
Meningkatkan Kepuasan Nasabah Koperasi

Ni Luh Made Dwindi Parwati¹

Dewa Nyoman Benni Kusyana²

⁽¹⁾⁽²⁾Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Bisnis, dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia

Email : dwindi.parwati@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction. This research was conducted at the Bali Rice Barn Savings and Loan Cooperative in Tabanan Regency. Until the end of 2022 this cooperative has 1,607 customers for savings, deposits and credit products. Using the Slovin formula, a sample of 94 people was determined using a proportional stratified random sampling. The research data were collected by questionnaire. The analysis technique uses multiple linear regression. The results of multiple linear regression analysis prove that service quality is more dominant in influencing customer satisfaction. The results of the determination analysis prove that the influence of product quality and service quality on customer satisfaction is 81.3 percent. Simultaneous test results prove that the proposed regression model meets the eligibility requirements of the model. The results of the partial significance test prove that product quality and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords : *product quality; service quality; customer satisfaction*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini dilakukan di Koperasi Simpan Pinjam Lumbung Padi Bali di Kabupaten Tabanan. Hingga akhir tahun 2022 koperasi ini memiliki 1.607 orang nasabah untuk produk tabungan, deposito, dan kredit. Menggunakan rumus Slovin maka ditetapkan sampel sebanyak 94 orang dengan menggunakan *propotional stratified random sampling*. Data-data penelitian dikumpulkan dengan kuesioner. Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil analisis regresi linear berganda membuktikan kualitas pelayanan lebih dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah. Hasil analisis determinasi membuktikan besarnya pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah 81,3 persen. Hasil uji simultan membuktikan model regresi yang diajukan telah memenuhi syarat kelayakan model. Hasil uji signifikansi parsial membuktikan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci : *kualitas produk; kualitas pelayanan; kepuasan nasabah*

Pendahuluan

Anggota atau nasabah koperasi merupakan salah satu asset yang berharga bagi koperasi dan memiliki peran aktif untuk mencapai tujuan dari koperasi tersebut. Koperasi tidak akan berarti apa-apa tanpa adanya anggota atau nasabah. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh koperasi untuk dapat bertahan dan terus berkembang adalah dengan

mengetahui kepuasan nasabah atau anggotanya baik terhadap produk yang ditawarkan maupun terhadap pelayanan. Lembaga koperasi memiliki nilai sesuai dengan budaya Indonesia, yang dimana terkandung kerjasama dan gotong royong. Keinginan koperasi dalam hal memenangkan persaingan didukung dengan cara memberikan jasa pelayanan yang terbaik kepada para konsumen, yang dimana tujuannya untuk meningkatkan kepuasan anggota dan nasabah.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat kebahagiaan atau kekecewaan selanjutnya bandingkan layanan yang diterima atau produk dengan layanan yang diharapkan (Zulkarnaen & Amin, 2018). Kepuasan pelanggan merepresentasikan senang atau tidaknya pelanggan terhadap suatu produk atau pelayanan dengan membandingkan apa yang diterima dengan apa yang diharapkan (Mahira *et al.*, 2021). Kepuasan diartikan sebagai adanya kesempatan antara kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen (Gultom *et al.*, 2020). Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan antara kenyataan dengan harapan di mana perasaan senang akan tercipta ketika kinerja lebih baik dari harapan yang ada, baik itu terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan (Kurnaeli *et al.*, 2022).

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar yang dimulai dari adanya *awareness, interest, desire*, dan *action* (Loo & Kristina, 2022). Kualitas produk merupakan suatu alat yang digunakan perusahaan untuk menciptakan *positioning* karena menggambarkan kinerja produk sehingga dapat dikatakan kualitas produk berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan (Kotler, 2020). Kualitas produk menjadi salah satu faktor yang dinilai oleh pelanggan, karena pelanggan akan merasa puas jika membeli dan menggunakan produk tersebut dengan kualitas baik (Dayuwati *et al.*, 2020). Kualitas produk dapat dilihat dari kapasitasnya dalam memberikan rasa puas, baik itu dalam bentuk barang atau berupa servis tentunya dengan mutu yang baik sehingga konsumen tertarik untuk menggunakannya (Rizkulillah *et al.*, 2022).

