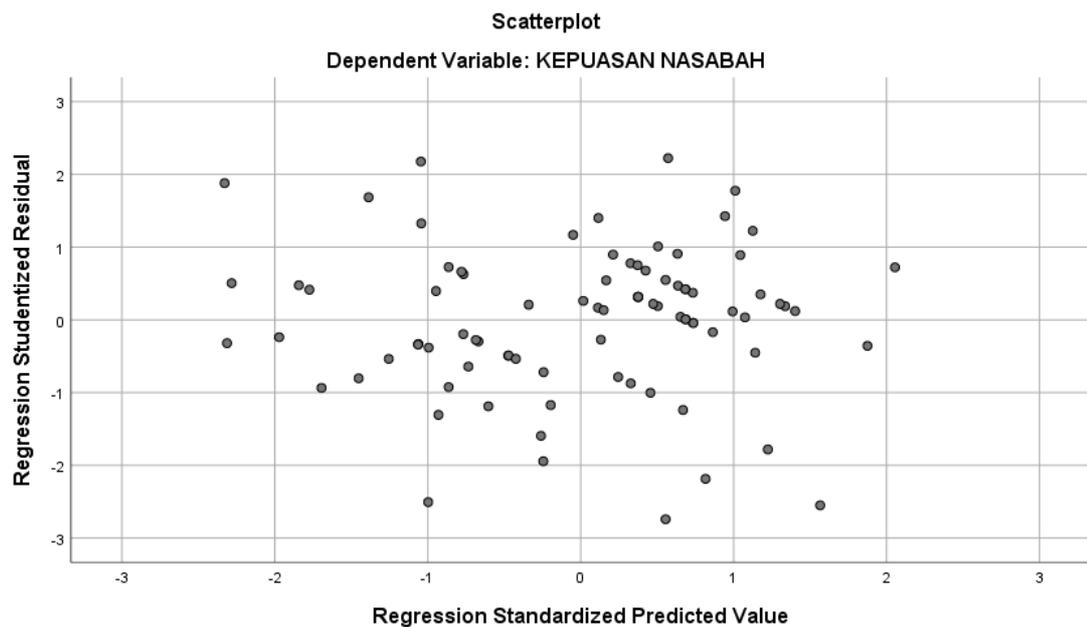
### Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas pelayanan	.752	1.329
Penanganan komplain	.619	1.616
Kualitas produk	.715	1.399

### Uji Heterokedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.522	2.184		1.155	.251
	KUALITAS PELAYANAN	-.030	.047	-.082	-.643	.522

	PENANGANAN KOMPLAIN	.050	.124	.057	.406	.686
	KUALITAS PRODUK	-.015	.096	-.020	-.156	.876
a. Dependent Variable: ABRESID						



### Uji Regresi linier berganda

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.056	3.367		2.393	.019		
	KUALITAS PELAYANAN	.315	.072	.394	4.376	.000	.752	1.329
	PENANGANAN KOMPLAIN	.431	.191	.224	2.255	.027	.619	1.616
	KUALITAS PRODUK	.434	.148	.271	2.937	.004	.715	1.399
a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH								

### Uji F

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

1	Regression	495.422	3	165.141	27.442	.000 <sup>b</sup>
	Residual	493.462	82	6.018		
	Total	988.884	85			
a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH						
b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PENANGANAN KOMPLAIN						

### Uji koefisien determinasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.708 <sup>a</sup>	.501	.483	2.453	2.353
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PENANGANAN KOMPLAIN					
b. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH					

## Lampiran 4 Biodata Peneliti

### BIODATA PENELITI



Nama Lengkap : Agil Nurcahyo  
Tempat, tanggal lahir : Blitar, 08 Juni 1999  
Alamat Asal : Jl. Abadii Rt 01 Rw 08 Lingkungan Kedungearu Kec.  
Nglegok Kab. Blitar  
Alamat di Malang : Jl. Mertojoyo Sel. No. C15, Merjosari, Lowokwaru, Kota  
Malang  
Telepon/HP : 085732098527  
E-mail : agicahya76@gmail.com

