

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN,  
*RELATIONSHIP MARKETING*, DAN KINERJA KARYAWAN  
TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA KSPPS SM NU BOJONG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

**EDI SAPUTRA**

**NIM. 4220100**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

**2024**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN,  
*RELATIONSHIP MARKETING*, DAN KINERJA KARYAWAN  
TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA KSPPS SM NU BOJONG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

**EDI SAPUTRA**

**NIM. 4220100**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

**2024**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Edi Saputra

NIM : 4220100

Judul Skripsi : **Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Relationship Marketing dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Anggota KSPPS SM NU Bojong**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 23 Oktober 2024

Yang Menyatakan,



Edi Saputra

4220100

## NOTA PEMBIMBING

Lam : 2(dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Edi Saputra

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

*c.q.* Ketua Program Studi Perbankan Syariah

PEKALONGAN

*Assalamualaikum Wr.Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Edi Saputra

NIM : 4220100

Judul Skripsi : **Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, *Relationship Marketing* Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Anggota KSPPS SM NU Bojong**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr.Wb.*

Pekalongan, 23 Oktober 2024

Pembimbing,

  
**Dr. H. Tamamudin, S.E., M.M**  
NIP. 197910302006041018



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

### PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara :

Nama : **Edi Saputra**  
NIM : **4220100**  
Judul : **Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, *Relationship Marketing* Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Anggota KSPPS SM NU Bojong**

Telah diujikan pada hari kamis, 20 Desember 2024 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I

**M. Shulthoni, MA., M.S.I, Ph.D**  
NIP. 197507062008011016

Penguji II

**Drajat Stiawan, M.Si.**  
NIP. 198301182015031001

Pekalongan, 23 Desember 2024

Disahkan oleh  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Prof. Dr. Hj. Sumra D. Rismawati, S.H., M.H.**  
NIP. 197502201999032001

## MOTTO

“Pendidikan adalah senjata paling kuat yang bisa digunakan untuk mengubah dunia”

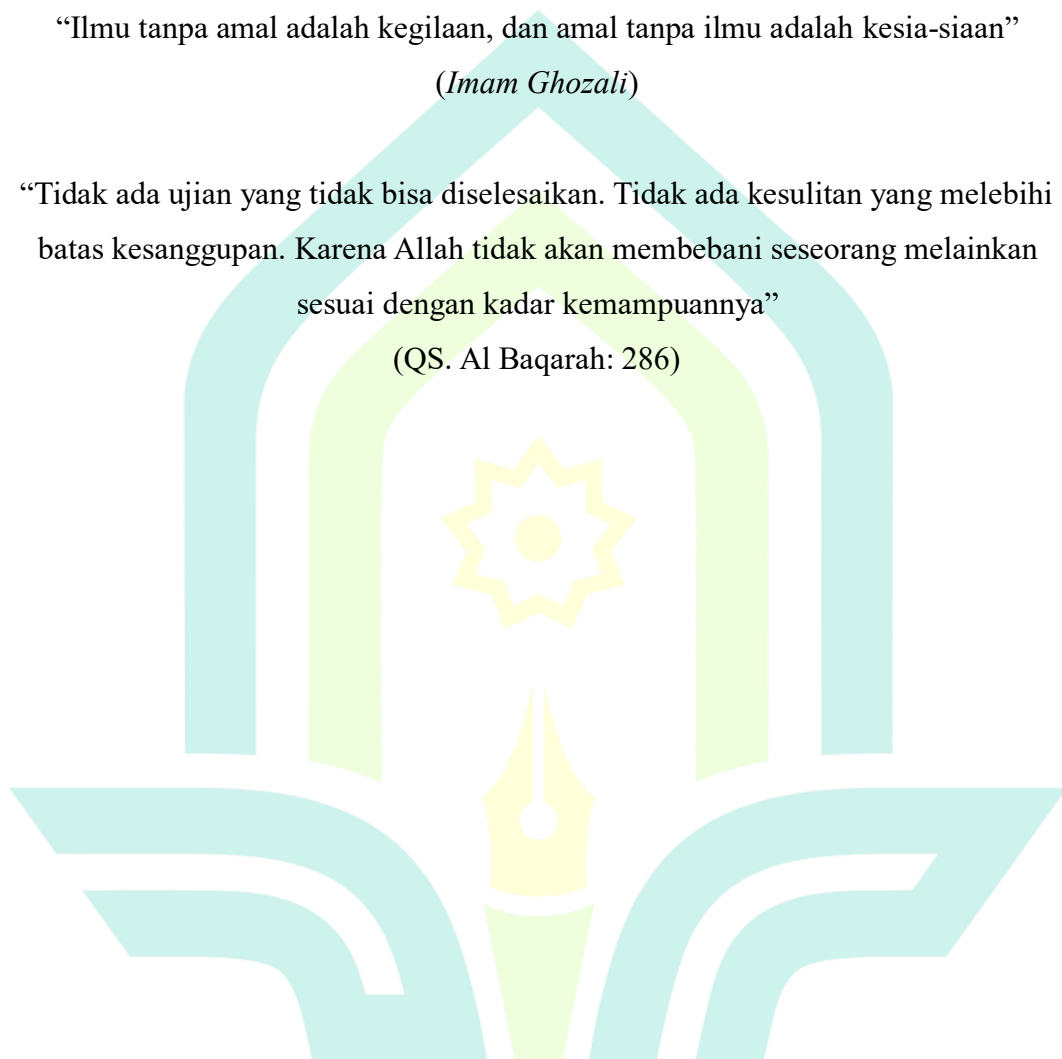
*(Nelson Mandela)*

“Ilmu tanpa amal adalah kegilaan, dan amal tanpa ilmu adalah kesia-siaan”

*(Imam Ghozali)*

“Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan. Tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan. Karena Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kemampuannya”

(QS. Al Baqarah: 286)