Kualitas pelayanan merupakan tolok ukur pelayanan yang diberikan penyedia jasa yang artinya kualitas pelayanan adalah kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi harapan pelanggan, dan tingginya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi harapan pelanggan (Tjiptono, 2019). Kualitas pelayanan dikaitkan dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan penyedia jasa dalam melayani pelanggan agar pelanggan merasakan kepuasan terhadap pelayanan tersebut (Zagladi & Syahputra, 2022). Ketika pelayanan yang diberikan dianggap baik oleh pelanggan maka dapat dikatakan hal tersebut akan membuat pelanggan menjadi puas terhadap pelayanan tersebut (Nanincova, 2019).

Kualitas pelayanan memberikan dampak positif terhadap terciptanya kepuasan pelanggan di mana semakin baik pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi juga kepuasan yang dirasakan pelanggan (Anasrullah *et al.*, 2022).

Saat ini banyaknya bermunculan usaha organisasi ekonomi yang memiliki badan hukum, sehingga penulis tertarik untuk mendalami mengenai Lembaga non Bank yaitu koperasi. Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Lumbung Padi Bali yang beralamat di Banjar Dinas Bangkiang Mayung, Desa Meliling, Kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan, Bali merupakan koperasi yang bergerak di bidang unit simpan pinjam. Koperasi Simpan Pinjam Lumbung Padi Bali Berbadan Hukum dengan Nomor 36/BH/VII.8/2009 Tanggal 17 November 2009 yang didirikan oleh ketua Bapak I Made Utama. KSP Lumbung Padi Bali memiliki 3 (tiga) jenis produk, diantaranya tabungan, deposito, dan kredit dengan jumlah nasabah yang berbeda-beda.

Dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah dan agar dapat terus bersaing di tengah-tengah persaingan koperasi maka Koperasi Simpan Pinjam Lumbung Padi Bali telah menerapkan berbagai strategi seperti memberikan pelayanan yang terbaik dan selalu menjaga kualitas dari produknya. Selain itu sebagai langkah promosi untuk meningkatkan kepuasan nasabahnya Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Lumbung Padi Bali memberikan kalender, sembako, bingkisan, dan bahkan memberikan barang elektronik seperti kipas angin dan tv kepada para nasabah yang memiliki tabungan dan deposito dengan jumlah besar. Serta menyediakan produk kredit tanpa menggunakan agunan yang tentunya dapat mempermudah nasabah yang tidak memiliki jaminan dalam meminjam dana. Namun strategi pemasaran yang diterapkan oleh KSP Lumbung Padi Bali ini ternyata belum mampu membangun kepuasan nasabahnya.

Adanya indikasi ketidakpuasan nasabah ditandai dengan keluhan mengenai pemberian tingkat suku bunga pada setiap produk adalah yang paling dominan dimana sebanyak 54 orang nasabah secara keseluruhan. 37 orang nasabah mengeluh pegawai yang datang terlambat ke rumah-rumah nasabah yang mana hal ini disebabkan karena jarak antara rumah nasabah yang lumayan jauh. Terlambatnya pegawai menyebabkan para nasabah tidak dapat meninggalkan rumah ketika ada keperluan. Keluhan yang paling sedikit adalah pelayanan yang kurang cepat, dimana penyebab dari pelayanan yang kurang cepat ini dikarenakan jumlah pegawai yang sedikit dan pencatatan serta penghitungan dana yang dilakukan oleh pegawai masih secara manual, sehingga mengakibatkan keterlambatan dalam memberikan

pelayanan. Dari hal ini juga yang mengakibatkan antrian nasabah semakin menumpuk pada koperasi.