#### **Pendidikan Formal**

2006-2012 : SDIT Wildan Mukholadun  
2012-2015 : SMP Bustanul Muta'allimin  
2015-2018 : SMK Islam 1 Blitar  
2018-Sekarang : Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas  
Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

#### **Pendidikan Non-Formal**

2018-2019 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab (PKPBA) UIN Malang  
2019-2020 : English Language Center (ELC) UIN Malang

#### **Pengalaman Organisasi**

2018-2019 : Anggota UKM Pagar Nusa Uin Malang  
2019-2020 :

a. Pengurus UKM pagar nusa uin Malang

b. Ikamahalita (Ikatan Mahasiswa Blitar)

2020-sekarang : Anggota UKM Pagar Nusa Uin Malang

## Lampiran 5 JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI/TESIS/DISERTASI

### JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI/TESIS/DISERTASI

#### Identitas mahasiswa

Nim : 18540128  
Nama : agil nurcahyo  
Fakultas : ekonomi  
Jurusan : perbankan syariah  
Dosen pembimbing 1 : nihaya aslamatis s.,se., mm  
Dosen pembimbing 2 :  
Judul skripsi/tesis/disertasi :

Pengaruh religiusitas, kualitas produk dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah (studi kasus mahasiswa uinmaliki malang)

#### IDENTITAS BIMBINGAN

No	Tanggal Bimbingan	Nama Pembimbing	Deskripsi Bimbingan	Tahun Akademik	Status
1	2021-11-18	NIHAYA ASLAMATIS S.,SE., MM	Pengajuan Draft Proposal	2021/2022 Ganjil	Sudah Dikoreksi
2	2021-11-25	NIHAYA ASLAMATIS S.,SE., MM	1. Koreksi Pada Variabel dan Objek penelitian 2. Penelitian belum jelas terkait fenomena dan alur berfikir	2021/2022 Ganjil	Sudah Dikoreksi
3	2022-01-05	NIHAYA ASLAMATIS S.,SE., MM	1. Penyesuaian Format Penulisan Sesuai buku Pedoman Penelitian UIN Maliki Malang 2. Penambahan alasan pemilihan objek Penelitian 3. Penambahan Daftar Pustaka	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
4	2022-02-02	NIHAYA ASLAMATIS S.,SE., MM	1. Penambahan Refrensi 2. Penambahan data berbentuk tabel dan Grafik 3. Koreksi pada style Sitasi 4. Penambahan Teknik Pengambilan Sampel	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
5	2022-02-14	NIHAYA ASLAMATIS S.,SE., MM	1. Koreksi Pada Daftar Isi 2. Penyesuaian style Daftar Pustaka	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
6	2022-03-01	NIHAYA ASLAMATIS S.,SE., MM	1. Koreksi Pada Kerangka konseptual 2. Koreksi pada Pengajuan Hipotesis 3. Koreksi Pada Rumusan masalah	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi

7	2022-03-11	NIHAYA ASLAMATIS S.,SE., MM	ACC Proposal Skripsi	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
8	2022-04-06	NIHAYA ASLAMATIS S.,SE., MM	koreksi pada kuesioner Penelitian	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
9	2022-04-20	NIHAYA ASLAMATIS S.,SE., MM	1. Bimbingan terkait pengolahan data 2. koreksi pada pengolahan data	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
10	2022-05-12	NIHAYA ASLAMATIS S.,SE., MM	1. Koreksi pada Abstrak 2. Koreksi untuk format Penulisan Skripsi 3. Koreks pada susunan Pembahasan dan Kesimpulan	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
11	2022-05-16	NIHAYA ASLAMATIS S.,SE., MM	ACC Seminar Hasil	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
12	2022-05-23	NIHAYA ASLAMATIS S.,SE., MM	Penyusunan Artikel	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
13	2022-05-27	NIHAYA ASLAMATIS S.,SE., MM	ACC Submit jurnal ke jurnal al masharif Al-Syariah (JMS) Universitas muhamadiyah Surabaya	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
14	2022-06-13	NIHAYA ASLAMATIS S.,SE., MM	ACC Sidang Afirmasi	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi

**Telah disetujui  
Untuk mengajukan ujian Skripsi/Tesis/Desertasi**

**Malang : 16 Juni 2022  
Dosen Pembimbing 1**



**NIHAYA ASLAMATIS S.,SE., MM**

**Kajur / Kaprodi,**



**Dr. Yayuk Sri Rahayu, SE., MM**

## Lampiran 6 Translate Bahasa Inggris

### ABSTRACT

Agil Nurcahyo. 2022, Undergraduate Thesis. Title: "The Influence of Service Quality, Complaint Handling and Product Quality on Customer Satisfaction (A Study on the Murni Amanah Sejahtera Islamic Cooperative, Malang"

Advisor : Nihayatu Aslamatis S. SE., MM.

