

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Nilai Pelanggan, dan Bagi Hasil terhadap Kepuasan Anggota: Studi pada Koperasi Syariah Binama Weleri

Muhamad Zidan Miftah Firdaus¹, Fatchan Achyani²

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surakarta

muhamadzidan.b200190630@gmail.com¹, fa185@ums.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality, product quality, customer value and profit sharing on member satisfaction at Binama Islamic Cooperative, weleri branch. This type of research is quantitative. The data source is obtained by questionnaire. The population in this study were all members of the Binama Islamic Cooperative, weleri branch. The sampling technique used purposive sampling with certain criteria so that 109 respondents were obtained as a research sample. The data analysis technique uses Multiple Linear Regression Analysis using SPSS 25 software. The results of the study state that service quality, product quality, customer value and profit sharing have an influence on member satisfaction at the weleri branch of Binama Islamic Cooperative.

Keywords: *Service Quality, Product Quality, Customer Value, Profit Sharing, Member Satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, nilai pelanggan dan bagi hasil terhadap kepuasan anggota pada koperasi syariah Binama cabang weleri. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Sumber data diperoleh kuesoner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota koperasi syariah Binama cabang weleri. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria tertentu sehingga diperoleh sebanyak 109 responden sebagai sampel penelitian. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda menggunakan software SPSS 25. Hasil penelitian menyatakan kualitas pelayanan, kualitas produk, nilai pelanggan dan bagi hasil memiliki pengaruh terhadap kepuasan anggota pada koperasi syariah binama cabang weleri

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Nilai Pelanggan, Bagi Hasil, Kepuasan Anggota*

PENDAHULUAN

Koperasi adalah tempat yang dibuat untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan simpan ataupun pinjam dan transaksi lainnya. Koperasi bertujuan mensejahterakan anggotanya dengan saling membantu antar anggota. Anggota koperasi memiliki kepedulian terhadap anggotanya dengan cara sikap tolong menolong didalamnya. Adanya koperasi dapat meringankan beban masyarakat kecil oleh karena itu koperasi merupakan lembaga keuangan yang berkontribusi besar bagi negara. Tujuan Koperasi untuk Indonesia adalah memajukan kesejahteraan anggotanya dan masyarakat, menurut Thoharudin dan

Suriyanti (2017:77) yang dikutip dari Khuswati & Relita (2019) mendefinisikan koperasi sebagai organisasi tolong menolong yang menjalankan “urus niaga” secara kumpulan, yang berazaskan konsep tolong menolong. Aktivitas dalam urusan niaga semata-mata bertujuan ekonomi, bukan sosial seperti yang dikandung gotong royong. Menurut Baswir (2015:22) yang dikutip dari Khuswati & Relita (2019) koperasi didirikan sebagai persekutuan kaum yang lemah untuk membela keperluan hidupnya. Mencapai keperluan hidupnya dengan biaya yang semurah murahnya, itulah yang dituju. Pada Koperasi didahulukan keperluan bersama, bukan keuntungan.

Tujuan koperasi tidak akan terealisasi tanpa peran aktif dari anggota, maka dari itu kepuasan anggota berpengaruh terhadap keberlangsungan koperasi. Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota antara lain, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, nilai pelanggan, dan bagi hasil. Faktor yang pertama yaitu kualitas pelayanan, menurut Tjiptono (2015) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan anggota. Menurut Kotler (2002:83) yang dikutip dari Efendi et al (2020) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Pada dasarnya jasa tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Anggota yang tidak puas perlu diperhatikan dan dicarikan jalan penyelesaian masalah yang dihadapinya. Biasanya anggota tidak puas akan langsung menceritakannya kepada orang lain sebagai ungkapan kekesalannya atau sebagai komplain ketidakpuasannya. Ketidakpuasan bisa semakin besar apabila pelanggan yang mengeluh merasa keluhannya tidak diselesaikan dengan cepat dan tepat. Pada penelitian Khuswati & Relita (2019) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Bhakti Lestari Kecamatan Sungai menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Pada penelitian lain yang dilakukan oleh Andriyani & Ardianto (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota.