Dari hasil wawancara, diketahui nasabah koperasi berharap adanya peningkatan pada kualitas produk yang ditawarkan oleh KSP Lumbung Padi Bali dari segi produk, nasabah mengeluh proses transaksi dan persyaratan pada produk seperti tabungan, deposito dan kredit cukup rumit. Misalnya pada produk tabungan nasabah mengeluh karena jika ingin melakukan penarikan dengan limit yang besar nasabah harus datang ke koperasi terlebih dahulu untuk melaporkan pengajuan penarikan dana dan nasabah harus menunggu minimal satu hari setelah pengajuan dilakukan baru dana tersebut akan cair. Pada produk deposito nasabah mengeluh karena nasabah hanya bisa memberikan uangnya untuk didepositokan maksimal Rp29.000.000,00 agar tidak terkena pajak, karena hal tersebut nasabah yang ingin mendepositokan uangnya diatas Rp29.000.000,00 menjadi mengeluh karena takut terkena pajak. Pihak KSP Lumbung Padi Bali juga membatasi limit pinjaman yang boleh diajukan oleh setiap nasabah dan nasabah yang sudah memiliki pinjaman tidak boleh menambah limit pinjaman pada koperasi, karena hal tersebut beberapa nasabah memilih untuk meminjam atau mencari kredit pada dana-dana KUR yang terdapat pada Bank. Nasabah juga mengeluh pemberian tingkat suku bunga kredit yang dianggap terlalu tinggi, serta tingkat suku bunga tabungan dan deposito dianggap rendah.

Selain adanya permasalahan pada kualitas produk, nasabah KSP Lumbung Padi Bali juga mengeluhkan pelayanan. Dari segi pelayanan nasabah mengeluh tidak dilayani dengan tepat waktu terutama bagi nasabah yang didatangi langsung ke rumah-rumah oleh pihak koperasi. Selain itu terjadi banyak keluhan dari nasabah yang datang langsung ke KSP Lumbung Padi Bali karena dari pihak koperasi tidak menyediakan nomor antrian sehingga para nasabah saling berebutan dan saling mendahului untuk mendapat pelayanan dari pegawai koperasi. Disamping itu juga nasabah merasa pelayanan yang diberikan kepada nasabah kurang cepat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Dayuwati *et al.*, (2020), menyatakan bahwa kualitas produk menjadi salah satu faktor yang dinilai oleh pelanggan, karena pelanggan akan merasa puas jika membeli dan menggunakan produk tersebut dengan kualitas baik, dan jika perusahaan mampu memberikan kualitas produk yang baik maka perusahaan akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hastuti *et al.*, (2022), Pradiptya & Yuliantini (2022), Putra & Sitinjak (2022), Khusaini &

Fairliantina (2022), dan Azkiya *et al.*, (2022) yang membuktikan kepuasan nasabah secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh kualitas produk.

H₁ : Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Anasrulloh *et al.*, (2022), kualitas pelayanan sebagai salah satu ukuran seberapa jauh perbedaan antara harapan dengan kenyataan yang dirasakan pelanggan, dan hal tersebut berkaitan dengan bagaimana pelayanan yang berkualitas mendorong terjadinya peningkatan kepuasan nasabah karena peningkatan kualitas pelayanan memberikan dampak positif berupa peningkatan kepuasan pelanggan. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Jayananda & Suarmanayasa (2022), Agung *et al.*, (2022), Azhar *et al.*, (2022), Suwastawa & Lindia (2022), dan Diarto & Chaerudin (2022) yang membuktikan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan secara positif dan signifikan.

H₂ : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Metode Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diteliti, penelitian ini mempunyai desain yang termasuk ke dalam penelitian kuantitatif yaitu menjelaskan hubungan antar variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini dilakukan di Koperasi Simpan Pinjam Lumbung Padi Bali di Kabupaten Tabanan. Variabel dalam penelitian ini terdiri atas kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas dan kepuasan nasabah sebagai variabel terikat. Kualitas pelayanan didefinisikan secara operasional sebagai kemampuan KSP Lumbung Padi Bali untuk memberikan pelayanan yang dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan nasabah. Kualitas produk diartikan sebagai karakteristik dari produk-produk yang dimiliki oleh KSP Lumbung Padi Bali yaitu tabungan, deposito, dan kredit yang mempunyai kapasitas untuk dapat memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah. Kepuasan nasabah didefinisikan sebagai tingkat perasaan senang nasabah terhadap pelayanan dan produk yang ditawarkan oleh KSP Lumbung Padi Bali. Kualitas produk diukur dengan sepuluh *item* pernyataan yang keseluruhannya menggunakan skala likert lima skala jawaban. Kualitas pelayanan diukur dengan dua puluh dua *item* pernyataan yang diadopsi dari Kusyana & Pratiwi (2019) dan kepuasan nasabah diukur dengan empat *item* pernyataan yang diadopsi dari Kusyana *et al.*, (2020).