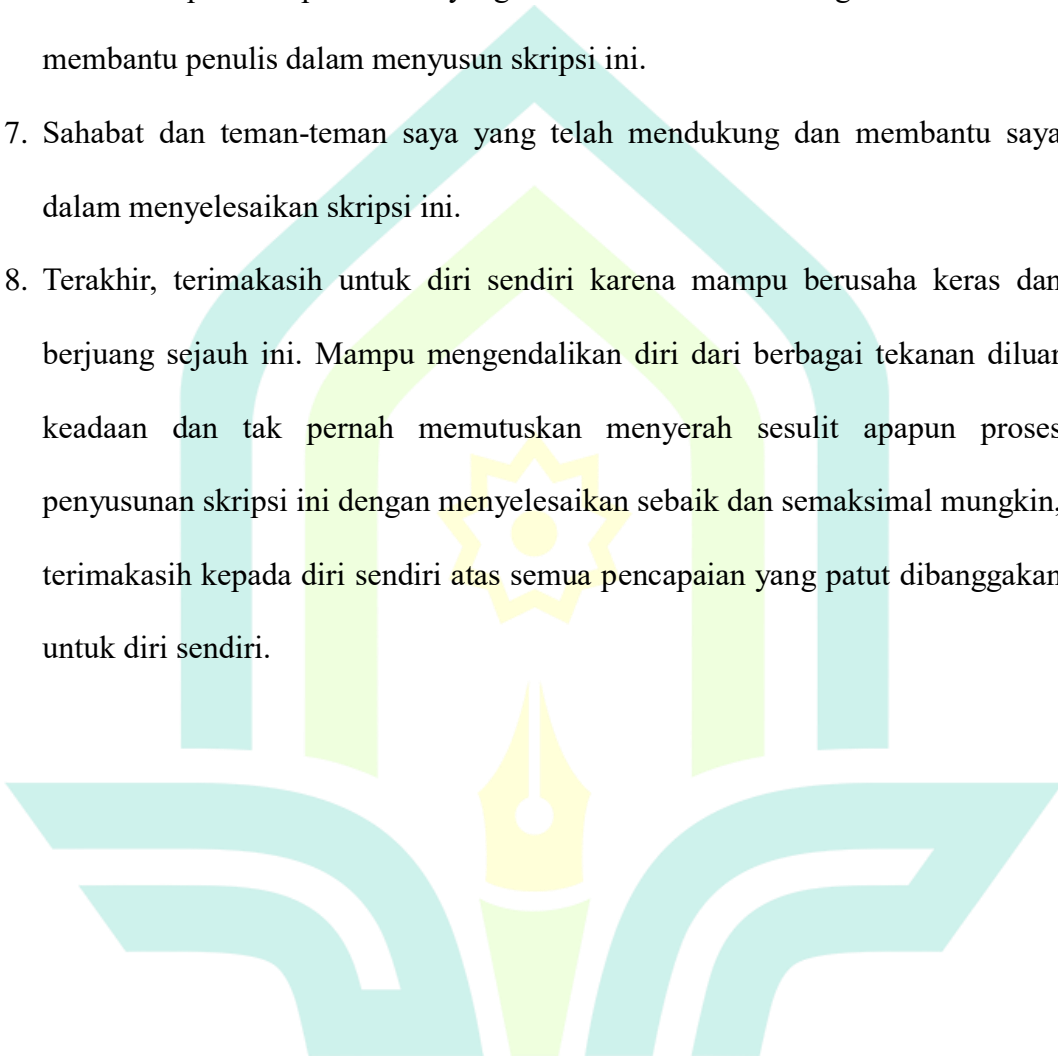


## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materi maupun non materi dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan skripsi ini:

1. Teruntuk superhero dan panutanku Bapak Parihin dan pintu surgaku Ibu Tumirah terimakasih sudah berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan namun beliau mampu mendidik penulis dengan penuh kasih sayang dan cinta, selalu memberikan dukungan, motivasi serta doa yang dipanjatkan selama ini sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Mba saya Mugiarti dan keluarga besar, yang telah menemani dan memberikan doa serta dukungannya selama saya menempuh pendidikan.
3. Almamater saya Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

4. Bapak Dr. H. Tamamudin, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam menyusun skripsi ini.
5. Ibu Nur Fani Arisnawati, M.M. Selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
6. Semua responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.
7. Sahabat dan teman-teman saya yang telah mendukung dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri karena mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, terimakasih kepada diri sendiri atas semua pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.





## ABSTRAK

### **EDI SAPUTRA. Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, *Relationship Marketing* dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Anggota KSPPS SM NU Bojong.**

Kepuasan dapat diartikan dari beberapa pengalaman pelanggan sesudah menggunakan atau mengkonsumsi sebuah produk dan layanan. Kepuasan anggota merupakan masalah utama yang tidak dapat diabaikan oleh perusahaan di bidang jasa yang bergerak dalam perkoperasian karena kepuasan anggota ialah faktor terpenting ketika untuk mempertahankan sebuah citra di perusahaan agar memberikan layanan yang berkualitas di masyarakat perlu diingatkan bagi anggota. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, *relationship marketing* dan kinerja karyawan terhadap kepuasan anggota KSPPS SM NU Bojong.

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif, dengan jenis penelitian lapangan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode angket (kuesioner) dengan menggunakan sampel sebanyak 90 responden. Teknik pengambilan sampel dengan metode *accidental Sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linier berganda dengan bantuan *SPSS statistics 26*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan anggota, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota, *relationship marketing* tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota, dan kinerja karyawan berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Kemudian secara simultan kepercayaan, kualitas pelayanan, *relationship marketing* dan kinerja karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota KSPPS SM NU Bojong.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, *Relationship Marketing*, Kinerja Karyawan, Kepuasan Anggota

## ABSTACT

### **EDI SAPUTRA. The Influence of Trust, Service Quality, Relationship Marketing and Employee Performance on Member Satisfaction of KSPPS SM NU Bojong.**

Satisfaction can be interpreted from several customer experiences after using or consuming a product and service. Member satisfaction is a major problem that cannot be ignored by companies in the service sector engaged in cooperatives because member satisfaction is the most important factor when maintaining an image in the company in order to provide quality services in the community, it needs to be reminded for members. The purpose of this study is to determine the effect of trust, service quality, relationship marketing and employee performance on member satisfaction of KSPPS SM NU Bojong.

This study is a quantitative study, with a type of field research. The data collection method used is the questionnaire method using a sample of 90 respondents. The sampling technique uses the accidental sampling method. This study uses a multiple linear regression test data analysis method with the help of SPSS statistics 26.

The results of the study show that trust affects member satisfaction, service quality affects member satisfaction, relationship marketing does not affect member satisfaction, and employee performance affects member satisfaction. Then simultaneously trust, service quality, relationship marketing and employee performance have a significant effect on the satisfaction of KSPPS SM NU Bojong members.

Keywords: Trust, Service Quality, Relationship Marketing, Employee Performance, Member Satisfaction

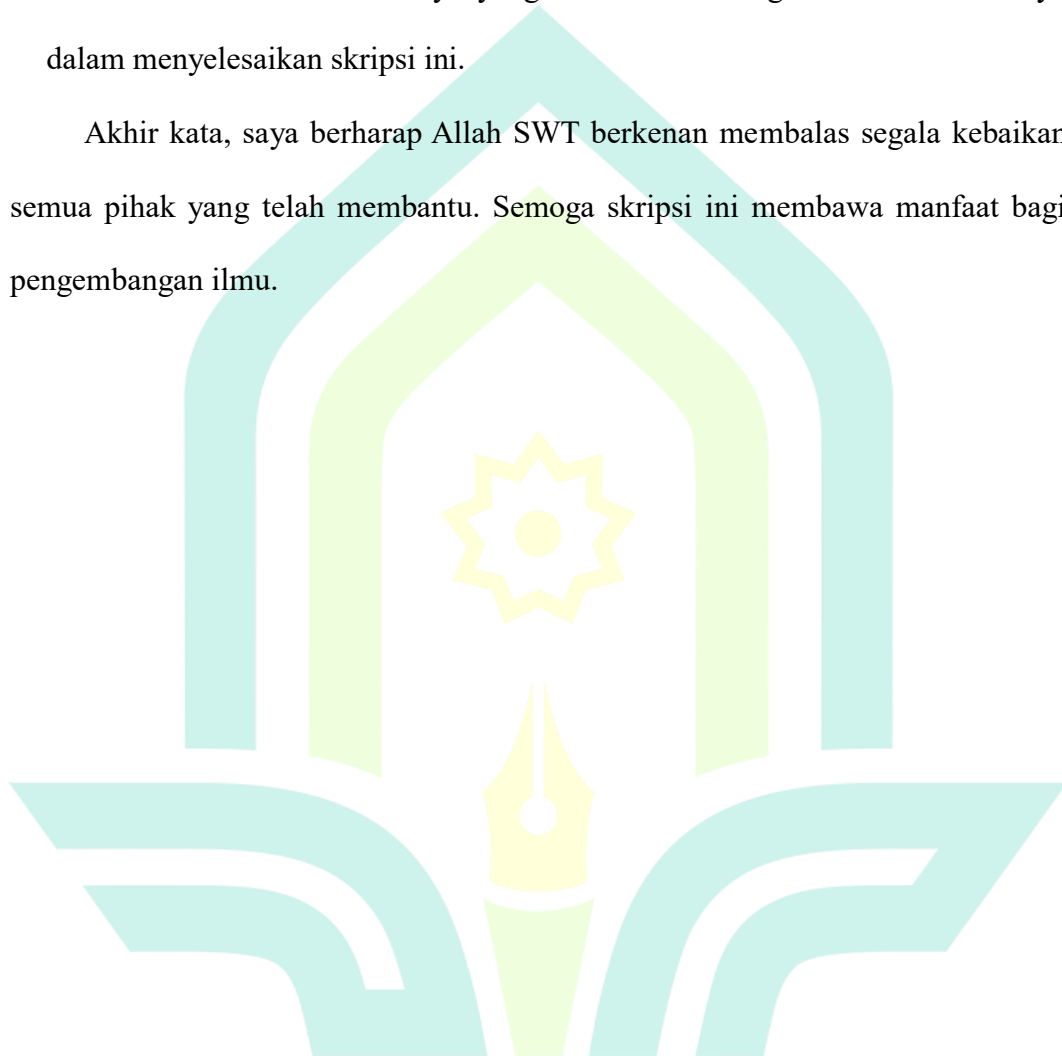
## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan Rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. Tamamudin, M.M. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak M. Shulthoni, MA., M.S.I, Ph.D. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Drajat Stiawan, M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Bapak Dr. H. Tamamudin, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam menyusun skripsi ini.
7. Ibu Nur Fani Arisnawati, M.M. Selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).