Faktor yang kedua yaitu kualitas produk, menurut Song & Parry (1997) kualitas produk adalah atribut yang mendukung produk sehingga produk dapat inovatif dibandingkan produk lain yang sudah ada, produk tersebut mempunyai kualitas yang tinggi dan dapat membedakan diri dari kualitas produk yang lainnya. Kualitas produk dapat meliputi merk atau nama, bunga pinjaman, insentif dan administrasi kredit. Kualitas produk dalam koperasi ini meliputi produk simpanan dan produk pembiayaan. Produk simpanan adalah tabungan masyarakat ke koperasi dengan bagi hasil sedangkan produk pembiayaan adalah fasilitas koperasi kepada anggotanya untuk menggunakan dana yang telah dikumpulkan koperasi dari anggotanya. Pada penelitian Andriyani & Ardianto (2020), Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizqi

(2021) yang menunjukkan bahwa kualitas produk tidak mempengaruhi kepuasan anggota.

Faktor yang ketiga adalah nilai pelanggan, menurut Tjiptono (2005) dikutip dari Nurhalimah & Nurhayati (2019) nilai pelanggan adalah ikatan emosional yang terjalin antara pelanggan dan produsen setelah pelanggan menggunakan produk dan jasa dari perusahaan dan mendapati bahwa produk atau jasa tersebut memberikan nilai tambah. Artinya nilai bukan berarti hanya manfaat fungsional dari sebuah alat akan tetapi keseluruhan rangkaian dari proses penyampaian kepada pelanggan sampai pelayanan setelah penjualan merupakan nilai yang dapat dinikmati oleh pelanggan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi & Seminari (2015) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kencana (2020) yang menunjukkan, bahwa nilai pelanggan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah/Anggota.

Faktor yang keempat adalah faktor bagi hasil yang dapat mempengaruhi kepuasan. Bagi hasil merupakan jenis keuntungan dari kontrak usaha, kadang-kadang tidak tetap dan jumlahnya tidak pasti. Ukuran perolehan keuntungan bergantung pada hasil usaha asli dari bisnis yang dijalankan Timami & Soejoto (2013). Menurut Ismail (2013) bagi hasil adalah pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan perjanjian yaitu pihak anggota dan pihak koperasi syariah. Dalam hal terdapat dua pihak yang melakukan perjanjian usaha, maka hasil atas usaha yang dilakukan oleh kedua pihak atau salah satu pihak, akan dibagi sesuai dengan porsi masing-masing pihak yang melakukan akad perjanjian. Pembagian hasil usaha dalam perbankan syariah ditetapkan dengan menggunakan nisbah. Nisbah yaitu presentasi yang disetujui oleh kedua pihak dalam menentukan bagi hasil atas usaha yang dikerjasamakan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Prihartini & Sanusi (2019) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Majalengka) menunjukkan bahwa tingkat bagi hasil berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Natalia (2014) menunjukkan bahwa bagi hasil tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis explanatory. Metode dalam penelitian yang peneliti ajukan adalah pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah anggota koperasi syariah binama cabang Weleri sebanyak 5488 anggota. Perhitungan yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dan diperoleh sebanyak 99 orang. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui cara

menyebarkan kuesioner melalui Google form pada anggota koperasi syariah binama cabang weleri. Adapun uji yang dilakukan dalam analisis data adalah uji statistik deskriptif, Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Asumsi Klasik Uji Hipotesis yang dilakukan dengan Uji Parsial (uji t), Uji Simultan (Uji F) dan Uji Koefisien Determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian hipotesis pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), Nilai Pelanggan (X3), Bagi Hasil (X4) terhadap Kepuasan Anggota (Y) menggunakan analisis regresi berganda. Berikut hasil analisa model regresi :

