

## ANALISIS KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI SIMPAN PINJAM ARTO MAKMUR JAYA DITINJAU DARI KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN DAN CITRA INSTITUSI

Noor Azura Alias Dina<sup>1</sup>, Sigit Ratnanto<sup>2</sup>, Hery Purnomo<sup>3\*</sup>  
<sup>1,2,3\*</sup> Universitas Nusantara PGRI, Jl. K.H. Achmad Dahlan 76 Kediri  
<sup>3\*</sup> herypurnomo@unpkediri.ac.id

### Abstract

*This research has the purpose of obtaining knowledge and analysis: (1) The quality of cooperative services to the satisfaction of members who have used the services of Cooperatives savings and Loan Arto Makmur Jaya. (2) Trust in the satisfaction of members who have used the time of Cooperative Save Borrow Arto Makmur Jaya. (3) the image of the institution to the satisfaction of members who have used the services of Cooperatives savings and Loan Arto Makmur Jaya. The approach taken in this research is to use quantitative approaches and research techniques used are causal. Data collection in this study is through the dissemination of questionnaires. The population in this study is a member of the Cooperative savings and Loan Arto Makmur Jaya. The sample numbered 40 people. The technique of determining sample respondents in this study is to use purposive sampling techniques. Furthermore, data analysis techniques used linear patterns multiple regressions by utilizing SPP software for windows version 23. The conclusion of the study is: (1) The quality of service has a significance on the satisfaction of members who have used the services of the Cooperative. (2) Trust has a significant effect on the satisfaction of members who have used the services of the Cooperative. (3) The image of the institution shall affect the satisfaction of members who have used the services of the Cooperative. (4) The quality of service, trust, and image of the institution shall have a simultaneous effect on the satisfaction of members who have used the services of the Cooperative; Save Borrow Arto Makmur Jaya.*

**Keywords:** Quality of Service, Trust, Institutional Image and Member Satisfaction

### Abstrak

*Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk memperoleh pengetahuan dan analisis: (1) Kualitas pelayanan koperasi terhadap kepuasan anggota yang telah menggunakan jasa Koperasi Simpan Pinjam Arto Makmur Jaya. (2) Kepercayaan terhadap kepuasan anggota yang telah menggunakan masa Koperasi Simpan Pinjam Arto Makmur Jaya. (3) citra institusi terhadap kepuasan anggota yang telah menggunakan jasa Koperasi Simpan Pinjam Arto Makmur Jaya. Pendekatan yang diambil pada riset ini adalah mempergunakan pendekatan kuantitatif dan teknik penelitian yang dipakai bersifat kausal. Pengumpulan data di dalam penelitian ini yaitu melalui penyebaran kuesioner. Populasi pada penelitian kali ini yaitu anggota dari Koperasi Simpan Pinjam Arto Makmur Jaya. Sampel berjumlah 40 orang. Teknik penentuan responden sampel di penelitian ini yaitu dengan memakai teknik purposive sampling. Selanjutnya teknik analisis data yang digunakan pola linier regresi berganda dengan memanfaatkan software SPP for windows version 23. Kesimpulan penelitian adalah: (1) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikansi pada kepuasan anggota yang telah menggunakan jasa Koperasi. (2) Kepercayaan berpengaruh signifikan pada kepuasan anggota yang telah menggunakan jasa Koperasi. (3) Citra institusi berpengaruh pada kepuasan anggota yang telah menggunakan jasa Koperasi. (4) Kualitas pelayanan, kepercayaan, dan citra institusi berpengaruh simultan terhadap kepuasan anggota yang telah menggunakan jasa Koperasi ; Simpan Pinjam Arto Makmur Jaya.*

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Citra Institusi dan Kepuasan Anggota

### PENDAHULUAN

Kepuasan anggota koperasi perlu mendapat perhatian saat ini, mengingat koperasi merupakan usaha yang siklus hidupnya bergantung pada jumlah anggotanya. Sehingga koperasi perlu untuk membuat kebijakan yang dapat memenuhi kebutuhan anggotanya.

Kepuasan dalam institusi dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang dianggap dapat memenuhi dan memperlihatkan tingkat perasaan seseorang ketika mereka menerima hasil produk, baik berupa barang maupun

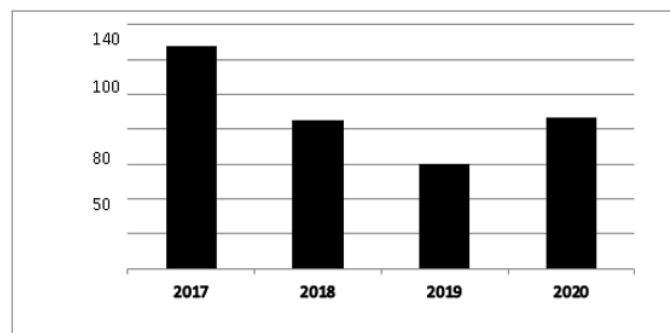
jasa. Hingga saat ini, banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan, di antaranya citra merek dan kualitas layanan (Syarifah and Sucihatningsih, 2015), dan faktor-faktor lain.

Salah satu poin yang penting adalah kualitas pelayanan, dan kualitas pelayanan tersebut diukur ketika pengguna menggunakan jasa tersebut, sehingga hasilnya bisa langsung terlihat apakah sudah benar dan sesuai atau belum. Tjiptono (2015:142) mengungkapkan bahwa "Kualitas pelayanan ialah suatu tingkatan atas kelebihan yang diinginkan dan penguasaan atas tingkat keunggulan tersebut ditujukan untuk menyesuaikan dengan berbagai tuntutan dan kebutuhan pelanggan.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan adalah kepercayaan. Mowen dan Minor (2012) mengatakan bahwa kepercayaan ialah segala informasi yang diketahui dan dimiliki oleh para dan juga segala penyimpulan yang akan diberikan konsumen atas objek, manfaat, maupun atributnya.