Seluruh nasabah KSP Lumbung Padi Bali yang tercatat sebanyak 1.809 pada akhir tahun 2022 ditetapkan sebagai populasi penelitian, dengan rincian 900 orang merupakan nasabah produk tabungan, 29 orang merupakan nasabah deposito, dan 880 orang tercatat sebagai nasabah kredit. Rumus Yamane digunakan sebagai metode penentuan ukuran

sampel sehingga ditetapkan anggota sampel sebanyak 95 orang dengan teknik *propotional stratified random sampling* sehingga sampel diambil dari setiap kategori yaitu nasabah tabungan sebanyak 47 orang, nasabah kredit sebanyak 46 orang, dan nasabah deposito sebanyak 2 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dan kuesioner dengan total 37 *item* pernyataan. Instrumen diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis regresi linear berganda ditetapkan sebagai teknik analisis.

Hasil dan Pembahasan

Kualitas produk dengan sepuluh *item* pernyataan, kualitas pelayanan dengan delapan belas *item* pernyataan, dan kepuasan nasabah dengan delapan *item* pernyataan menunjukkan nilai koefisien korelasi setiap *item* pernyataan telah melebihi 0,30 sehingga instrumen dinyatakan valid. Instrumen juga dinyatakan reliabel berdasarkan hasil uji reliabilitas dengan melihat nilai *cronbach's alpha* yang telah melebihi 0,60. Hasil uji instrumen ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Instrumen

Variabel	Item pernyataan	Validitas		Reliabilitas	
		Koefisien korelasi	Keterangan	<i>Cronbach's alpha</i>	Keterangan
Kualitas produk	No. 1 - 11	> 0,30	Valid	0,938	Reliabel
Kualitas pelayanan	No. 12 - 29			0,867	
Kepuasan nasabah	No. 30 - 33			0,95	

Sumber : data diolah (2023).

Nilai *Asymp.Sig(2-tailed)* dari uji normalitas sebesar 0,330 yang artinya data terdistribusi dengan normal karena telah melebihi syarat minimal 0,05. Nilai *Tolerance* kedua variabel bebas telah melebihi 0,10 dan *VIF* lebih kecil dari 10 sehingga antar variabel independen dinyatakan tidak ada gejala multikolinearitas. Nilai *Sig* kedua variabel bebas pada uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai lebih dari 0,05 sehingga model regresi terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik ditampilkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Uji Asumsi Klasik

Variabel	Normaliats	Multikolinearitas		Heteroskedastisitas
	<i>Asymp.Sig(2-tailed)</i>	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	<i>Sig</i>
Kualitas produk	0,33	0,995	1,005	0,289
Kualitas pelayanan		0,995	1,005	0,153

Sumber : data diolah (2023).

Dari hasil analisis regresi linear berganda yang ditampilkan pada Tabel 3 dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut : $Y = 9,405 + 0,412X_1 + 0,445X_2$.

Dari hasil tersebut dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut $Y = 9,405 + 0,412X_1 + 0,445X_2$. Nilai konstanta sebesar 9,405 menggambarkan bahwa jika kualitas produk dan kualitas pelayanan sama dengan 0 maka kepuasan nasabah KSP Lumbung Padi Bali adalah sebesar 9,405 satuan. Berdasarkan hasil analisis determinasi pada Tabel 3 dengan nilai *R square* sebesar $0,813 \times 100\% = 81,3\%$ sehingga dapat dinyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 81,3% terhadap kepuasan nasabah KSP Lumbung Padi Bali, sedangkan variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 18,7 persen. Berdasarkan perbandingan *F* hitung (417,519) > *F* tabel (3,097) maka dapat dikemukakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti model regresi yang diajukan dalam penelitian ini adalah layak.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a		t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
	B	Beta		
(Constant)	9,405	3,610	2,605	0,011
1 Kualitas produk	0,412	0,042	0,028	9,749
Kualitas pelayanan	0,445	0,040	0,763	11,211
R Square	0,813			
F (Anova)	62,917			
Sig (Anova)	0,000			

Sumber : data diolah (2023).

