

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, CITRA PERUSAHAAN
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PENINGKATAN
JUMLAH ANGGOTA (Studi Kasus di Koperasi Azka Kec.
Karanganyar Kab. Pekalongan)**

SKRIPSI

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



Oleh:

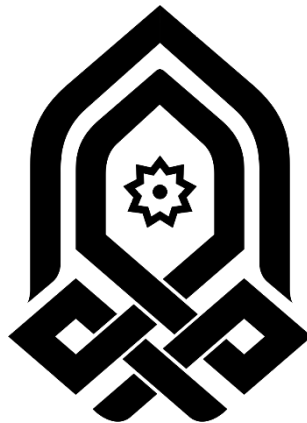
AINUN NAFISAH
NIM. 4117191

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, CITRA PERUSAHAAN
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PENINGKATAN
JUMLAH ANGGOTA (Studi Kasus di Koperasi Azka Kec.
Karanganyar Kab. Pekalongan)**

SKRIPSI

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



Oleh:

AINUN NAFISAH
NIM. 4117191

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ainun Nafisah

NIM : 4117191

Judul Skripsi : **Pengaruh Atribut Produk, Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Anggota (Studi kasus di Koperasi Azka Kec. Karanganyar kab. Pekalongan).**

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, 21 Oktober 2021

Yang Menyatakan,



Ainun Nafisah

NOTA PEMBIMBING

Ahmad Dzulfikar, M.Pd.

Desa Gondang RT 06/ RW 02 Kec. Wonopringgo Kab. Pekalongan

Lamp. : 2 (dua eksemplar)

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Ainun Nafisah

Kepada Yth.

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

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

Nama : Ainun Nafisah

NIM : 4117191

Judul Skripsi : **Pengaruh Atribut Produk Islam, Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Anggota (Studi kasus di Koperasi Azka Kecamatan Karanganyar Kabupaten Pekalongan)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya saya sampaikan terima kasih.

Wasalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 4 September 2021

Pembimbing

Ahmad Dzulfikar, M.Pd.

NIP. 198911292018011001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT
AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Pahlawan No.52 Kajen Pekalongan, www.febi.iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

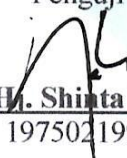
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari:

Nama : **Ainun Nafisah**
NIM : **4117191**
Judul Skripsi : **Pengaruh Atribut Produk, Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Anggota (Studi kasus di Koperasi Azka Kecamatan Karanganyar Kabupaten Pekalongan)**

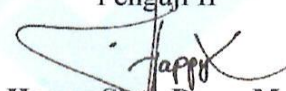
Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 21 Oktober 2021 dan dinyatakan LULUS serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I


Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H
NIP. 1975021999032001

Penguji II


Happy Sista Devy, M.M
NIP. 199310142018012003



Pekalongan, 21 Oktober 2021
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H
NIP. 1975021999032001

ABSTRAK

AINUN NAFISAH. Pengaruh Atribut Produk, Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Anggota (Studi kasus di Koperasi Azka Kec. Karanganyar kab. Pekalongan).

Peningkatan jumlah anggota pada suatu koperasi adalah salah satu tujuan pemasaran dari lembaga keuangan. Hal ini menjadi tantangan bagi koperasi untuk dapat meningkatkan jumlah anggota di koperasi. Masyarakat biasanya mempunyai kepercayaan yang tinggi dengan koperasi jika melihat citra koperasi yang baik, kualitas pelayanan dan produk yang dikeluarkan oleh koperasi tersebut baik. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh atribut produk, citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap peningkatan jumlah anggota di Koperasi Azka.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu dengan kuesioner sebanyak 92 responden dan dokumen Koperasi Azka sebagai pelengkap. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 22.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa atribut produk, citra perusahaan dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap peningkatan jumlah anggota di Koperasi Azka. Kemudian secara simultan, citra perusahaan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah anggota di Koperasi Azka. Dengan adanya penelitian ini akan diketahui variabel yang sangat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah anggota di Koperasi Azka.

Kata Kunci : *Atribut Produk, Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, dan Peningkatan Jumlah Anggota.*

ABSTRACT

AINUN NAFISAH. The Effect of Product Attributes, Company Image and Service Quality on Increasing the Number of Members (Case Study in Azka Cooperative, Karanganyar District, Pekalongan Regency).