Agar dapat terus berkembang dan bertahan, koperasi perlu membangun sebuah *image*. Citra atau *image* ini adalah sesuatu yang penting bagi setiap usaha. Citra yang dinilai baik adalah citra yang dapat membuat publik memberikan penilaian baik terhadap perusahaan tertentu. Menurut Kusdayanti (2016), apabila koperasi memiliki citra yang bagus, selanjutnya koperasi dan berkompetisi dan pengurusnya akan selalu bersemangat dalam melayani, sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan, namun jika citra koperasi memburuk, maka akan berdampak negatif bagi kepuasan pelanggan. Koperasi atau perusahaan perlu melakukan penelitian mengenai *image* atau citra, agar dapat memahami dengan benar apa opini masyarakat terhadap citra produk mereka. Kepuasan anggota tidak hanya dipandang melalui aspek kualitas pelayanan pada anggota, tetapi melalui citra institusi juga. Konsumen akan memiliki pendapat yang bervariasi tentang citra institusi. Citra institusi sendiri adalah kepercayaan terhadap institusi. Dengan kata lain, ini merupakan anggapan masyarakat terhadap kepercayaannya pada koperasi, maupun berbagai barang atau fasilitas jasa yang disediakan koperasi. Agar dapat berperan, citra institusi haruslah komunikatif lewat berbagai hal.

Masyarakat saat ini dinilai semakin selektif dalam memilih koperasi. Hal ini tentunya dipengaruhi oleh kepuasan dan loyalitas, serta inovasi dan perbedaan yang menuntut koperasi. Begitu pula dengan Koperasi Simpan Pinjam Arto Makmur Jaya di Kabupaten Nganjuk yang sejak 3 tahun terakhir terus mengalami kenaikan dan penurunan usaha, hal ini terlihat pada data jumlah anggota di bawah ini:



**Gambar 1. Data Nasabah Koperasi Simpan Pinjam Arto Makmur Jaya Periode 2017 – 2020**

Dari gambar 1 di atas, Koperasi Simpan Pinjam Arto Makmur Jaya perlu untuk segera melakukan evaluasi. Hal ini juga dibuktikan bahwa masih banyak terdapat ketidakpuasan dan keluhan anggota. Hal seperti dapat terjadi karena kurangnya kualitas pelayanan, kepercayaan yang rendah, serta institusi yang dinilai kurang baik.

Berdasarkan hasil observasi awal penelitian, ada beberapa masalah yang terjadi pada Koperasi Simpan Pinjam Arto Makmur Jaya yaitu:

Menurut laporan tahunan koperasi dinyatakan bahwa kualitas pelayanan Koperasi Simpan Pinjam Arto Makmur Jaya dinilai rendah, dapat dilihat melalui perkembangan jumlah dalam unit simpan pinjam sebagai berikut: tahun 2018 sudah terealisasi 11 dari 28 pengajuan pinjaman, dan tahun 2019 terealisasi sebanyak 13 dari 38 pengajuan pinjaman. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa sejak 2 tahun terakhir jumlah pengajuan pinjaman menurun dengan diikuti pinjaman yang didapatkan anggota. Anggota dan calon anggota/nasabah banyak yang tidak mendapatkan pinjaman dari koperasi. Menurut laporan tahunan ini, dapat disebabkan juga karena setiap tahunnya koperasi tidak memiliki modal yang dapat memenuhi pengajuan pinjaman, serta koperasi masih memiliki banyak hutang bank. Batas maksimal mengajukan pinjaman juga dirasa

kurang bagi anggota, atau tidak lebih dari Rp 5.000.000. kepuasan nasabah maupun anggota koperasi dirasa kurang karena jumlah anggota atau nasabah yang tidak meminjam tidak semuanya terealisasi.

Kualitas pelayanan koperasi sebetulnya bisa ditingkatkan dengan meningkatkan kepercayaan anggota. Kepercayaan diartikan sebagai suatu itikad baik terhadap pihak lain. Dengan begitu, kepercayaan konsumen, atau harapan konsumen dapat diwujudkan oleh penyedia jasa. Akan tetapi di dalam memberikan pelayanan kurang baik, sehingga menyebabkan anggota juga kurang terpuaskan. Akibatnya kepercayaan anggota terhadap koperasi pun hilang.

Kepuasan konsumen maupun kepercayaan harus menjadi salah satu faktor yang disoroti oleh organisasi karena kepuasan konsumen memiliki dampak yang besar atas tingkat penjualan. Kotler (2012) mengemukakan bahwa apabila seorang pelanggan merasa puas akan suatu produk yang dibelinya maka dia akan melakukan transaksi ulang atau *repurchase* kemudian para penjual akan menggunakannya sebagai media promosi dalam bentuk testimoni atas *repeat order* konsumen. Untuk itu tingkat kepercayaan pelanggan juga perlu ditingkatkan untuk menambah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas akan melakukan transaksi kembali pada koperasi. Pembatasan limit batas pinjaman membuat anggota kurang percaya terhadap jasa yang ditawarkan koperasi. Juga demikian dengan Koperasi Simpan Pinjam Arto Makmur Jaya yang memerlukan perbaikan dalam hal pemberian kualitas layanan, kepercayaan, serta citra institusi.

Ada berbagai macam penelitian yang dilakukan untuk meneliti mengenai kualitas layanan, kepercayaan, dan citra institusi. Penelitian terdahulu dengan judul analisis aspek yang memberikan pengaruh tingkat kepuasan anggota terhadap pemakaian jasa koperasi simpan pinjam dengan studi kasus di Koperasi Purnakaryawan Listrik Negara (PURLINA) Semarang mendapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan dan citra merek tentu dapat membawa pengaruh terhadap kepuasan anggota Koperasi Purnakaryawan Listrik Negara (PURLINA) secara simultan maupun parsial. Begitu juga dengan penelitian berjudul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna jasa Koperasi Simpan Pinjam Bhina Raharja Cabang Karanganyar mendapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, citra perusahaan produk, dan lokasi terhadap kepuasan pengguna jasa di Koperasi Simpan Pinjam Bhina Raharja Kabupaten Karanganyar. Berbeda dari hasil penelitian di atas, penelitian ini dilakukan di lokasi yang berbeda, pada objek yang berbeda, kondisi lapang, serta waktu yang berbeda. Untuk itu dalam penelitian ini hasilnya pun dapat memiliki perbedaan dengan penelitian-penelitian terdahulu. Sehingga hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat berbeda dengan studi sebelumnya, terlebih adanya situasi *pandemic* covid-19 yang mempengaruhi psikologis individu.

## METODE

Sugiyono (2019:93) menjelaskan variabel adalah sesuatu yang bisa berupa atribut, *value*, maupun sifat dari suatu objek, orang, atau *event* yang memiliki variasi masing-masing dan ditetapkan dalam penelitian untuk dipahami dan disimpulkan. Variabel dalam penelitian ini dapat dijabarkan di bawah ini:

Variabel dependen, adalah variabel tidak bebas dan dipengaruhi namun juga dapat menjadi akibat terjadinya sesuatu karena adanya variabel tidak terikat (Sugiyono 2019:4). Variabel tidak bebas pada penelitian kali ini adalah Kepuasan Anggota (Y)

Variabel Independen adalah variabel yang bebas, dengan kata lain dapat mempengaruhi dan menjadi sebab suatu timbulnya variabel tidak bebas lain (Sugiyono, 2019:4). Pada penelitian kali ini variabel independen (X) yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Kepercayaan (X2), dan Citra Institusi (X3).