Table 1. Hasil Uji Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficient		t	Sig.
	B	Std. Error		
(constant)	1,997	1,417	1,410	0,162
Kualitas Pelayanan	0,099	0,044	2,256	0,026
Kualitas Produk	0,246	0,058	4,231	0,000
Nilai Pelanggan	0,212	0,090	2,352	0,021
Bagi Hasil	0,320	0,086	3,723	0,000

a. Dependent Variabel: Kepuasan Anggota

Sumber: hasil analisis kuesioner data primer 2023

Berdasarkan Tabel 4.12 diperoleh persamaan regresi yang digunakan untuk melengkapi hasil penelitian, yaitu:

$$K_a = 1,997 + 0,099K_{pe} + 0,246K_{pro} + 0,212N_p + 0,320B_h + e$$

1. Nilai Konstanta (a) yang diperoleh menunjukkan nilai positif sebesar 1,997 dapat disimpulkan jika semua variable independen yang meliputi kualitas pelayanan, kualitas produk, nilai pelanggan, bagi hasil bernilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan, maka nilai variable kepuasan anggota bernilai 1,997
2. Nilai koefisien regresi untuk variable kualitas pelayanan (X1) yaitu sebesar 0,099. Hal ini artinya jika variable kualitas pelayanan (X1) mengalami kenaikan sebesar 1% maka variable kepuasan anggota (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,099. Dengan asumsi variable lainnya tetap konstan
3. Nilai koefisien regresi untuk variable kualitas produk (X2) yaitu sebesar 0,246. Hal ini artinya jika variable kualitas produk (X2) mengalami kenaikan sebesar 1% maka variable kepuasan anggota (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,246. Dengan asumsi variable lainnya tetap konstan
4. Nilai koefisien regresi untuk variable nilai pelanggan (X3) yaitu sebesar 0,212. Hal ini artinya jika variable nilai pelanggan (X3) mengalami kenaikan sebesar 1% maka variable kepuasan anggota (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,212. Dengan asumsi variable lainnya tetap konstan.
5. Nilai koefisien regresi untuk variable bagi hasil (X4) yaitu sebesar 0,320. Hal ini artinya jika variable bagi hasil (X4) mengalami kenaikan sebesar 1% maka

variable kepuasan anggota (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,320. Dengan asumsi variable lainnya tetap konstan

Berdasarkan keluaran SPSS tersebut, hasil analisa uji statistik T dijabarkan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki Nilai Sig. (0,026) < 0,05. Hal ini bermakna Variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Variabel kepuasan anggota (Y) secara parsial.
2. Variabel kualitas produk (X2) memiliki Nilai Sig. (0,000) < 0,05. Hal ini bermakna Variabel kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Variabel kepuasan anggota (Y) secara parsial.
3. Variabel nilai pelanggan (X3) memiliki Nilai Sig. (0,021) < 0,05. Hal ini bermakna Variabel nilai pelanggan (X3) berpengaruh signifikan terhadap Variabel kepuasan anggota (Y) secara parsial.
4. Variabel bagi hasil (X4) memiliki Nilai Sig. (0,000) < 0,05. Hal ini bermakna Variabel bagi hasil (X4) berpengaruh signifikan terhadap Variabel kepuasan anggota (Y) secara parsial.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model regresi untuk menjelaskan pengaruh variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,877	0,770	0,761	1,736

Sumber: hasil analisis kuesioner data primer 2023

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R²) diatas menunjukkan nilai 0,761, Hasil tersebut berarti variable kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), nilai pelanggan (X3), bagi hasil (X4) mampu menjelaskan variable kepuasan anggota (Y) sebesar 76,1%. Sedangkan sisanya 23,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diikutkan pada model.