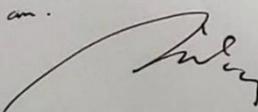
Keywords : Service Quality, Complaint Handling, Product Quality, Customer Satisfaction.

Customer satisfaction is the main goal and target of every banking or financial institution in the era of technological advancement and intense competition. Murni Amanah Sejahtera Islamic Cooperative (Kopsyah MAS) Malang is one of the cooperatives that has been around for a long time and is able to survive in the midst of competition involving bank or other non-bank financial institutions. Kopsyah MAS has several problems including new customers that are declining in recent years and a reduction of employees. Seeing these conditions, it is difficult to achieve customer satisfaction and compete with other financial institutions that are attempting to improve their service to achieve customer satisfaction. This study will answer whether service quality, complaint handling and product quality affect customer satisfaction in the study of Murni Amanah Sejahtera Islamic Cooperative Malang.

This research employs quantitative methods. The population in this study were 594 customers or members of Kopsyah MAS Malang. The sampling method used in this study was carried out with the Non Probability Sampling Technique. The type of sampling used is accidental sampling. The samples are 86 customers calculated using the Slovin formula. The data analysis technique used is Multiple Linear Regression.

The results of the study indicate that the service quality variable (X1) has a significant effect on customer satisfaction. Complaint handling variable (X2) has a significant effect on customer satisfaction. The product quality variable (X3) has a significant effect on customer satisfaction. The simultaneous test results show that service quality, complaint handling and product quality simultaneously have a significant effect on customer satisfaction. The variable that has the most dominant effect is the product quality variable.

The implementation and improvement of service quality, complaint handling and good product quality will increase customer satisfaction so that customers will continue to do transaction and recommend Kopsyah MAS to others. The quality of service provided by this cooperative is good, but the results of the study show that the responses are still not optimal. The handling of complaints given to customers is good, indicated by how the results of complaints are quickly received by Kopsyah MAS. However, the complaint handling has not been carried out in a responsive or fast manner. On the one hand, the product quality can also attract and maintain both customers and prospective customers with the results showing that, among three independent variables proposed, product quality is the most influential one.

Translator,  Prima Purbasari, M.Hum NIDT 19861103201608012099	Date July 3, 2022	 the Director of Language Center, H. M. Abdul Hamid, MA NIP. 19732011998031007
---	----------------------	--

## Lampiran 7 Translate Bahasa Arab

### مستخلص البحث

عقيل نور جهيو. ٢٠٢٢، البحث الجامعي. العنوان: "تأثير جودة الخدمة والتعامل مع الشكاوى وجودة المنتج على رضا العملاء (دراسة الحالة في تعاونية مورني أمانة سيجاھترا مالانج الإسلامية"

المشرف : نھاية أسلمة

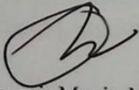
الكلمات الرئيسية: جودة الخدمة، التعامل مع الشكاوى، جودة المنتج، رضا العملاء.

رضا العملاء هو الهدف الرئيسي والغاية لكل مؤسسة مصرفية أو مالية في مواجهة التقدم التكنولوجي والمنافسة الشرسة. تعاونية مورني أمانة سيجاھترا مالانج الإسلامية هي إحدى التعاونيات التي تأسست لفترة طويلة وقادرة على البقاء في خضم المنافسة في العالم المصرفي أو المؤسسات المالية غير المصرفية الأخرى. وتواجه هعدة المشاكل حيث كان هناك انخفاض في العملاء الجدد في السنوات الأخيرة ويرافقه أيضا انخفاض موظفيها. نظرا إلى هذا الوضع فمن الصعب تحقيق رضا العملاء ومنافسة مع المؤسسات المالية الأخرى التي تتنافس على التحسين لتقديم خدمة جيدة لتحقيق رضا العملاء. سيجيب هذا البحث مدى تأثير جودة الخدمة والتعامل مع الشكاوى وجودة المنتج على رضا العملاء في تعاونية مورني أمانة سيجاھترا مالانج الإسلامية.