Definisi operasional adalah batasan terhadap spesifikasi dari variabel yang secara konkret bisa berhubungan dengan kenyataan dapat terukur. Pengertian operasional variabel dapat dijabarkan pada tabel 1.

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan teknik penelitian kuantitatif dengan tujuan agar dapat memahami dan menyimpulkan tentang faktor yang dapat berdampak pada tingkat kepuasan anggota terhadap Koperasi Simpan Pinjam Arto Makmur Jaya. Sugiyono (2019:14) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif yang dipahami sebagai metode dengan memiliki landasan falsafah positivisme, yang dapat biasanya dipakai peneliti untuk mengamati populasi maupun sampel spesial tertentu, dengan mengumpulkan data yang memanfaatkan instrumen penelitian, penjabaran data yang *statistic* berupa hasil analisis, serta memiliki tujuan untuk pencarian kebenaran dari dugaan yang telah dirumuskan.

**Tabel 1. Operasional Variabel Penelitian**

Variabel	Definisi	Indikator
Kepuasan Anggota (Y)	Kepuasan konsumen ialah tingkatan dari suatu perasaan konsumen yang telah membandingkan suatu kinerja (atau hasil) yaitu barang ataupun jasa yang harapannya.	Keinginan anggota untuk tetap menggunakan layanan koperasi Keinginan anggota untuk merekomendasikan kepada orang lain Puas pada pelayanan yang diberikan Dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan Produk tidak mengecewakan
Kualitas pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan ialah suatu cara untuk pemenuhan suatu kebutuhan serta suatu keinginan konsumen dari produsen yang mana ketepatan dalam penyampaiannya dan dalam mengimbangi harapan seorang konsumen.	Keandalan Daya tanggap Jaminan Empati Bukti langsung
Kepercayaan (X2)	Kepercayaan ialah suatu harapan seorang konsumen yang menyatakan penyedia suatu barang dan jasa dapat dipercayakan ataupun diandalkannya dalam memenuhi janji.	Kompetensi Integritas Kredibilitas <i>Brand Reliability</i> <i>Brand Intention</i>
Citra Merek (X3)	Citra merek ialah seperangkat pengetahuan ataupun keyakinan dari konsumen tentang merek.	Atribut mudah dikenali Kegunaan atau manfaat Pelayanan terhadap anggota Tarif Jasa yang sesuai Citra yang dimiliki oleh merek itu sendiri

Sumber: Studi Pustaka, diolah..

Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif kausal (sebab akibat). Sugiyono (2019:37) menjabarkan bahwa penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang memiliki tujuan untuk mencari hubungan sebab akibat di antara dua variabel maupun lebih dari dua variabel.

Sedangkan populasi memiliki artian dalam penelitian ini adalah anggota koperasi yang jumlahnya belum diketahui. Oleh karena itu peneliti memberikan batasan (Suharyadi & S.K., 2016:12) di mana populasi merupakan kumpulan dari orang-orang benda-benda, dan yang lainnya berdasarkan objek yang memiliki ketertarikan. Populasi penelitian ini dibatasi pada Anggota Koperasi Simpan Pinjam Arto Makmur Jaya pada tanggal 26 April-26 Juni 2021 yang berjumlah 40 orang.

Suharyadi & S.K. (2016:12) mengatakan jika sampel merupakan bagian dari sebagian kecil populasi yang memiliki daya tarik, sehingga dapat dijadikan perhatian. Penelitian kali ini menggunakan teknik *nonprobability sampling*, dan teknik yang dipakai adalah sampel jenuh (sensus). Sugiyono (2019:120) menjelaskan bahwa *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan peluang sama bagi setiap anggota populasi terpilih. Teknik sampling jenuh (Sugiyono:2019:118) adalah teknik penentuan sampel di mana semua populasi dijadikan sebagai sampel. Oleh karena itu penulis menggunakan sampel dengan teknik sampling jenuh karena jumlah populasinya kecil. Sehingga sampelnya berjumlah 40 orang.

Instrumen penelitian didefinisikan sebagai cara yang dipakai dalam pembuatan pengukuran suatu fenomena, baik alam maupun sosial yang dicermati oleh peneliti. *Instrument* pada penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner (Sugiyono, 2019:143) adalah teknik pengumpulan data dengan pembuatan *list* pernyataan terkait berkenaan dengan objek yang akan diamati, disampaikan langsung oleh peneliti untuk responden.

Skala pengukuran yang sudah ditetapkan untuk digunakan dalam mengukur indikator dari variabel penelitian ini adalah skala likert. Responden diminta untuk memberikan centang pada kolom jawaban yang disediakan di dalam kuesioner (2019:94)

*Instrument* dari sebuah penelitian diwajibkan untuk memenuhi persyaratan valid dan reliabel. Validitas dan reliabilitas diperlukan untuk pengujian terhadap kuesioner tersebut, sehingga dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Validitas dan reliabilitas dimaksudkan untuk menemukan pembenaran ketika kuesioner yang disebar, apakah sudah memperoleh data yang sesuai atau belum, menjadi alasan melakukan uji ini pada penelitian kuesioner.

Hartono (2016:120) menjelaskan bahwa uji validitas merupakan ketetapan perlengkapan *instrument* terhadap objek yang akan diukur. Sedangkan Ghozali (2015:52) mengatakan bahwa uji validitas diperuntukkan untuk mengukur legal/valid tidaknya sebuah kuesioner. Validitas pada penelitian kali ini dimaksudkan peneliti agar dapat mengukur tentang pernyataan yang ada di kuesioner apakah telah bisa diukur atau diteliti oleh peneliti. Uji validitas ini menentukan item mana yang valid, tidak valid, serta membandingkan dengan *r product moment*. Kriteria dari penilaian uji validitas ini adalah:

$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ , dapat diterjemahkan jika item kuesioner tersebut telah valid atau benar\

$r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ , dapat diterjemahkan jika item kuesioner tersebut tidak valid atau tidak benar.