Hasil analisis signifikansi parsial menunjukkan nilai β_1 sebesar 0,412 (positif) dan Sig (0,000) < α (0,05) sehingga H_1 diterima. Kualitas produk menunjukkan kemampuan produk untuk menjalankan fungsi-fungsinya untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan tentu saja memenuhi harapan pelanggan. Kualitas produk diukur dengan indikator kinerja, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, dan persepsi kualitas secara keseluruhan dipersepsikan baik oleh responden yang berarti responden menganggap produk-produk yang ditawarkan oleh KSP Lumbung Padi Bali memiliki kualitas yang baik sehingga hal tersebut mendorong terjadinya peningkatan kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hastuti *et al.*, (2022), Pradiptya & Yuliantini (2022), Putra & Sitinjak (2022), Khusaini & Fairliantina (2022), dan Azkiya *et al.*, (2022) yang membuktikan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil analisis signifikansi parsial pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan

nasabah menunjukkan nilai β_2 sebesar 0,168 (positif) dan $\text{Sig } (0,000) < \alpha (0,05)$ sehingga dapat dikemukakan H_2 diterima. Kualitas pelayanan adalah kemampuan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan, di mana ketika pelayanan tersebut melebihi harapan maka dikatakan pelayanan tersebut berkualitas. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur dengan indikator berwujud, empati, ketanggapan, keandalan, dan jaminan secara keseluruhan dipersepsikan baik oleh responden yang artinya KSP Lumbung Padi Bali mampu memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah. Hal ini terbukti mampu meningkatkan kepuasan nasabah secara signifikan karena nasabah merasa harapannya terpenuhi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Jayananda & Suarmanayasa (2022), Agung *et al.*, (2022), Azhar *et al.*, (2022), Suwastawa & Lindia (2022), dan Diarto & Chaerudin (2022) yang membuktikan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Simpulan

Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KSP Lumbung Padi Bali yang artinya peningkatan kualitas pelayanan akan diikuti dengan terjadinya peningkatan kepuasan nasabah dengan signifikan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KSP Lumbung Padi Bali yang artinya peningkatan kualitas pelayanan akan diikuti dengan terjadi peningkatan kepuasan nasabah dengan signifikan.

Hasil analisis menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, yang berarti diperlukan adanya peningkatan kualitas produk. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kinerja *item* pernyataan yang memiliki nilai rata-rata lebih rendah dari nilai rata-rata variabel. Pertama adalah mengenai proses kemudahan bertransaksi yang dapat ditingkatkan dengan cara melayani penarikan uang nasabah di hari yang sama dengan permintaan nasabah. Berikutnya mengenai persyaratan penggunaan produk seperti harus menunjukkan KTP saat melakukan penarikan uang dapat dipertahankan walau *item* pernyataan ini memiliki nilai rata-rata lebih rendah dari rata-rata variabel karena bertujuan untuk menjaga keamanan dana nasabah. Keandalan produk juga sebaiknya ditingkatkan dengan cara memberikan fitur-fitur yang sesuai kebutuhan nasabah, seperti produk kredit yang bisa diperluas menjadi kredit modal kerja, kredit investasi, dan lain-lain. Berikutnya adalah mengenai kesesuaian pencairan dana dengan jumlah yang diajukan yang menjadi keluhan nasabah karena tidak sesuai dan untuk

hal ini maka karyawan koperasi dapat memberikan penjelasan kepada nasabah mengapa tidak mendapatkan dana sesuai dengan yang diajukan.