8. Pihak KSPPS SM NU Bojong yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan.
9. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
10. Sahabat dan teman-teman saya yang telah mendukung dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xxiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xxv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Pembahasan.....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>12</b>
A. Landasan Teori.....	12
B. Telaah Pustaka .....	20
C. Kerangka Berfikir .....	24
D. Hipotesis .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
A. Jenis Penelitian .....	30

B. Pendekatan Penelitian.....	31
C. Setting Penelitian.....	31
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	29
E. Variabel Penelitian .....	32
F. Definisi Operasional.....	33
G. Uji Instrumen.....	35
H. Sumber Data .....	36
I. Teknik Pengumpulan Data .....	37
J. Teknik Analisis Data .....	38
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
A. Deskripsi Data Responden.....	44
B. Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian .....	47
C. Metode Analisis Data.....	53
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	66
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>73</b>
A. Kesimpulan.....	73
B. Keterbatasan Penelitian .....	74
C. Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>I</b>

## PEDOMAN TRANSLITERASI

### **Pendahuluan**

Penelitian Transliterasi Arab – Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama. Badan Litbang Agama. Yang pelaksanaannya di mulai tahun anggaran 1983/1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu di bahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pemikiran para ahli agar dapat di jadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab – Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di pergunakan untuk menuliskan kitab Agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadist), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf Latin untuk menuliskan bahasanya. Karena Ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat di pergunakan untuk umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab – Latin yang terpakai dalam masyarakat banyakr agamanya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara Nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah di bahas beberapa makalah yang disajikan oleh para Ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha kearah itu. Seminar itu juga membentuktim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut di bahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab – Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H.Sawabi Ihsan, M.A,

2) Ali Audah , 3) Prof. Gazali Dunai , 4) Prof.Dr.H.B.Jassin,dan 5) Drs.Sudarno,M.Ed.

Dalam pidato pengarahan Tanggal 10 Maret 1986 pada seminar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena :

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya Ilmu Pengetahuan Keislaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengalaman agama bagi setiap umat beragama secara ilmiah dan rasional.

Pedoman Transliterasi Arab–Latin yang bakutelah lama di dambakan karena sangat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak Semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini padadasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan Instansi lain yang ada hubungannya dengan kelecturan, sangat memerlukan pedoman yang baku tentang Transliterasi Arab-Latin yang dapat di jadikan acuan dalam penelitian dan pengalih huruf an, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.



Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbedabeda, Usaha penyeragamannya sudah pernah di coba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh dipakai oleh seluruh umat islam di Indonesia. Oleh karena itu dalam usah mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya pedoman Transliterasi Arab – Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk di gunakan secara Nasional.

### **Pengertian Transliterasi**

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

### **Prinsip Pembakuan**

Pembakuan pedoman Transliterasi Arab – Latin ini di susun dengan prinsip sebagai berikut :

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Di Sempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “ satu fenom satu lambang”.
3. Pedoman Transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

### **Rumusan Pedoman Transliterasi Arab - Latin**

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman Transliterasi Arab - Latin ini meliputi :

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf Syamsiyah dan Qomariyah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

### 1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ظ	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### 1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

### 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	Fathah dan ya	Ai	a dan i
...وُ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ	- kataba
فَعَلَ	- fa'ala
ذُكِرَ	- zukira
يَذْهَبُ	- yazhabu
سُئِلَ	- su'ila
كَيْفَ	- kaifa
هُوْلَ	- haula

### 3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ا...ىَ ...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
ي...ِ	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
و...ُ	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ	- qāla
رَمَى	- ramā
قِيلَ	- qīla

### 4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

#### 1) Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasra dan dammah, transliterasinya adalah "t".

#### 2) Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

- 3) Kalau pada kata terakhir denagn ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunkan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	- raudah al-aṭfāl
	- raudatulatfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	- al-Madīnah al-Munawwarah
	- al-Madīnatul-Munawwarah
طَلْحَةَ	- talḥah

## 5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا	- rabbanā
نَزَّلَ	- nazzala
الْبِرِّ	- al-birr
الْحَجِّ	- al-ḥajj

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan

huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditranslite-rasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

3. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ	- ar-rajulu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu
السَّمْسُ	- as-syamsu
القَلَمُ	- al-qalamu
البَدِيعُ	- al-badī'u
الْجَلَالُ	- al-jalālu

## 7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuḏūna
النَّوْءُ	- an-nau'
سَيِّئٌ	- syai'un
إِنَّ	- Ina
أُمِرْتُ	- umirtu
أَكَلُ	- akala

## 8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wa auf al-kaila wa-almizān Wa auf al-kaila wal mizān
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ	Ibrāhīm al-Khalīl Ibrāhīmul-Khalīl
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	Bismillāhimajrehāwamursahā
وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا	Walillāhi 'alan-nāsi hijju al-baiti manistaṭā'a ilaihi sabīla Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-baiti manistaṭā'a ilaihi sabīlā

## 9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā Muhammadun illā rasūl
أَنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبْرَأًا	Inna awwala baitin wuḍi'a linnās il allaḏi bibakkat amubārakan

شَهْرُ رَمَازَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fīh al-Qur’ānu
وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ	Walaqadra’āhubil-ufuq al-mubīn
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Alhamdulillāhirabbil al-‘ālamīn
	Alhamdulillāhirabbilil ‘ālamīn

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh:

نَصْرُ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ	Naṣrunminallāhiwafathunqarīb
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا	Lillāhi al-amrujamī’an
	Lillāhil-amrujamī’an
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ	alīm’in ’Wallāhabikullisyai