uji validitas telah diuji pada 30 responden yang non sampel dan hasilnya telah valid dan *reliable*, lalu dilanjutkan 40 responden, dengan hasil pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X1.1	0,823	0,632	Valid
	X1.2	0,729	0,632	Valid
	X1.3	0,944	0,632	Valid
	X1.4	0,741	0,632	Valid
	X1.5	0,852	0,632	Valid
Kepercayaan	X2.1	0,655	0,632	Valid
	X2.2	0,647	0,632	Valid
	X2.3	0,704	0,632	Valid
	X2.4	0,825	0,632	Valid
	X2.5	0,832	0,632	Valid
Citra Merek	X3.1	0,796	0,632	Valid
	X3.2	0,931	0,632	Valid
	X3.3	0,941	0,632	Valid
	X3.4	0,731	0,632	Valid
	X3.5	0,964	0,632	Valid
Kepuasan Anggota	Y1.1	0,775	0,632	Valid
	Y1.2	0,730	0,632	Valid
	Y1.3	0,797	0,632	Valid
	Y1.4	0,852	0,632	Valid
	Y1.5	0,724	0,632	Valid

Sumber: data primer, diolah.

Berdasarkan tabel 2 memperlihatkan tingkat validitas pada setiap instrumen yang digunakan cukup normal. Nilai r hitung keseluruhan item di atas lebih dari r tabel yaitu 0,632. Dapat disimpulkan jika semua item pernyataan dinyatakan valid akan kebenarannya.

Hartono (2016:120) mengatakan pengertian “uji reliabilitas ialah indeks untuk membuktikan hingga sepanjang apa perlengkapan ukur untuk bisa dipercaya ataupun diandalkan”. Menurut Ghozali (2013:147), “reliabilitas merupakan perlengkapan buat mengukur sesuatu kuesioner untuk dikatakan reliabel ataupun profesional apabila jawaban dari seorang dengan persoalan merupakan tidak goyah ataupun normal”. Cara untuk mengetahui kuesioner telah reliabel, adalah dengan melihat *koefisien Alpha Cronbach*. Kriteria dari uji reliabilitas ini di bawah ini:

Bila koefisien Alpha > taraf signifikansi sejumlah 60% atau 0,6 maka angket diatas reliabel.

Bila koefisien Alpha < taraf signifikansi sejumlah 60% atau 0,6 maka angket diatas tidak reliabel.

Hasil perhitungan uji reliabilitas instrumen, secara ringkas disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Kriteria Nilai	Keterangan
Kepuasan Anggota (Y)	0,903	0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X1)	0,825	0,6	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,912	0,6	Reliabel
Citra Merek (X3)	0,929	0,6	Reliabel

Sumber: data primer, diolah.

Berdasarkan tabel 3 menampilkan *output* uji reliabilitas, diketahui bahwa variabel kepuasan anggota, kualitas pelayanan, kepercayaan, & citra merek dinyatakan reliabel, lantaran memiliki nilai yang lebih besar dari 0,06.

Sugiyono (2019:137) “menyampaikan bahwa teknik mengumpulkan data adalah *step* yang sangat krusial pada penelitian, karena memiliki tujuan menurut penelitian merupakan buat menerima data”. Pada pengumpulan data terdapat 2 asal, yaitu: sumber data primer yaitu asal data pribadi menaruh data pada peneliti. Data utama dalam penelitian ini didapat menggunakan memberikan kuesioner. Sedangkan sumber data sekunder, Sugiyono (2019:137) mengungkapkan bahwa asal data sekunder merupakan data yang secara tidak langsung dan peneliti tidak mendapatkannya secara langsung. Data sekunder pada penelitian ini berupa profil Koperasi Simpan Pinjam.

Analisis kuantitatif artinya suatu berbentuk data *statistic* yang dikelola dengan angka dalam perhitungannya menggunakan metode statistik, maka berdasarkan itu data tadi bisa akan dikelompokkan ke dalam kategori tertentu yg menggunakan suatu tabel sebagai media penyampaiannya. Alat untuk menganalisis yang dipakai merupakan regresi dengan pola linier berganda, seperti di bawah ini:

Uji Asumsi Klasik, Ghozali (2013:160) mengungkapkan bahwa uji asumsi klasik dalam contoh regresi ini ditujukan buat memahami baik atau tidaknya contoh regresi yang dipakai. Model regresi yang bersifat bagus & baik wajib tidak terikat berdasarkan defleksi data yang dibuktikan menggunakan Uji Normalitas, Multikolonieritas, & Heteroskedastisitas.

Uji Normalitas (Ghozali 2013:160) merupakan uji yang dipakai untuk mengkaji bentuk model regresi, di mana variabel bebas & terikat dipandang apakah telah tersebar secara normal atau tidak. Model regresi yang normal seharusnya mempunyai data yang terdistribusi normal atau mempunyai sumbu diagonal di dalam tabel distribusi normal. Acuan dari pengambilan keputusan berdasarkan uji normalitas data yaitu:

Apabila data beredar dalam wilayah kurang garis diagonal, maka akan mengikuti garis diagonal histogram, bisa dikatakan terdistribusi normal, & regresi dapat memenuhi asumsi *kenormalitasan*. apabila data beredar terlempar jauh dari garis sumbu x, maka akan mengikuti grafik histogramnya, jadi regresi dikatakan tidak terdistribusi menggunakan normal & tidak memenuhi perkiraan normalitas.

Apabila data tersebar jauh dari garis sumbu x, maka akan bergaris mengikuti grafik histogramnya, jadi regresi dikatakan tidak terdistribusi dengan normal dan tidak memenuhi asumsi normalitas.

Pengujian Multikolinearitas. Uji ini akan mengamati nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Tujuannya untuk melihat reaksi pengujian pada model regresi, apakah akan ditemukan korelasi antar setiap variabel bebas. apabila hubungan yang diharapkan tidak terjadi, maka contoh regresi diklaim baik & variabel tidak ortogonal. Variabel ortogonal merupakan suatu variabel bebas yang nilai hubungan antar sesama variabel bebas sama menggunakan 0 (nol). Menurut Ghozali (2013:105) Cara supaya bisa mengetahui gejala berdasarkan multikolinearitas adalah dilihat nilai berdasarkan *Tolerance Variance Inflation Factor* (VIF). Untuk mendeteksi multikolinearitas dapat dilihat berikut:

Apabila nilai tolerance > 10% (0,10) dan nilai VIF < 10, disimpulkan tidak ada multikolinearitas.