Uji Statistik F

Uji statistik F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen pada model secara bersama sama terhadap variabel dependen. Ketentuan dalam uji F yaitu apabila nilai Sig. < 0,05 maka terdapat pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

Tabel 3. Hasil Uji Statistik f

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1046,924	4	261,731	86,847	,000
	Residual	313,424	104	3,014		

Total	1360,349	108
-------	----------	-----

Sumber: hasil analisis kuesioner data primer 2023

Bedasarkan Tabel 4.14 diperoleh hasil Nilai Sig. sebesar 0,000 dalam uji F. Hal ini bermakna Nilai Sig.(0,000) < 0,05 , maka dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), nilai pelanggan (X3), bagi hasil (X4) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan anggota (Y) secara simultan.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan terhadap variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan anggota (Y) dapat dilihat dari hasil uji t variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai Sig.(0,026) < 0,05. Sehingga kesimpulan yang dapat diambil yaitu variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan anggota (Y) secara parsial.

Jika dikaitkan dengan teori diskonfirmasi dan teori negativitas hal ini berkaitan dengan ekspektasi anggota sebelum pembelian barang maupun jasa, jika ekspektasi dari pelanggan/ anggota tidak sesuai dengan keadaan aktual maka akan timbul rasa ketidak puasan begitupun sebaliknya. Koperasi syariah binama weleri memiliki pegawai yang tampil menarik,tanggap dan tepat waktu dalam menanggapi masalah yang dimiliki anggota, memiliki fasilitas ruang antrian yang bersih dan nyaman namun memiliki tempat parker yang kurang memadai.Hal tersebut mempengaruhi kepuasan bagi para anggota

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khuswati dan Triana (2019), Putri Dkk (2021) yang memberikan pernyataan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan terhadap variabel kualitas produk (X2) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan anggota (Y).dapat dilihat dari hasil uji t variabel kualitas produk (X2) memiliki Nilai Sig.(0,000) < 0,05. Sehingga kesimpulan yang dapat diambil yaitu variabel kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan anggota (Y) secara parsial.

Jika dikaitkan dengan teori diskonfirmasi dan teori negativitas hal ini berkaitan dengan ekspektasi anggota sebelum pembelian barang maupun jasa, jika ekspektasi dari pelanggan/ anggota tidak sesuai dengan keadaan aktual maka akan timbul rasa ketidak puasan begitupun sebaliknya. Koperasi syariah binama cabang weleri memiliki setoran pembukaan dan biaya administrasi yang murah, produk yang disediakan sesuai dengan kebutuhan anggota.Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa produk yang baik dapat mempengaruhi kepuasan anggota, semakin baik kualitas produk yang dimiliki oleh koperasi dibandingkan dengan ekspektasi calon anggota maupun anggota semakin puas mereka.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Andriyani dan Ardianto, 2020), Halimatus S (2018), Kusumawati D (2018) yang memberikan pernyataan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan

3. Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan terhadap variabel nilai pelanggan (X3) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan anggota (Y).dapat dilihat dari hasil uji t variabel nilai pelanggan (X3) memiliki Nilai Sig.(0,021) < 0,05. Sehingga kesimpulan yang dapat diambil yaitu variabel nilai pelanggan (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan anggota (Y) secara parsial.

Nilai pelanggan merupakan salah satu ukuran untuk menilai kepuasan dikarenakan nilai pelanggan merupakan perasaan emosional ataupun evaluasi dari anggota atau konsumen terhadap suatu produk, pelayanan dsbnya setelah menggunakan jasa maupun barang. Produk yang dimiliki Koperasi syariah Binama cabang weleri bermanfaat serta memiliki kualitas yang dapat diterima anggota, anggota merasa senang menggunakan produk koperasi syariah Binama cabang weleri.Hal ini menimbulkan kepuasan bagi anggota

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Pratiwi dan Seminari, 2015), (Nurhalimah N dan Nurhayati A, 2019), Kaligis O dkk (2021) yang memberikan pernyataan bahwa nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan

4. Pengaruh Bagi Hasil terhadap Kepuasan Anggota

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan terhadap variabel bagi hasil (X4) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan anggota (Y).dapat dilihat dari hasil uji t variabel bagi hasil (X4) memiliki Nilai Sig.(0,000) < 0,05. Sehingga kesimpulan yang dapat diambil yaitu variabel bagi hasil (X4) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan anggota (Y) secara parsial.