## 10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

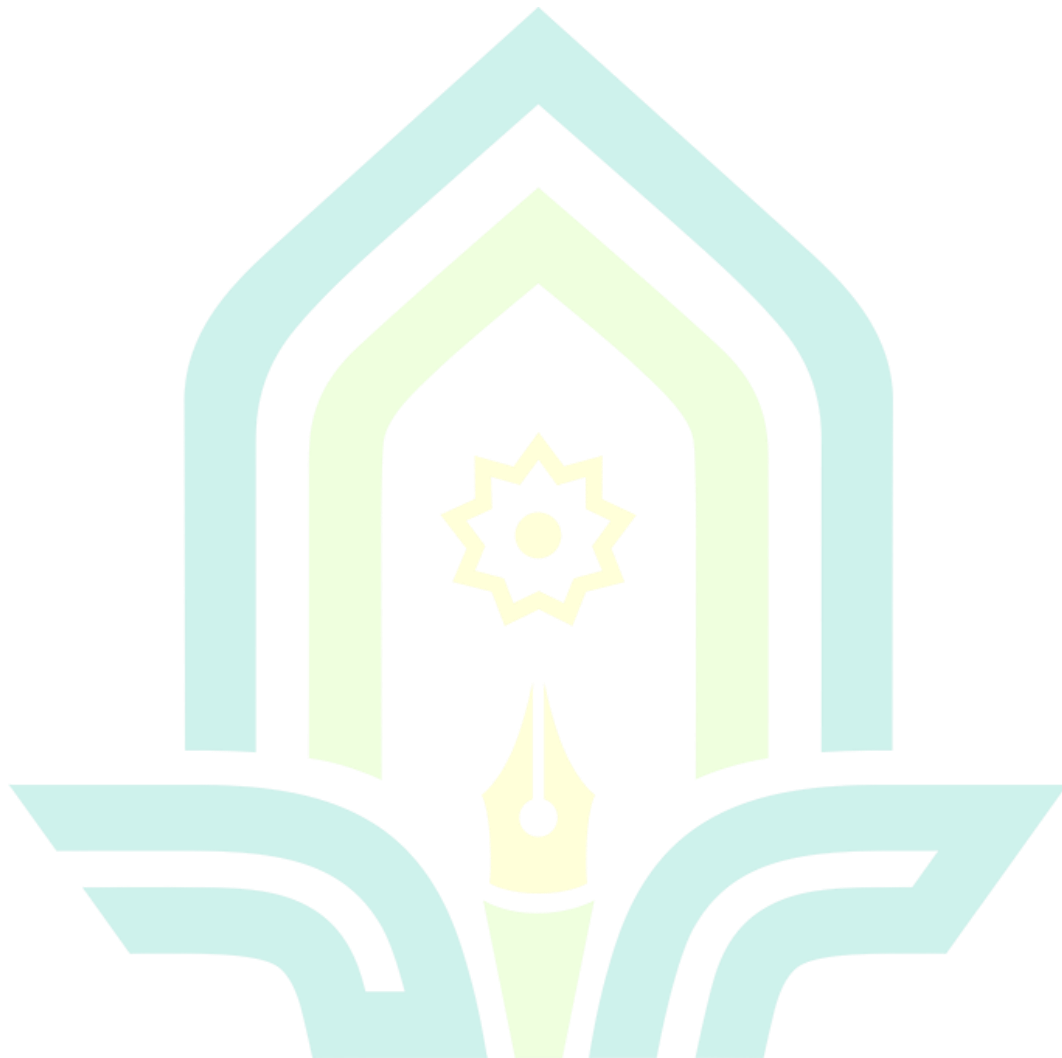


## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Anggota KSPPS SM NU Bojong .....	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3.1	Definisi Operasional .....	33
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas .....	35
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas .....	36
Tabel 3.4	Skala Pengukuran .....	38
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	45
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	45
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	46
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota .....	47
Tabel 4.6	Kategori Penilaian Responden terhadap Variabel Kepercayaan .....	48
Tabel 4.7	Hasil Penilaian Responden terhadap Variabel Kepercayaan .....	48
Tabel 4.8	Kategori Penilaian Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan .....	49
Tabel 4.9	Hasil Penilaian Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan .....	49
Tabel 4.10	Kategori Penilaian Responden terhadap Variabel Relationship Marketing .....	50
Tabel 4.11	Hasil Penilaian Responden terhadap Variabel Relationship Marketing .....	50
Tabel 4.12	Kategori Penilaian Responden terhadap Variabel Kinerja Karyawan .....	51
Tabel 4.13	Hasil Penilaian Responden terhadap Variabel Kinerja Karyawan .....	51
Tabel 4.14	Kategori Penilaian Responden terhadap Variabel Kepuasan Anggota .....	52
Tabel 4.15	Hasil Penilaian Responden terhadap Variabel Kepuasan Anggota .....	52
Tabel 4.16	Hasil Uji Validitas .....	53
Tabel 4.17	Hasil Uji Reliabilitas .....	54
Tabel 4.18	Hasil Uji Normalitas .....	56
Tabel 4.20	Hasil Uji Multikolinearitas .....	57
Tabel 4.21	Hasil Uji <i>glejser</i> .....	59
Tabel 4.22	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	60
Tabel 4.23	Hasil Uji t (Parsial) .....	63
Tabel 4.24	Hasil Uji f (Simultan) .....	64
Tabel 4.25	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	65

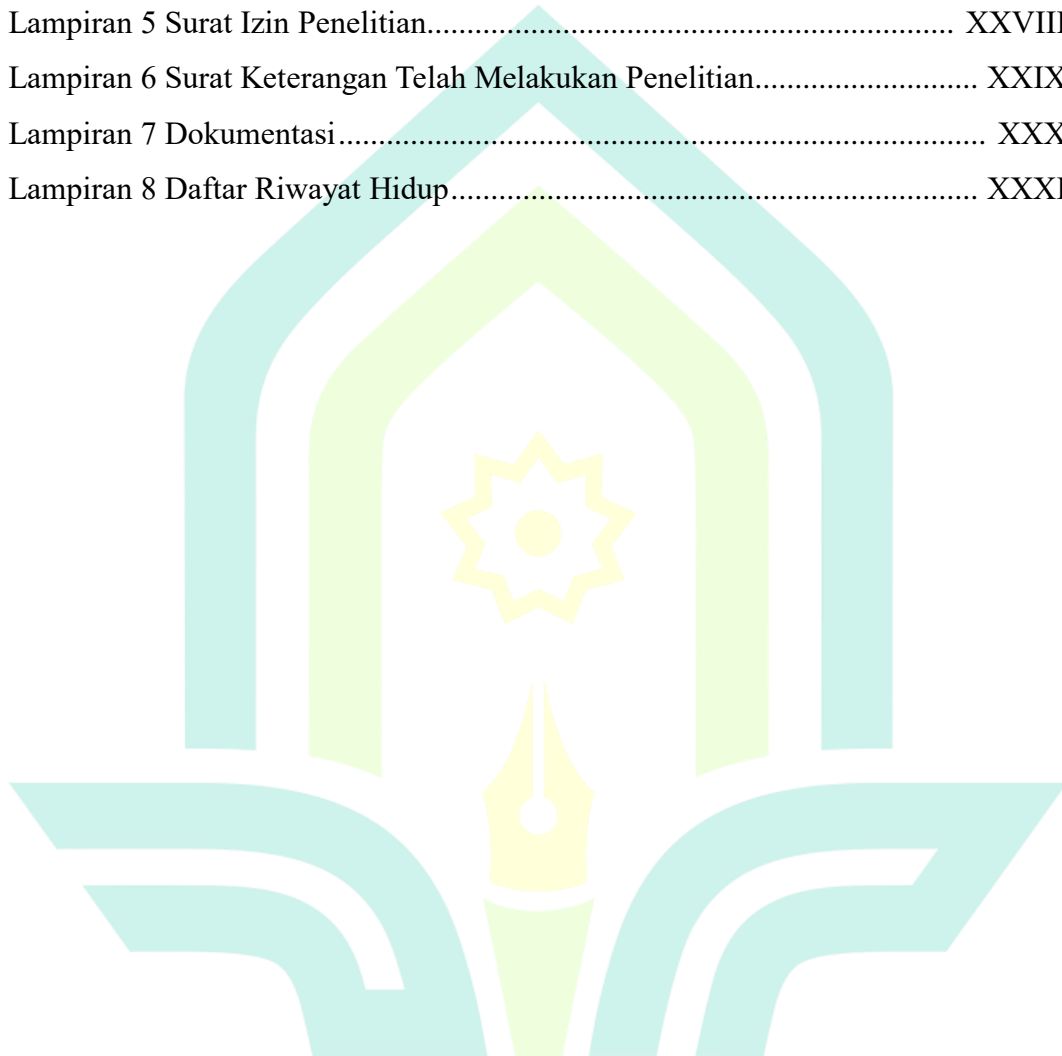
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 <i>Grafik Scatterplot</i> .....	59
--	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	I
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	VII
Lampiran 3 Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	XVI
Lampiran 4 Hasil Uji Analisis Data .....	XVIII
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian.....	XXVIII
Lampiran 6 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian.....	XXIX
Lampiran 7 Dokumentasi.....	XXX
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup.....	XXXI