Apabila nilai tolerance < 10% (0,10) dan nilai VIF > 10, disimpulkan ada multikolinearitas

Uji Heteroskedastisitas (Ghozali 2013:69), uji heteroskedastisitas digunakan untuk dipakai agar peneliti melihat apakah ada ketidak-samaan *variance* berdasarkan *residual* suatu pengamatan terhadap pengamatan lain yang tetap, maka situasi ini dikatakan homoskedastisitas, pula jika tidak selaras maka dikatakan heteroskedastisitas. Untuk melihatnya bisa menggunakan grafik plot di antara nilai berdasarkan prediksi variabel tidak bebas (*dependen*) yaitu ZPRED & *residualnya* SRESID. Adapun acuan atau syarat pada mengambil keputusannya adalah: apabila masih ada pola tertentu, yaitu bila titik-titiknya menciptakan bentuk tertentu & teratur (menyempit, melebur, atau bergelombang), maka menandakan sudah terjadi heteroskedastisitas. Apabila pola yang diharapkan tidak ada dan hasilnya adalah pola yang tidak jelas, maka titik yang tersebar di atas dan di bawah tersebut dikatakan tidak terjadi heterokedastitas.

Persamaan Regresi Linier dengan pola Berganda (Sugiyono 2019:275) menyatakan bahwa analisis hasil regresi linier berganda mempunyai tujuan agar peneliti dapat memperkirakan suatu kondisi pasang surut variabel independen, dan apabila 2 atau lebih independen memiliki faktor *predictor* yang diatur sedemikian rupa naik turunnya nilai. Analisis regresi linier berganda juga akan dibuat apabila jumlah dari variabel *indepedennya* adalah dua. Tumus dari model regresi linier berganda yaitu:

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

Keterangan:	Y = Kepuasan Anggota	$\beta_1$ = Koefisien untuk variabel Kualitas Layanan
	A = Konstanta	$\beta_2$ = Koefisien untuk variabel Kepercayaan
	X1 = Kualitas Layanan	$\beta_3$ = Koefisien untuk variabel Citra Merek
	X2 = Kepercayaan	
	X3 = Citra Merek	

Kkoefisien Determinasi (R<sup>2</sup>). Ghozali mendefinisikan koefisien determinasi sebagai alat untuk pengukuran tentang seberapa besar pengaruh kemampuan regresi untuk menjelaskan variasi terhadap variabel dependennya. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) dapat biasanya dijadikan alat untuk melihat persentase dari adanya pergeseran hasil terhadap variabel Y yang muncul karena variabel X. jika (R<sup>2</sup>) memiliki angka besar, maka

persentase untuk perubahan dari variabel Y karena variabel X semakin akan tinggi. Lalu jika (R<sup>2</sup>) bertambah lebih kecil, persentase dari perubahan variabel Y karena variabel X juga akan rendah.

#### Pengujian Hasil Hipotesis

Uji Parsial (Uji-t). Ghozali (2013:102), menyatakan pengujian ini bertujuan agar peneliti dapat melihat uji pengaruh menurut variabel tidak terikat (*independent*) yang secara parsial & mempunyai efek variabel secara signifikan ataupun tidak bagi variabel terikat (*dependent*). Beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain: 1) Menelaah rumusan hipotesis Ho dan Ha. Ho : Kualitas Layanan (X1), Kepercayaan (X2), Citra Institusi (X3) & secara parsial tidak mempunyai dampak tidak signifikansi menggunakan variabel terikat (*dependent*). Ha : Kualitas Layanan (X1), Kepercayaan (X2), Citra Merek (X3) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota. 2) Menentukan besaran tingkat signifikansi ( $\alpha = 0,05$ ). 3) Pengambilan terhadap keputusan apabila signifikan  $t \leq 0,05$ , dapat dikatakan Ho ditolak & dugaan cara lain diterima oleh peneliti. Kejadian ini berarti terdapat perubahan yang signifikan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen(Y). Jika signifikan  $t \geq 0,05$ , maka dikatakan Ho bisa diterima & dugaan cara lain tidak akan diterima. Kejadian ini berarti tidak ada efek yang berjalan signifikan di antara variabel bebas (X) maupun variabel tidak bebas(Y).

Uji Simultan (Uji-F). Ghozali (2013:98), menyatakan bahwa pengujian ini bertujuan agar peneliti dapat memahami terdapat atau tidaknya dampak yang signifikan yang terjadi secara berbarengan (simultan) menurut variabel independen dengan variabel *dependent* yang menggunakan derajat kepercayaan 0,05. Hal yang perlu untuk dilakukan antara lain: 1) Menentukan perumusan hipotesis Ho dan Ha. Ho : Kualitas Layanan (X1), Kepercayaan (X2), Citra Institusi (X3) dan secara parsial tidak pengaruh terhadap Kepuasan Anggota. Ha: Kualitas Layanan (X1), Kepercayaan (X2), Citra Merek (X3) secara parsial dapat berdampak pada Kepuasan Anggota. 2) Mempertimbangkan penentuan tingkat signifikansi yaitu besar ( $\alpha = 0,05$ ). 3) Penetapan keputusan apabila signifikan Frekuensi  $\leq 0,05$ , maka otomatis Ho akan tidak diterima & dugaan cara lain tidak ditolak. Kejadian tersebut terdapat secara simultan terdapat dampak antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Apabila signifikan  $F \geq 0,05$ , maka Ho akan diterima & dugaan cara lain ditolak. Kejadian ini secara simultan tidak terdapat efek signifikan yang berpengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel tidak bebas (Y).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

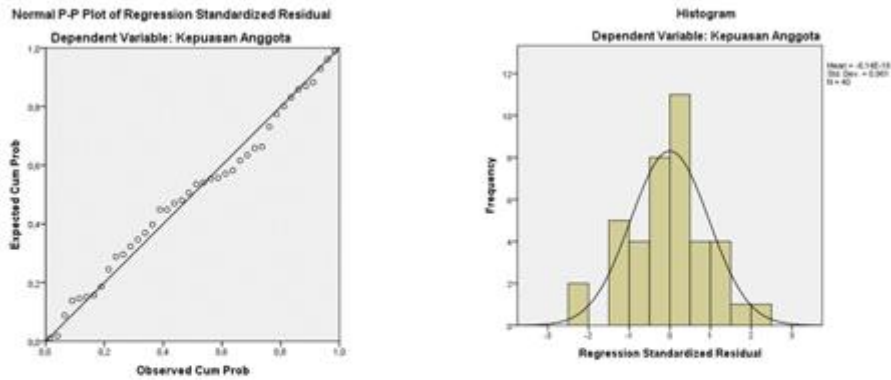
#### Pengujian Asumsi.