Hasil analisis menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah sehingga kualitas pelayanan perlu ditingkatkan dengan cara meningkatkan kinerja indikator yang memiliki nilai rata-rata lebih rendah dari nilai rata-rata variabel. Pertama mengenai fasilitas fisik yang tersedia yang dapat ditingkatkan dengan cara menyediakan fasilitas fisik pelayanan seperti menambah kursi di ruang tunggu. Kedua meningkatkan peralatan yang digunakan dengan versi terbaru atau lebih modern seperti komputer. Ketiga adalah meningkatkan penanganan keluhan nasabah dengan cara memberikan informasi kepada nasabah apabila keluhan telah ditanggapi dan ditindak lanjuti. Kempat adalah meningkatkan kecepatan pelayanan kepada nasabah yang dapat dilakukan dengan cara menetapkan standar kecepatan pelayanan seperti pencairan kredit. Kelima adalah meningkatkan keamanan transaksi nasabah seperti menjamin dana nasabah dengan cara memberikan bukti transaksi kepada nasabah dan juga pihak koperasi menyimpan bukti transaksi nasabah.

Daftar Pustaka

- Agung, V., Widayanto, W., & Waloejo, H. D. (2022). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN (Persero) Kota Semarang." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 694–700.
- Anasrullah, M., Sri W. H, M. A., & Nurhana, F. (2022). "Pengaruh Persepsi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasca Pembelian Pengguna Aplikasi Online Shop." *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 10(1), 7–15.
- Azhar, F., Ibrahim, A., & Riza, A. (2022). "Pengaruh Teknologi Informasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Banda Aceh." *JIMEBIS – Scientific Journal of Students Islamic Economics and Business*, 3(1), 7–15.
- Azkiya, B. M., Tanjung, H., & Gustiawati, S. (2022). "Pengaruh Kinerja Karyawan, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(1), 84–95.
- Dayuwati, N., Rahadhini, M. D., & ... (2020). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediasi." *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 20(April), 20–30.
- Diarto, D., & Chaerudin, C. (2022). "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Seafood Zonatri." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(17), 86–98.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). "Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan." *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171–180.
- Hastuti, I. N. D., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2022). "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Tukul Arwana Cabang Season City Jakarta Barat." 5(1), 124–133.

-
- Jayananda, I. M. W., & Suarmanayasa, I. N. (2022). "Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Dharma Sari Bumi Pagutan." *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(1), 53–62.
- Khusaini, F., & Fairliantina, E. (2022). "Pengaruh kualitas produk , kualitas pelayanan , dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di Botany Restoran Hotel Holiday Inn Kemayoran." *Nautical: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 268–277.
- Kurnaeli, K., Kurniawan, D. A., & Fathoni, I. (2022). "Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Distro di Kabupaten Garut." *Jurnal Wacana Ekonomi*, 21(2), 82–88.
- Kusyana, D. N. B., & Pratiwi, K. A. (2019). Skala Pengukuran Kualitas Layanan: Sebuah Kajian Literatur. *Widya Manajemen*, 1(2), 21–39.
- Kusyana, D. N. B., Purwaningrat, P. A., & Sunny, M. P. (2020). "Peran Kualitas Layanan Dalam Menciptakan Loyalitas Mahasiswa." *Widya Manajemen*, 2(1), 10–27.
- Loo, P., & Kristina, K. (2022). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pasar Swalayan Maju Bersama Glugur." *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 6(1), 68–78.
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome." *KORELASI: Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 1267-1283.
- Nanincova, N. (2019). "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro." *Agora*, 7(2), 1–5.
- Pradiptya, I. G. M., & Yuliantini, N. N. (2022). "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai yang Coffe Singaraja." *GEMA: Jurnal Gentiaras Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 43–50.
- Putra, J. P., & Sitinjak, T. J. R. (2022). "Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Kopi Starbucks di Summarecon Mall Kelapa Gading 3." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(8), 2022.
- Rizkulillah, C. A., Devy, H. S., & Pratama, V. Y. (2022). "Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Perusahaan Dan Promosi Dalam Mempengaruhi Minat Menabung Anggota Koperasi." *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 138–151.
- Suwastawa, I. P. A., & Lindia, A. A. I. T. (2022). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Janar Vape Batubulan." *Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata*, 17(1), 28–39.
- Zagladi, L., & Syahputra, D. (2022). "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Iconnet Bandung." *Economics and Digital Business Review*, 3(2), 89–105.
- Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). "Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry Dan Simply Fresh Laundry di Jalan Cikutra Bandung)." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(1), 106–128.