استخدم هذا البحث منهج البحث الكمي. وبلغ عدد السكان في هذا البحث من العملاء أو أعضاء تعاونية مورني أمانة سيجاھترا الإسلامية الذين بلغ عددهم ٥٩٤ عميلا. تم تنفيذ طريقة أخذ العينات باستخدام تقنية أخذ العينات غير الاحتمالية. نوع أخذ العينات المستخدمة في أخذ العينات المتاحة أو يسمى أخذ العينات العرضية. بلغ مجموع العينة في هذه الدراسة ٨٦ عميلا تم حسابهم بواسطة صيغة سلوفين. تقنية تحليل البيانات المستخدمة هي الانحدار الخطي المتعدد.

أظهرت نتائج البحث أن متغير جودة الخدمة (X1) له تأثير كبير على رضا العملاء. متغير التعامل مع الشكاوى (X2) له تأثير كبير على رضا العملاء. متغير جودة المنتج (X3) له تأثير كبير على رضا العملاء. أشارت نتائج الاختبار المتزامنة أن جودة الخدمة والتعامل مع الشكاوى وجودة المنتج في وقت واحد لها تأثير كبير على رضا العملاء. المتغير الذي له أكبر التأثير أو مهيمن على الأخرى هو متغير جودة المنتج.

مع تنفيذ وتحسين جودة الخدمة، فإن التعامل مع الشكاوى وجودة المنتج الجيدة ستزيد من رضا العملاء لمواصلة التعامل والتوصية بتعاونية مورني أمانة سيجاھترا الإسلامية للآخرين. نتائج الدراسة أظهرت أن الاستجابة لا تزال غير مثالية مع أن جودة الخدمة المقدمة جيدة. إن التعامل مع الشكاوى المقدم للعملاء جيد نظرا إلى سرعة قبولها، ولكن التعامل المقدم لم يتم بشكل سريع. جودة المنتج قادرة أيضا على جذب العملاء والعملاء المحتملين والاحتفاظ بهم مع نتائج المتغيرات المستقلة الثلاثة مما يميل إلى جودة المنتج التي أكثر تأثيرا من غيرها.

Penerjemah,  M. Mubasysyir Munir, MA NIDT: 19860513201802011215	Tanggal 10/06/2022	Validasi Kepala,  Prof. Dr. H. M. A. Haryanto, M. NIP: 19730201 199809 1001
---	-----------------------	--



## Lampiran 8 Surat Keterangan bebas plagiarism



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
UP2M - FAKULTAS EKONOMI  
Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

### SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME (FORM C)

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eka Wahyu Hestya Budianto, Lc., M.Si  
NIP : 198908082020121002  
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Agil Nurcahyo  
NIM : 18540128  
Handphone : 085732098527  
Prodi/Konsentrasi : Perbankan Syariah/Entrepreneur  
Email : agicahya76@gmail.com  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Studi pada KSPPS Murni Amanah Sejahtera Malang  
Pembimbing : -

Menerangkan bahwa penulisan skripsi mahasiswa tersebut di atas dinyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
19%	20%	6%	4%

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 29 Juni 2022  
UP2M

Eka Wahyu Hestya Budianto, Lc., M.Si  
NIP. 198908082020121002

## Lampiran 9 Hasil Cek Turnitin

<b>19%</b> SIMILARITY INDEX	<b>20%</b> INTERNET SOURCES	<b>6%</b> PUBLICATIONS	<b>4%</b> STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>etheses.uin-malang.ac.id</b> Internet Source	<b>11%</b>
<b>2</b>	<b>repository.uinjkt.ac.id</b> Internet Source	<b>4%</b>
<b>3</b>	<b>repository.radenintan.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>lppm.unpam.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>alwiii.blogspot.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>dspace.uui.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>