Merupakan Indera analisis yaitu analisis regresi dengan jenis linier berganda menggunakan data yang sudah didapatkan dalam penelitian yang akan dipakai sebagai data primer, sedangkan untuk menggenapi syarat menurut yang dipengaruhi model regresi berganda, maka akan dilakukan pengujian terhadap perkiraan dasar. Uji asumsi klasik memuat beberapa hal di bawah ini:

Uji Normalitas. Digunakan agar peneliti dapat melakukan uji variabel *independen* & *dependen* yang sudah terdistribusi normal atau tidak. Bukti dari telah terdistribusi normal atau tidak bisa ditinjau dalam bentuk histogram juga normal *probability plot*. apabila dalam histogram sudah dikatakan normal jika berbentuk lonceng. Tetapi dalam normal *probability plot*, data dikatakan sudah normal bila terdapat persebaran titik di dekat garis bujur sangkar, & mengikutinya.

Seperti yang ditunjuk gambar 2 *output* Uji Normalitas menetapkan bahwa data tadi yang sudah dianalisis sudah terdistribusi normal. Hasil gambar memperlihatkan titik data telah tersebar dalam garis sumbu x & mengikuti arah yang telah ditunjuk garis diagonal, & memenuhi perkiraan normalitas.

Uji Multikolinieritas. Uji ini memiliki tujuan supaya mengetahui model regresi tersebut masih ada hubungan di antara variabel tidak terikat pada penelitian ini. Model regresi yang normal seharusnya tidak menimbulkan suatu hubungan. Metode yg dipakai untuk melihat multikolinieritas menggunakan nilai-nilai VIF (*variance inflation factor*). Berdasarkan pengambilan keputusan di bawah: Jika angka  $VIF > 10$ , maka terdapat multikolinieritas. Jika angka  $tolerance < 0,10$  berarti terdapat multikolinieritas. Kesimpulan uji multikolinieritas menurut matriks korelasi di antara variabel independen, nilai *tolerance* & VIF, ditunjukkan dalam tabel 4



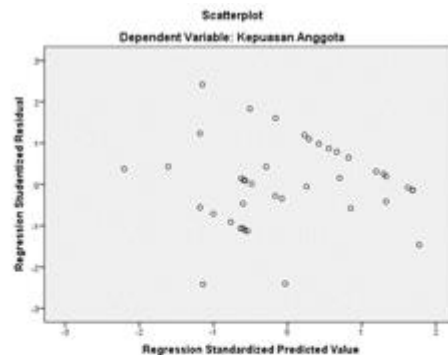
Sumber: Data primer diolah.

**Gambar 2. Hasil Uji Normalitas**

**Tabel 4. Kesimpulan Hasil Uji Multikolinieritas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	,926	1,079
	Kepercayaan	,871	1,148
	Citra Merek	,909	1,100

Sumber: Data primer, diolah.



Sumber: Data primer, diolah

**Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan tabel 4 diketahui angka VIF tiap-tiap variabel bebas dan terikat yaitu variabel kualitas pelayanan sejumlah 1,079, variabel kepercayaan sebanyak 1,148 & variabel citra institusi sebanyak 1,100. Terlihat berdasarkan 3 nilai variabel tadi mempunyai angka VIF lebih rendah dari 10 & dengan nilai *tolerance* yang lebih tinggi dari 0,10, sehingga dapat diterjemahkan jika regresi ini tidak terjadi multikolinieritas di antara variabel bebas pada penelitian.

Uji Heteroskedastisitas. Pengujian ini mempunyai tujuan untuk mencoba model regresi yang ada akan mengalami ketidasmamaan *variance* berdasarkan *residual* pada 1 pengamatan, maupun pengamatan lain.. apabila varians berdasarkan *residual* yang lain masih saja tetap, maka diklaim homokedasitas, tetapi apabila berbeda, heterokedasitas. Model regresi yang normal merupakan homokedositas & tidak terjadi heterokedasitas. Cara melihatnya bisa melalui kriteria 1) Apabila terdapat titik terbentuk pola eksklusif yang teratur misalnya gelombang, melebar lalu menyempit maka sudah terjadi heteroskedastisitas, dan 2) Apabila titik tersebar pada atas & pada bawah nilai angka 0 dalam sumbu Y dan tidak perlu terbentuk pola, maka tidak akan pernah terjadi



heteroskedastisitas. Kesimpulan Uji heteroskedastisitas bisa memakai grafik *Scatterplots* bisa ditinjau dalam gambar 3, dapat dilihat pada grafik *scatterplots* yang memiliki banyak titik tersebar secara acak dan tidak mengindikasikan adanya pola tertentu terbentuk. Baik itu di atas sumbu 0 maupun sumbu Y. sehingga dapat diterjemahkan bahwa tidak akan terjadi heterokedasitas.

Analisis Regresi dengan pola Linier Berganda. Agar dapat memahami dampak variabel bebas dan variabel tidak bebas lainnya, maka perlu peneliti memakai model regresi dengan pola linier berganda dan dengan hasil olah data pada tabel 5, diperoleh persamaan dari regresi pola linier berganda di bawah berikut:

$$Y = 4,893 + 0,468 X_1 + 0,245 X_2 + 0,199 X_3 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat diterjemahkan seperti yang di bawah ini:

$K = 4,893$  ; Angka di atas menunjukkan jika variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kepercayaan ( $X_2$ ) dan citra merek ( $X_3$ ) bernilai 0, maka nilai kepuasan anggota ( $Y$ ) adalah 4,893.

Koefisien  $X_1 = 0,468$  ; Variabel  $X_1$  yaitu kualitas pelayanan memiliki dampak bagus terbukti dengan positifnya terhadap  $Y$  (kepuasan anggota) dengan nilai koefisien regresi sebanyak 0,468 satuan artinya apabila terjadi kenaikan variabel  $X_1$  (kualitas pelayanan) sebanyak 1 unit,  $Y$ (kepuasan anggota) dapat dinyatakan akan naik sebanyak 0,468 satuan menggunakan perkiraan variabel kepercayaan & citra institusi permanen atau terus menerus.

Koefisien  $X_2 = 0,245$  ; Variabel  $X_2$  kepercayaan memiliki dampak baik dengan kenaikan sumbu positif bagi variabel  $Y$  (kepuasan anggota) menggunakan koefisien regresi sebanyak 0,245 satuan singkatnya apabila terjadi kenaikan variabel  $X_2$  (kepercayaan) sebanyak 1 satuan, di mana  $Y$  (kepuasan anggota) akan terus menerus naik sebanyak 0,245 dengan perkiraan variabel kualitas pelayanan & citra merek permanen atau konstan.