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan mengenai ekonomi syariah di Indonesia selalu mengalami peningkatan yang sangat cepat. Salah satu bentuk kemajuan dari berkembangnya ekonomi syariah yaitu dengan adanya lembaga keuangan syariah dengan berlandaskan prinsip Islam. Lembaga keuangan mempunyai kedudukan yang fundamental pada dunia ekonomi dan segala aktifitas masyarakat pada umumnya. Menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada peminjam merupakan tugas utama dari lembaga keuangan. Hal tersebut bertujuan sebagai aktifitas masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya sehingga ekonomi akan berkembang dan meningkatkan setandar kehidupan (Abdullah, Thamrin, 2018).

Lembaga Keuangan Syariah (LKS) baik perbankan maupun bukan bank mempunyai manfaat perekonomian yang sangat penting bagi Indonesia pada era sekarang. Apalagi di era yang modern, pemerintah akan terus bekerja keras untuk konsisten meningkatkan pangsa pasar keuangan syariah Indonesia. Oleh karena itu, upaya setiap lembaga keuangan syariah tersebut harus dapat mencapai semua masyarakat untuk meningkatkan pangsa pasar dalam keuangan berprinsip syariah (Maryani & Abidin, 2021).

Munculnya lembaga keuangan syariah, seperti Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS), dilandasi oleh larangan riba yang ditegaskan dalam Al-Qur'an. Riba tidak diperbolehkan di lembaga keuangan syariah karena

tidak sesuai dengan prinsip-prinsip keuangan syariah yang mementingkan keberlanjutan dan kesejahteraan bersama. Lembaga keuangan ini menerapkan sistem bagi hasil, bertujuan untuk mewujudkan kerjasama dalam menanggung risiko usaha dan membagi keuntungan usaha antara pemilik dana yang menitipkan uangnya di lembaga sebagai pengelola dana, dan masyarakat yang membutuhkan dana, baik sebagai peminjam dana maupun pengelola usaha (Utomo, 2021).

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) merupakan lembaga keuangan mandiri yang berfokus pada pengembangan usaha produktif dan investasi untuk meningkatkan taraf hidup pengusaha kecil dan menengah. KSPPS mendorong kebiasaan menabung dan menyediakan pembiayaan usaha yang sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, KSPPS juga menerima titipan zakat, infaq, dan sedekah untuk disalurkan kepada yang berhak sesuai dengan peraturan dan amanat. KSPPS diharapkan dapat menjadi pilar penting dalam mendukung perekonomian nasional. Dibandingkan dengan bank syariah yang memiliki jangkauan nasional, KSPPS yang beroperasi di tingkat desa, kecamatan, dan kabupaten dituntut untuk lebih aktif, kreatif, dan fleksibel dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga keuangan (Ar Rayid, Lukmanudin, Endaryono, Bakti Toni dan Setiawan, 2019).

Dari salah satu daya tarik yang bisa dilakukan yaitu dengan menggunakan proses pemasaran yang baik. Dimana suatu lembaga harus meningkatkan strategi pemasaran dengan menumbuhkan rasa kepercayaan meningkatkan kualitas pelayanan supaya anggota bisa mendapatkan rasa kepuasan tersendiri.

Yang menjadi objek penelitian ini yaitu Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS). Koperasi merupakan suatu lembaga finansial yang komprehensif (menyeluruh). Personalitas koperasi yang berperan sebagai lembaga finansial inklusif dapat dilihat dari keanggotaannya yang erat hubungannya dan bersifat sukarela, pengelolaan dilaksanakan secara demokratis, dan kegiatan musyawarah yang selalu di junjung tinggi ketika terjadi kesalahpahaman antara dua pihak. Hal ini juga didefinisikan dalam UU No. 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian (Anshori, 2017).

Kepercayaan anggota adalah cerminan emosional dari transaksi. Jika seseorang mengharapkan suatu tingkat pelayanan tertentu, dan merasa bahwa jasa layanannya lebih baik dari harapannya serta terus memakai sebuah produk atau jasa tersebut, dengan demikian bisa dikatakan bahwa konsumen itu yakin percaya (Pramana, I Gede Yogi, 2016). Kepercayaan termasuk hal yang penting bagi perusahaan untuk membangun hubungan bersama pelanggan karena pelanggan tidak dapat menjalin hubungan yang sesungguhnya tanpa ada kepercayaan (Musvika, 2019).

Kualitas Pelayanan telah menjadi faktor penentu keberhasilan bagi organisasi, baik komersial maupun nirlaba. Karena ketika pelanggan dan konsumen merasa kualitas pelayanan yang diterimanya baik atau sesuai dengan harapannya, maka mereka akan merasa puas, percaya diri, dan bertekad untuk menjadi pelanggan. Pelanggan yang puas, percaya, dan berkomitmen terhadap suatu produk/jasa akan lebih mudah membentuk niat membeli kembali, cenderung lebih sering membeli produk/jasa tersebut, dan cenderung lebih loyal

terhadap produk/jasa tersebut. Pada akhirnya yaitu hubungan jangka panjang antara konsumen dan produsen. Akibat hubungan ini, kedua belah pihak harus tetap setia pada hubungan ini. Kualitas pelayanan bisa diartikan upaya yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penawaran dalam memenuhi harapan konsumen (Afifah, 2017).

*Relationship Marketing* adalah proses berkelanjutan yang mengharuskan bisnis untuk memelihara komunikasi berkelanjutan dengan konsumen untuk memastikan pencapaian tujuan, dan untuk mengintegrasikan proses *relationship marketing* ke dalam rencana strategis yang memungkinkan bisnis mengelola sumber daya dengan benar dan memenuhi kebutuhan konsumen di masa depan (S. L. Putri & Nursinta, 2017).