Increasing the number of members in a cooperative is one of the marketing objectives of financial institutions. This is a challenge for cooperatives to be able to increase the number of members in cooperatives. People usually have high trust with cooperatives if they see a good cooperative image, the quality of services and products issued by the cooperative is good. The purpose of this study is to determine the effect of product attributes, company image and service quality on increasing the number of members in the Azka Cooperative.

This research is a type of research with a quantitative approach. The method used to collect data is with a questionnaire of 92 respondents and the Azka Cooperative document as a complement. Sampling in this study used the accidental sampling method. This study uses multiple linear regression analysis method with the help of SPSS 22.

The results of this study indicate that product attributes, company image and service quality partially affect the increase in the number of members in the Azka Cooperative. Then simultaneously, corporate image and service quality have an effect on increasing the number of members in the Azka Cooperative. With this research, it will be known the variables that greatly affect the increase in the number of members in the Azka Cooperative.

Keywords : Product Attributes, Company Image, Service Quality, and Increasing the Number of Members.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, 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 Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN 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 mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
2. Dr. Tamamudin, M. M., selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
3. Muhammad Aris Syafi'i, M.E.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
4. Happy Sista Devy, M. M., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
5. Ahmad Dzulfikar, M.Pd. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Susminingsih, M.Ag. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)

7. Anggota Koperasi Azka yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan;
8. Ibu Mas'udah dan Bapak Zainudin selaku orang tua serta keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral;
9. Saudara Muhammad Ulirrosyad yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini;
10. Para sahabat, Dyah Muhayaroh, Siti Muamaliah, Mukaromatul Azizah dan Fitri Nur Azizah yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 4 September 2021



Ainun Nafisah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK... ..	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Landasan Teori	9
1. Atribut Produk	10
2. Citra Perusahaan	13
3. Kualitas Pelayanan.....	17
4. Peningkatan Jumlah Anggota	20
B. Telaah Pustaka	23
C. Kerangka Berpikir	27

D. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Jenis Penelitian	30
B. Pendekatan Penelitian	30
C. Setting Penelitian	30
D. Variabel Penelitian.....	31
1. Variabel Dependen	31
2. Variabel Independen	31
E. Definisi Operasional	31
F. Populasi dan Sampel.....	33
G. Sumber Data	35
1. Data Primer	35
2. Data Sekunder.....	35
H. Teknik Pengumpulan Data	35
1. Kuesioner	35
2. Dokumen.....	36
I. Metode Analisis Data	37
1. Uji Instrumen	37
2. Uji Asumsi Klasik.....	38
3. Analisis Regresi Linear Berganda	39
4. Uji Hipotesis	40
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	42
1. Sejarah Berdirinya Koperasi Azka.....	42
2. Visi dan Misi Koperasi Azka.....	43

3. Struktur Organisasi Koperasi Azka	43
4. Produk dan Layanan Koperasi Azka	44
B. Analisis Data Deskriptif	46
1. Karakteristik Responden.....	46
2. Distribusi Jawaban Responden	51
C. Analisis Data.....	64
1. Uji Instrumen	64
2. Uji Asumsi Klasik.....	67
3. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	71
4. Uji Hipotesis	73
D. Pembahasan	77
1. Pengaruh Variabel Atribut Produk Terhadap Peningkatan Jumlah Anggota di Koperasi Azka.....	77
2. Pengaruh Variabel Citra Perusahaan Terhadap Peningkatan Jumlah Anggota di Koperasi Azka.....	80
3. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Anggota di Koperasi Azka	81
4. Pengaruh Variabel Atribut Produk, Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Anggota di Koperasi Azka.....	82
BAB V PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN	I