Koefisien  $X_3 = 0,199$  ; Variabel  $X_3$  citra institusi memiliki dampak positif terhadap  $Y$  (kepuasan anggota) menggunakan koefisien regresi sebanyak 0,199 maknanya adalah apabila terjadi kenaikan variabel  $X_3$  (citra institusi) sebanyak 1 satuan, maka  $Y$  (kepuasan anggota) akan naik sebanyak 0,199 unit dengan perkiraan variabel kualitas pelayanan & agama permanen atau terus menerus.

Variabel yang bisa mempengaruhi paling beragam

Seperti yang telah dibahas pada *output* analisis regresi linier dengan pola linier berganda, bisa dimaknai jika variabel yang berdampak paling banyak merupakan variabel dengan jenis dependen kualitas pelayanan yang mempunyai nilai koefisien B (beta) terbesar yaitu sebanyak 0,468.

**Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficient <sup>a</sup>		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4,893	3,459		1,415	,166
	Kualitas Pelayanan	,468	,155	,389	3,013	,005
	Kepercayaan	,245	,110	,295	2,219	,033
	Citra Merek	,199	,073	,356	2,732	,010

Sumber: Data primer diolah.

Uji Koefisien Determinasi (penyesuaian  $R^2$ ) Koefisien determinasi (*adjusted R^2*) diharapkan supaya mengetahui kemampuan akan model ketika akan memberikan penjelasan variasi apa saja yang ada pada variabel dependen. Analisa determinasi juga dipakai peneliti dalam melihat persentase pengaruh dampak variabel independen secara bersamaan terhadap variabel terikat. Koefisien di bawah memperlihatkan bahwa seberapa persen variasi variabel bebas yang terdapat pada penelitian ini bisa mengungkapkan variabel terikat. *Adjusted R^2 = 0* akan berdampak pada variasi variabel bebas yang akan digunakan pada metode tidak mengungkapkan sedikit variasi variabel terikat. Sebaliknya apabila  $R^2 = 1$  , menyebabkan variabel bebas dapat dipakai pada regresi linier berganda mengungkapkan 100% variasi dari variabel terikat. Di bawah ini merupakan tabel 4.9 menunjukkan kesimpulan koefisien determinasi berasal dari ketiga variabel independen yaitu kualitas pelayanan, kepercayaan dan citra merek.

**Tabel6. Hasil Adjusted R2**

Model Summary <sup>a</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,667a	,445	,399	1,740

Sumber: Data primer, diolah,

Berdasarkan tabel 6 bisa kita ketahui bahwa angka dari nilai *adjusted* 0,399. Ini mengartikan jika variabel independen kualitas pelayanan, kepercayaan dan juga citra merek bisa membuat penjelasan variabel dependen sebesar 39,9% dan selebihnya 60,1% dengan ketentuan variabel tersebut dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dilakukan pembahasannya pada penelitian kali ini,

Penetapan pengujian Hipotesis. Uji-t (Uji Parsial). Peneliti melakukan uji ini agar dapat menjelaskan bahwa variabel independen akan secara parsial bisa memiliki dampak signifikan atau tidak jika dibandingkan dengan variabel dependennya.. Rumusan dugaan yang dijabarkan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

H0: X1,X2,X3 secara parsial tidak akan berpengaruh seterusnya secara signifikan terhadap Y

Ha: X1,X2,X3 secara parsial berpengaruh seterusnya secara signifikan terhadap Y

Di bawah ini merupakan hasil uji t yang dilakukan oleh peneliti untuk menguji parsial dengan signifikansi sebesar 0,05 dapat diperhatikan pada tabel 7.

**Tabel7. Hasil Uji-t (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	t	Sig.
1 (Constant)	1,415	,166
Kualitas Pelayanan	3,013	,005
Kepercayaan	2,219	,033
Citra Merek	2,732	,010

Sumber: Data primer diolah, 2021

Tabel di atas memperlihatkan kesimpulan pengujian uji-t yang dijelaskan seperti di bawah ini::

Berdasarkan *output* perhitungan dalam tabel 4.10 didapatkan nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebanyak 0,005 yang mana angka tersebut sangat lebih rendah dari 0,05, berarti H0 tidak diterima & Ha diterima. Terjemahannya, variabel kualitas pelayanan secara parsial pasti akan berdampak signifikan jika dibandingkan dengan kepuasan anggota.

Dikutip berdasarkan *output* penjumlahan dalam tabel 4.10 akan didapatkan nilai signifikansi variabel kepercayaan sebanyak 0,033 yang mana angka tersebut tidak lebih rendah dari 0,05, maka H0 tidak diterima & Ha diterima. Singkatnya, variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Dikutip dari *output* tabel dalam tabel 4.10 diperoleh nilai signifikansi variabel citra merek sebanyak 0,010 yang mana nilai tersebut lebih kecil berdasarkan 0,05, maka H0 ditolak & Ha diterima. Singkatnya, variabel gambaran merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota.

Uji-F (Uji Simultan) . Uji-F biasanya dipakai peneliti pada pengujian untuk bagaimana variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji-F bisa dilihat menggunakan menyandingkan *output* berdasarkan probabilitas *value*. Di bawah ini *output* pengujian secara simultan memakai uji-F yang angkanya akan dibandingkan menggunakan signifikansi 0,05 bisa dicermati dalam tabel 8. Dari hasil uji-F pada tabel 4.11, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang mana nilai tersebut lebih rendah dari 0,05, sehingga hipotesis dinyatakan H0 ditolak dan Ha dapat diterima. Artinya, variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan citra merek secara simultan berdampak signifikan terhadap variabel kepuasan anggota.

**Tabel8. Hasil Uji-F (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>			
Model		F	Sig.
1	Regression	9,619	,000b
	Residual		
	Total		

Sumber: Data primer diolah, 2021

## Pembahasan

Dampak dari Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota. Kesimpulan yang diberikan pada uji-t diperoleh nilai *probability* variabel kualitas pelayanan dinilai lebih kecil berdasarkan tingkat signifikan yaitu  $0,005 < 0,05$ . Jadi dapat dikatakan jika bahwa kualitas pelayanan akan berdampak positif & signifikan berkelanjutan terhadap kepuasan anggota. Hal ini dapat diterjemahkan, semakin berkualitas pelayanan seseorang karyawan, akan semakin tinggi pula kepuasan anggota Koperasi Arto Makmur Jaya. Hal tadi sinkron dengan jawaban responden, banyak respons positif yang menjawab sepakat atas pernyataan tentang kualitas pelayanan yang dilakukan oleh karyawan.