Bagi hasil adalah suatu fitur yang biasa dimiliki oleh koperasi maupun bank syariah.Sebelum pembagian bagi hasil kepada anggota biasanya terdapat perjanjian ataupun akad antara anggota dan koperasi syariah.Koperasi syariah Binama cabang weleri memiliki pembagian bagi hasil serta pelaporan keuangan yang jelas, keuntungan bagi hasil kompetitif. Dengan fitur bagi hasil yang ditawarkan tersebut dapat menimbulkan kepuasan bagi anggota

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Prihartini E (2019), (Novitasari dan Kusumaningtiyas R, 2021), Yahyanti E M (2019) yang memberikan pernyataan bahwa bagi hasil berpengaruh terhadap kepuasan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui google form.Populasi penelitian ini adalah anggota koperasi syariah binama cabang weleri yang telah berumur minimal 25 tahun dan menggunakan koperasi syariah minimal 4 tahun, sampel yang didapatkan berjumlah 109 responden yang memenuhi syarat agar dapat dipakai dalam pengelolaan data. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa variabel

kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi 0,026 yang berarti nilai signifikansi < 0,05. Hal ini bermakna variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh terhadap kepuasan anggota (Y) sehingga H1 diterima. Variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi 0,000 yang berarti nilai signifikansi < 0,05. Hal ini bermakna variabel kualitas produk (X2) berpengaruh terhadap kepuasan anggota (Y) sehingga H2 diterima. Variabel nilai pelanggan memiliki nilai signifikansi 0,021 yang berarti nilai signifikansi < 0,05. Hal ini bermakna variabel nilai pelanggan (X3) berpengaruh terhadap kepuasan anggota (Y) sehingga H3 diterima. Variabel bagi hasil memiliki nilai signifikansi 0,000 yang berarti nilai signifikansi < 0,05. Hal ini bermakna variabel bagi hasil berpengaruh terhadap kepuasan anggota (Y) sehingga H4 diterima.

Berdasarkan kesimpulan di atas terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya penelitian selanjutnya diharapkan menambah objek penelitian tidak hanya pada satu objek penelitian. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah metode penelitian data, tidak hanya menggunakan kuesioner namun dapat menambahkan metode wawancara. Hal ini dilakukan agar data yang didapatkan lebih akurat. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel penelitian yang mungkin memiliki pengaruh terhadap kepuasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, M., & Ardianto, R. E. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 133-140.
- Efendi, N., Ginting, S. O., & Jimmy, H. (2020). Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 11(2), 102-112.
- Ismail. (2013). *Perbankan Syariah*. PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Kencana, P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Service di Dealer Honda Wahana Ciputat. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1).
- Khuswati, E., & Relita, D. T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Bhakti Lestari Kecamatan Sungai Tebelian. *JURKAMI : Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4(2), 89-98.
- Natalia, E. (2014). Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Deposito Bank Syariah dan Suku Bunga Deposito Bank Umum terhadap Jumlah Simpanan Deposito Mudharabah. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*, 9(1).
- Nurhalimah, N., & Nurhayati, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2).
- Pratiwi, N. P. L., & Seminari, N. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan & Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(5), 1422-1433.
- Prihartini, E., & Sanusi, A. (2019). Pengaruh Manajemen Pengetahuan dan Inovasi

Organisasi Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cirebon*, 14(2), 345–355.

Rizqi, N. F. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto Di Era Pandemi*. Institut Agama Islam Negeri Jember.

Song, X. M., & Parry, M. E. (1997). A cross-national comparative study of new product development processes: Japan and the United States. *Journal of Marketing*, 61(2).

Timami, & Soejoto. (2013). Pengaruh dan Manfaat Bagi Hasil Terhadap Jumlah Simpanan Deposito Mudharabah Bank Syariah Mandiri di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 1(3).

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Cv. Andi.