Menurut (Adhari, 2021) Kinerja Karyawan merupakan hasil yang didapatkan oleh fungsi ataupun kegiatan dalam pekerjaan tertentu dalam tempo yang ditentukan, mewakili kualitas serta kuantitas dari suatu pekerjaan. Dibawah ini sejumlah penilaian guna memperkirakan kinerja karyawan ialah: (1) Kualitas Kerja; (2) Kuantitas; (3) Ketepatan Waktu; (4) Efektifitas; (5) Kemandirian.

Kepuasan dapat diartikan dari beberapa pengalaman pelanggan sesudah menggunakan atau mengkonsumsi sebuah produk dan layanan. Kepuasan anggota merupakan masalah utama yang tidak dapat diabaikan oleh perusahaan di bidang jasa yang bergerak dalam perkoperasian karena kepuasan konsumen ialah faktor terpenting ketika untuk mempertahankan sebuah citra di perusahaan agar memberikan layanan yang berkualitas di masyarakat perlu diingatkan bagi anggota (Febriana, 2016).

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya tentang kepercayaan, terjadi ketidak konsistenan hasil (*research gap*), hasil penelitian yang dilakukan oleh (N. Putri, 2023) dan (Harwida et al., 2021) penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Utami & Puja, 2021) yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya tentang kualitas pelayanan, terjadi ketidak konsistenan hasil (*research gap*), hasil penelitian yang dilakukan oleh (Mariana et al., 2022) dan (Anantha & Wirawan, 2020) penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Saputri & Kunci, 2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya tentang *relationship marketing*, terjadi ketidak konsistenan hasil (*research gap*), hasil penelitian yang dilakukan oleh (Made Agus Adhy Putra & Luh Komang Candra Dewi, 2022) dan (Karwini et al., 2021) penelitian ini menunjukkan bahwa *relationship marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Umar & Nur, 2021) yang menyatakan bahwa *relationship marketing* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota.



Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya tentang kinerja karyawan, terjadi ketidak konsistenan hasil (*research gap*), hasil penelitian yang dilakukan oleh (Januari et al., 2024) dan (Ismawanto et al., 2020) penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Azkiya et al., 2021) yang menyatakan bahwa kinerja karyawan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota.

KSPPS SM NU Bojong merupakan koperasi syariah yang mengelola dana anggota yang kemudian disalurkan kembali kepada anggota. Dengan kondisi ekonomi yang kurang stabil, banyak anggota yang cenderung memilih produk pembiayaan, padahal produk di KSPPS SM NU Bojong sendiri juga terdapat berbagai produk simpanan. Untuk itu sebuah koperasi diharapkan mampu mengatasi persoalan yang ada dengan menyeimbangkan keduanya agar semua produk-produknya dapat diterima oleh masyarakat. Berikut data anggota yang menabung di KSPPS SM NU Bojong :

**Tabel 1.1 Jumlah Anggota KSPPS SM NU Bojong**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Anggota</b>
2020	280
2021	332
2022	388
2023	509
2024	807

*Sumber* : KSPPS SM NU Bojong

Data tersebut menunjukkan adanya peningkatan jumlah anggota di setiap tahunnya. Hal tersebut disebabkan karena terdapat berbagai faktor yang mempengaruhinya, seperti kepercayaan, kualitas pelayanan, *relationship marketing* dan kinerja karyawan yang dirasa sesuai harapan anggota. Sehingga

anggota tersebut merasa puas dan mampu merekomendasikan ke masyarakat lainnya untuk menjadi anggota di KSPPS SM NU Bojong.

Penelitian ini berfokus pada KSPPS SM NU Bojong yang merupakan salah satu layanan yang kinerjanya bergantung pada baik buruknya layanan yang diberikan oleh KSPPS SM NU Bojong. Jika kualitas pelayanan yang diberikan baik maka KSPPS akan lebih mudah menciptakan kepuasan anggota. Dalam menghadapi persaingan, mendorong setiap koperasi untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada anggotanya, sehingga para anggota merasa puas dan tidak beralih ke koperasi lain. Program ini dapat diimplementasikan sebagai layanan baru yang memudahkan aktivitas anggota, seperti datang langsung ke tempat tinggal anggota dengan istilah lain (jemput bola), pinjaman kepada anggota tanpa agunan, dan ada juga yang menawarkan program reward. Tujuan dari semua itu adalah untuk menggugah minat masyarakat untuk menjadi anggota dan menimbulkan rasa kepuasan terhadap koperasi. Hal ini juga berkaitan dengan bagaimana memberikan pelayanan yang berkualitas, yang merupakan faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan perusahaan.

Berdasarkan penjabaran latar belakang, maka peneliti bermaksud dan melaksanakan riset yang membahas tentang **“Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, *Relationship Marketing*, dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Anggota KSPPS SM NU Bojong”**.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan anggota KSPPS SM NU Bojong?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota KSPPS SM NU Bojong?
3. Apakah *relationship marketing* berpengaruh terhadap kepuasan anggota KSPPS SM NU Bojong?
4. Apakah kinerja karyawan berpengaruh terhadap kepuasan anggota KSPPS SM NU Bojong?
5. Apakah kepercayaan, kualitas pelayanan, *relationship marketing*, dan kinerja karyawan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan anggota KSPPS SM NU Bojong?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan anggota KSPPS SM NU Bojong.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota KSPPS SM NU Bojong.
3. Untuk menganalisis pengaruh *relationship marketing* terhadap kepuasan anggota KSPPS SM NU Bojong.
4. Untuk menganalisis pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan anggota KSPPS SM NU Bojong.

5. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, *relationship marketing*, dan kinerja karyawan secara simultan terhadap kepuasan anggota KSPPS SM NU Bojong.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan secara umum dan informasi khususnya pada perilaku konsumen mengenai kepercayaan, kualitas pelayanan, *relationship marketing*, dan kinerja karyawan. Fokus penelitian ini membahas tentang teori kepuasan, dimana kepuasan anggota termasuk inti dari kesuksesan dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Anggota**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan kepada anggota dalam memilih KSPPS yang tepat yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

#### **b. Bagi KSPPS SM NU Bojong**

Penelitian ini diharapkan bisa membantu KSPPS SM NU Bojong memahami faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota sehingga dapat merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkannya.

#### **c. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini diharapkan bisa memberi wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota serta dapat menjadikan rujukan untuk melakukan penelitian sejenis.

## **E. Sistematika Pembahasan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi mengenai perkembangan ekonomi syariah yang mengalami peningkatan yang pesat. Munculnya lembaga keuangan syariah, seperti Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS), dilandasi oleh adanya larangan riba dan menggunakan sistem bagi hasil kepada para anggotanya. Penelitian ini berfokus pada KSPPS SM NU Bojong yang merupakan salah satu layanan yang kinerjanya bergantung pada baik buruknya layanan yang diberikan oleh pihak KSPPS SM NU Bojong.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini memuat tinjauan pustaka dari penelitian-penelitian terdahulu untuk merujuk penelitian ini dengan judul Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, *Relationship Marketing* Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Anggota KSPPS SM NU Bojong. Dengan judul tersebut peneliti merujuk kepada penelitian terdahulu yang meneliti mengenai pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, *relationship marketing* dan kinerja karyawan terhadap kepuasan anggota Kspps.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menguraikan metode penelitian yang digunakan oleh peneliti, mulai dari metode yang digunakan yaitu penelitian lapangan, pendekatan yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif, setting penelitian yaitu penelitian dilakukan di Kantor KSPPS SM NU Bojong yang berada di Jalan Pasar Bojong No. 322 Kab. Pekalongan, pengambilan data yaitu dengan cara

observasi dan kuesioner, dan analisis data menggunakan uji instrumen data, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

#### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini peneliti menguraikan hasil analisis data penelitian yang telah dilakukan selama penelitian di KSPPS SM NU Bojong dengan dilakukannya uji uji instrumen data, uji asumsi klasik, regresi linier berganda dan uji hipotesis. Sedangkan pada pembahasan, peneliti menjelaskan hasil penelitiannya dari pandangan peneliti sendiri.

#### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya. Kesimpulan berisikan rangkuman dari penelitian yang telah dilakukan yaitu menyatakan bahwa variabel kepercayaan, kualitas pelayanan, *relationship marketing* dan kinerja karyawan semuanya mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan anggota. Keterbatasan penelitian berisikan hal yang tidak mampu peneliti lakukan pada saat penelitian karena alasan tertentu. Saran untuk penelitian selanjutnya juga penting disampaikan oleh peneliti, agar penelitian yang dilakukan selanjutnya bisa lebih baik.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, *relationship marketing* dan kinerja karyawan terhadap kepuasan anggota KSPPS SM NU Bojong maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Kepercayaan (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Anggota (Y). Dengan semakin meningkatnya kepercayaan yang dibangun oleh pihak KSPPS terhadap anggotanya, maka jika kepercayaan dari anggota meningkat akan membuat para anggota merasa puas saat bertransaksi di KSPPS SM NU Bojong. Dengan demikian menunjukkan bahwa H1 diterima.
2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Anggota (Y). Dengan semakin meningkatnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak KSPPS terhadap anggotanya, maka jika kualitas pelayanan dari KSPPS meningkat dan semakin bagus akan membuat para anggotanya merasa puas saat bertransaksi di KSPPS SM NU Bojong. Dengan demikian menunjukkan bahwa H2 diterima.
3. Variabel *Relationship Marketing* (X3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Anggota (Y). Dengan semakin meningkatnya *relationship marketing* yang diberikan oleh pihak KSPPS terhadap anggotanya, maka jika *relationship marketing* dari KSPPS meningkat itu

kurang bisa membuat para anggotanya merasa puas saat bertransaksi di KSPPS SM NU Bojong. Dengan demikian menunjukkan bahwa H3 ditolak.

4. Variabel Kinerja Karyawan (X4) maka dinyatakan bahwa variabel Kinerja Karyawan (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Anggota (Y). Dengan semakin meningkatnya kinerja karyawan yang dimiliki oleh KSPPS terhadap anggotanya, maka jika kinerja karyawan dari KSPPS meningkat dan semakin bagus akan membuat para anggotanya merasa puas saat melakukan transaksi di KSPPS SM NU Bojong. Dengan demikian menunjukkan bahwa H4 diterima.
5. Berdasarkan hasil uji F dinyatakan bahwa Variabel Kepercayaan (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Relationship Marketing (X3), dan Kinerja Karyawan (X4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Anggota (Y).

#### **B. Keterbatasan Penelitian**

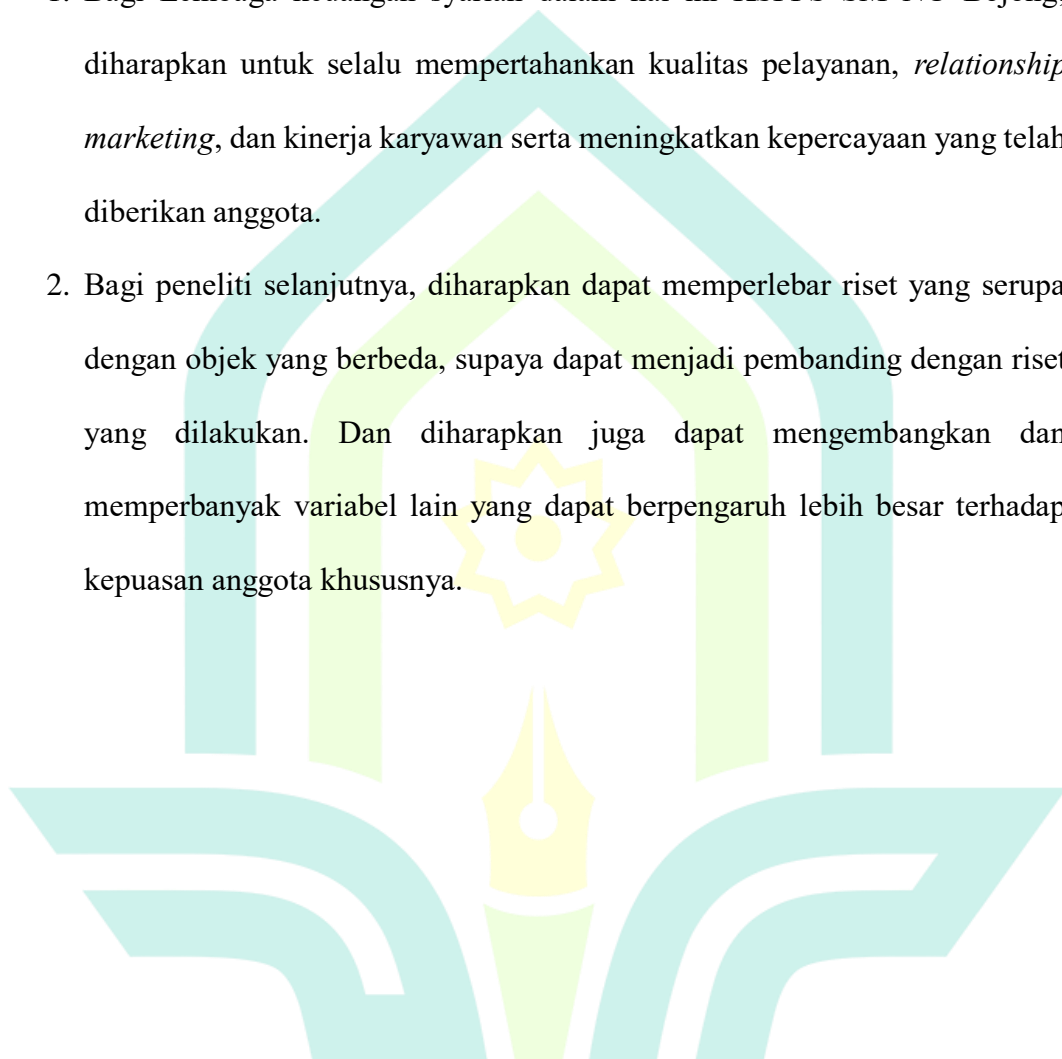
1. Penelitian ini hanya fokus pada variabel kepercayaan, kualitas pelayanan, *relationship marketing*, dan kinerja karyawan terhadap kepuasan anggota. Oleh karena itu, tidak seluruh aspek terkait kepuasan anggota KSPPS SM NU Bojong diteliti.
2. Lokasi penelitian hanya fokus pada KSPPS SM NU Bojong
3. Pembagian kuesioner sesuai dengan sampel penelitian sehingga hanya 90 responden yang merupakan anggota KSPPS SM NU Bojong dan memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda sehingga mengalami beberapa kendala dalam pengisian jawaban kuesioner dari responden.