Dampak Kepercayaan terhadap Kepuasan Anggota. Kesimpulan yang didapatkan pada uji-t diperoleh nilai *probability* variabel kepercayaan kecil dari tingkat signifikan yaitu  $0,033 < 0,05$ . Jadi dapat diterjemahkan jika, kepercayaan berpengaruh positif & signifikan terhadap kepuasan anggota. Hal ini jika dikatakan jika tingkat kepercayaan yang dirasakan oleh anggota membaik, maka akan semakin naik pula kepuasan yang akan dirasakan anggota Koperasi Arto Jaya Makmur. Jika dihubungkan menggunakan jawaban responden, banyak respons sepakat atas pernyataan tentang kepercayaan yang dialami oleh anggota Koperasi Arto Makmur Jaya.

Dampak Citra Merek terhadap Kepuasan Anggota. Hasil uji-t diperoleh nilai *probability* variabel citra merek sedikit lebih kecil berdasarkan tingkat signifikansinya yaitu  $0,010 < 0,05$ . Dapat disimpulkan jika bisa dikatakan bahwa gambaran merek memiliki dampak positif & signifikan pada kepuasan anggota. Berarti bahwa, jika citra institusi semakin membaik, maka akan menaikkan kepuasan anggota Koperasi Arto Makmur Jaya. Sesuai menggunakan jawaban responden, banyak respons positif yang menjawab sepakat atas pernyataan tentang citra merek. Hasil tadi sangat dimungkinkan lantaran selama ini kompensasi bisa sebagai keliru satu pemicu gairah para anggota buat menaikkan kepuasan anggota.

Dampak terhadap Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, & Citra Institusi terhadap Kepuasan Anggota. Kesimpulan pada pengujian uji-F memperoleh nilai probabilitas variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, & Citra Merek lebih mini berdasarkan tingkat signifikan yaitu sebesar  $0,000 < 0,05$ . Jadi dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, & Citra Merek secara simultan atau terus menerus akan berdampak positif & signifikan terhadap Kepuasan Anggota. Selain itu, nilai koefisien determinasi *Adjusted R<sup>2</sup>* sebanyak 39,9%, menampakkan bahwa kepuasan anggota bisa ditentukan oleh ketiga variabel independen pada penelitian ini & sisanya 60,1% ditentukan oleh faktor lain yang tidak disajikan peneliti pada bab ini.

## KESIMPULAN

Penelitian kali ini mempunyai tujuan agar peneliti dapat memahami dan menganalisis dampak kualitas pelayanan, kepercayaan, citra institusi terhadap kepuasan anggota. Mengacu dalam rumusan masalah yang terdapat pada proses menganalisis data, pembahasan yang sudah dijabarkan di atas, dapat ditarik konklusi seperti : Kualitas pelayanan sudah memiliki pengaruh positif & secara signifikan parsial dapat berpengaruh terhadap kepuasan yang dialami anggota koperasi. Citra institusi juga berpengaruh positif & signifikan parsial untuk mempengaruhi secara simultan bagi variabel kepuasan anggota.

Saran bagi Koperasi Arto Makmur Jaya adalah usahakan pihak koperasi memperhatikan: faktor kualitas pelayanan yang pada praktiknya selalu sebagai acuan supaya terlaksananya arahan berdasarkan pihak manajemen & permanen menaikkan kepuasan anggota. Bagi peneliti selanjutnya, yaitu *output* penelitian bisa dijadikan bahan buat melakukan penelitian lanjutan dalam kajian yang serupa. Penelitian selanjutnya diperlukan bisa memperluas variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, & gambaran institusi yang mempunyai persentase dampak sebanyak 39,9% terhadap kepuasan, sebagai akibatnya faktor lain-lain misalnya kompetensi *softskill* & juga *hardskill* perlu dikaji karena menyangkut kepuasan anggota

## DAFTAR RUJUKAN

- [1] Kotler P. Manajemen Pemasaran, Jilid 2. 13th ed. Jakarta: Prenhalindo; 2014.
- [2] Tjiptono F. Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian. 11th ed. Yogyakarta: Andi Offset; 2019.
- [3] Tjiptono F, Chandra G. Service, Quality & satisfaction. 4th ed. Yogyakarta: Andi Offset; 2016.
- [4] Kotler P, Keller KL. Marketing Management. Pearson Education, Inc.; 2016.
- [5] Mowen JC, Minor M. Perilaku Konsumen (dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya). Jakarta: Erlangga; 2012.
- [6] Siagian H, Cahyono E. Analisis Website Quality, Trust dan Loyalty Pelanggan Online Shop. J Manaj Pemasar 2014;8:55–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.9744/pemasaran.8.2.55-61>.

- [7] Ginting NFH. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Yrama Widya; 2011.
- [8] Supranto, Limakrisna N. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran: Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. 2nd ed. Jakarta: Mitra Wacana Media; 2011.
- [9] Syarifah AIN, Suchatiningsih DWP. Analisis Aspek yang Mempengaruhi Tingkatan Kepuasan Anggota Terhadap Pemakaian Jasa Koperasi Simpan Pinjam (Studi Kasus pada Koperasi Purnakaryawan Listik Negara - PURLINA Semarang). *EEAJ Econ Educ Anal J* 2015;4:900–13.
- [10] Silaban NRU. Pengaruh Kualitas Layanan Serta Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Koperasi Simpan Pinjam Rentha Jaya Purwakarta. *JAB J Adm Bisnis* 2015;11:65–87. <https://doi.org/https://doi.org/10.26593/jab.v11i1.1706.%25p>.
- [11] Puspito A. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Koperasi Simpan Pinjam Bhina Raharja Cabang Karanganyar. Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017.
- [12] Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung, Indonesia : Alfabeta; 2017.
- [13] Suharyadi, S.K. P. *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. 3rd ed. Jakarta: Salemba Empat; 2016.
- [14] Hartono J. *Metodologi penelitian bisnis: salah kaprah dan pengalaman-pengalaman*. 6th ed. Yogyakarta: BPFE; 2016.
- [15] Ghozali I. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi Edisi 7*. vol. 21. 7th ed. Semarang: BP Universitas Diponegoro; 2013. <https://doi.org/10.2307/1579941>.
- [16] Sujarweni. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, Yogyakarta.; 2014.