### C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak terkait atas hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga keuangan syariah dalam hal ini KSPPS SM NU Bojong, diharapkan untuk selalu mempertahankan kualitas pelayanan, *relationship marketing*, dan kinerja karyawan serta meningkatkan kepercayaan yang telah diberikan anggota.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperlebar riset yang serupa dengan objek yang berbeda, supaya dapat menjadi pembanding dengan riset yang dilakukan. Dan diharapkan juga dapat mengembangkan dan memperbanyak variabel lain yang dapat berpengaruh lebih besar terhadap kepuasan anggota khususnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, dan S. W. (2018). *Bank & Lembaga Keuangan*.
- Adhari, L. Z. (2021). *Optimalisasi Kinerja Karyawan Menggunakan Pendekatan Knowledge Management & Motivasi Kerja*. CV Penerbit Qiara Media.
- Afifah, A. A. (2017). *Pengaruh Kualitas layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah*. UIN Raden Fatah Palembang.
- Anshori, I. (2017). Masharif Al-Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 2 No.*
- Ar Rayid, Lukmanudin, Endaryono, Bakti Toni dan Setiawan, Y. H. (2019). *Peranan Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) dalam Meningkatkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Masyarakat. Jurnal ISSN 2656-274X, Vol. 1. No.*
- Azkiya, B. M., Tanjung, H., & Gustiawati, S. (2021). *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. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.635>*
- Chabachib, M., & Abdurahman, M. I. (2020). *Determinan Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Moderasi*. UPT UNDIP Press.
- Darmalaksana, W. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 1–6.*
- Darusman, D. (2018). *Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah PT. U Finance Medan*. Universitas Medan Area.
- Febriana, N. I. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. *An-Nisbah, Vol. 3 No.*
- Firdaus. (2019). Analisis Kepuasan Nasabah Melalui Kepercayaan Nasabah, Kualitas Layanan, dan Kualitas Produk (Studi Kasus Pada Kospin Jasa Cabang Weleri). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis STIE Anindyaguna, 1(2).*
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi analisis Multivarite Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harfika, J., & Abdullah, N. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas*

*Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. Jurnal Balance, 44(1), 44–56.*

- Harwida, G., Novilia, E., & Oktaviani, D. E. (2021). *Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Citra Koperasi Terhadap Kepuasan Anggota. SINDA: Comprehensive Journal of Islamic Social Studies, 1(3), 180–187.* <https://doi.org/10.28926/sinda.v1i3.369>
- Hasbianoor. (2021). *Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin.* Uin Antasari Banjarmasin.
- Indrawati, (2015), “*Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*”. Penerbit PT Refika Aditama, Bandung.
- Ismawanto, T., Setianegara, R. G., & Rahmani. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman Unit Klandasan. Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan, 16(1), 1–11.* <https://doi.org/10.31940/jbk.v16i1.1713>
- Izzudin, K. M. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan Islami dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota BMT Buana Sukoharjo. Vol. 3 No. 1.*
- Januari, N., Anwar, A., Program, T., Manajemen, S., Ekonomi, F., & Terbuka, U. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Anggota KSPPS Fastabiq Khoiro Ummah Cabang Tambakromo Sabila Vitra Meliyana. 2(1).*
- Jasmalinda. (2021). *engaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman. Jurnal Inovasi Penelitian, 1(10), 2199–2206.*
- Kotler, K. &. (2009). *Manajemen Pemasaran.* PT indeks.
- Maulana, R. I. (2024). *Pengaruh Citra Koperasi, Kepercayaan, Dan Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Anggotadi Kspps Maju Bersama Gondang Wonopringgo (Studi Kasus Anggota Kspps Maju Bersama Gondang Wonopringgo).* UIN. K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Mahmudah, R. (2021). *engaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas layanan,dan Word Of Mouth Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking 2020 (Studi Kasus Nasabah BRI KC Semarang).*
- Mariana, L., Salistia, F., & Sukarna, S. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Dalam Menabung di KSPPS Khairu Ummah Cabang Puraseda. Economic Reviews Journal, 2(2), 124–144.* <https://doi.org/10.56709/mrj.v2i2.52>

- Maryani, M., & Abidin, Z. (2021). Peran Lembaga Keuangan Syariah Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(3), 392–405. <https://doi.org/10.38043/jmb.v18i3.3192>
- Marzuki, M., Wahab, Z., Widiyanti, M., & Sihab, M. S. (2020). Pengaruh Relationship Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Sumatra Selatan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2), 252–259.
- Mastura, Z. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh)*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniryi Banda Aceh.
- Miftah, M. Z., & Achyani, F. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Nilai Pelanggan, dan Bagi Hasil terhadap Kepuasan Anggota: Studi pada Koperasi Syariah Binama Weleri. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 767–775. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.5373>
- Murdiman, Mahendra, M. S., & Adhika, I. M. (2017). Pola Persepsi dan Partisipasi Masyarakat Terhadap Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Bank Sampah Di Kecamatan Denpasar Timur Provinsi Bali. *Jurnal Ecotrophic*, 11(2), 94–100.
- Musvika, M. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Anggota Terhadap Loyalitas Anggota Melalui Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Intervening Di BMT Hudatama Semarang*. Universitas Negeri Semarang.
- Nikmatussolihah, A. (2021). *Analisis Pengaruh Sektor Industri dan Upah Minimum Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Di Provinsi Banten Tahun 2016-2019*. UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Pramana, I Gede Yogi, dan N. M. R. (2016). Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5
- Putri, S. L., & Nursinta, L. (2017). Pengaruh Relationship Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan pada Konsumen Tropicana Slim di Kota Padang. *Jurnal Agrica*, 10(1), 13. <https://doi.org/10.31289/agrica.v10i1.879>
- Rani, I. H., & Mayasari, M. (2015). Pengaruh Penilaian Kinerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Motivasi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 3(2), 164–170.
- Rizqoh, I. T. B. (2023). *Pengaruh Pelayanan Dan Kinerja Pegawai Terhadap Kepuasan Anggota Kspps Bmt Dri Muamalat Jawa Tengah Di Kabupaten Tegal*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Robbins. (2016). *Perilaku Organisasi*. Salemba Empat.

- Sagita, M., Sari, S. F., & Yuliana, L. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Murabahah terhadap Kepuasan Anggota di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Lolong Belanti Kota Padang*. 4, 15964–15975.
- Samsir, N. (2020). *Pengaruh Keandalan dan Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Jasa di Mahakarya Photographi*. Universitas Negeri Makasar.
- Saputri, A. A., & Kunci, K. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , Customer Experience Dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan SI HARYA ( Simpanan Hari Raya ) Di PT BPR Artha Tanah Mas Semarang*. 7(1), 107–118.
- Sari, V. . (2019). Pengaruh E-WOM, Lifestyle, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking Pada Situs Traveloka.Com Di Ponorogo ( Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan Kereta Api). *Journal Administrasi Bisnis*, 7(4), 474–487.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R&D* (dua puluh). Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta CV.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Suliyanto. (2017). *Metode penelitian kuantitatif*.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia.
- Treacy, Wiersema. 1993. *Customer Intimacy and Other Value Dicipline*.
- Triatmadi I Komang, A. I. M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi. *JEK - Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif*, 4 No 3(60), 598–605. <https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaamrita/article/view/4504/2557>
- Umar, N., & Nur, J. M. (2021). Pengaruh Costumer Service Dan Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Tbk) <http://journal.unigha.ac.id/index.php/SemNas/article/view/373>
- Utomo, D. S. (2021). *Implementasi Murabahah Bil Wakalah pada Produk Pembiayaan Mikro di KSPPS Hanada Quwais Sembada Pasirmuncang Purwokerto Barat*. IAIN Purwokerto.
- Wicaksono, A. (2022). *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Tingkat Kepuasan Anggota Dalam perspektif Islam (Studi Pada BTM BiMU Muhammadiyah, Bandar Lampung)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.