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab-Latin ini merujuk pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI, tertanggal 22 Januari 1988 No: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Bā'</i>	B	be
ت	<i>Tā'</i>	T	te
ث	<i>Śā'</i>	Ś	es titik di atas
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Hā'</i>	h .	ha titik di bawah
خ	<i>Khā'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	de
ذ	<i>Żal</i>	Ż	zet titik di atas
ر	<i>Rā'</i>	R	er
ز	<i>Zai</i>	Z	zet
س	<i>Sīn</i>	S	es
ش	<i>Syīn</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Şād</i>	Ş	es titik di bawah
ض	<i>Dād</i>	d .	de titik di bawah
ط	<i>Tā'</i>	Ṭ	te titik di bawah
ظ	<i>Zā'</i>	z .	zet titik di bawah
ع	<i>'Ayn</i>	... ' ...	koma terbalik (di atas)
غ	<i>Gayn</i>	G	ge
ف	<i>Fā'</i>	F	ef
ق	<i>Qāf</i>	Q	qi
ك	<i>Kāf</i>	K	ka
ل	<i>Lām</i>	L	el
م	<i>Mīm</i>	M	em

ن	<i>Nūn</i>	N	en
و	<i>Waw</i>	W	we
هـ	<i>Hā'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	...'	Apostrof
ي	<i>Yā</i>	Y	ye

2. Konsonan rangkap karena *tasydīd* ditulis rangkap:

متعاقدين ditulis *muta'āqqidīn*
 عدة ditulis *'iddah*

3. *Tā' marbūtah* di akhir kata.

- a. Bila dimatikan, ditulis h:

هبة ditulis *hibah*
 جزية ditulis *jizyah*

(ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

اللهنعة ditulis *ni'matullāh*
 زكاة الفطر ditulis *zakātul-fitri*

4. Vokal pendek

____ (fathah) ditulis a contoh ضَرَبَ ditulis *daraba*
 ____ (kasrah) ditulis i contoh فَهِمَ ditulis *fahima*
 ____ (dammah) ditulis u contoh كُتِبَ ditulis *kutiba*

5. Vokal panjang:

- a. fathah + alif, ditulis ā (garis di atas)

جاهلية ditulis *jāhiliyyah*

- b. fathah + alif maqṣūr, ditulis ā (garis di atas)

يسعى ditulis *yas'ā*

- c. kasrah + ya mati, ditulis ī (garis di atas)

مجيد ditulis *majīd*

d. dammah + wau mati, ditulis ū (dengan garis di atas)

فروض	ditulis	<i>furūd</i>
------	---------	--------------

6. Vokal rangkap:

a. fathah + yā mati, ditulis ai

بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
-------	---------	-----------------

b. fathah + wau mati, ditulis au

قول	ditulis	<i>qaul</i>
-----	---------	-------------

7. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof.

النتم	ditulis	<i>a'antum</i>
-------	---------	----------------

اعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
------	---------	----------------

لئن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>
-----------	---------	------------------------

8. Kata sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis al-

القران	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
--------	---------	------------------

القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>
--------	---------	-----------------

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, ditulis dengan menggandengkan huruf syamsiyyah yang mengikutinya serta menghilangkan huruf l-nya

الشمس	ditulis	<i>asy-syams</i>
-------	---------	------------------

السماء	ditulis	<i>as-samā'</i>
--------	---------	-----------------

9. Huruf besar

Huruf besar dalam tulisan Latin digunakan sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD)

10. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat dapat ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض	ditulis	<i>zawī al-furūd</i>
------------	---------	----------------------

اهل السنة	ditulis	<i>ahlas-sunnah</i>
-----------	---------	---------------------

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Kenaikan Anggota Simpanan di Koperasi Azka Kec. Karanganyar.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	31
Tabel 3. 2 Skala Likert	36
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	48
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	49
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	49
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	50
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Tabungan	51
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Tentang Variabel Atribut Produk.....	51
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Tentang Variabel Citra Perusahaan	55
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Tentang Variabel Kualitas Pelayanan.....	58
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Tentang Variabel Peningkatan Jumlah Anggota	62
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas	64
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas.....	68
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas	69
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	70
Tabel 4. 16 Hasil Uji Linearitas.....	71
Tabel 4. 17 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	71
Tabel 4. 18 Hasil Uji t	74
Tabel 4. 19 Hasil Uji F	75
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	I
Lampiran 2	XV
Lampiran 3	XXXIII
Lampiran 4	XLVI
Lampiran 5	XLVIII
Lampiran 6	XLIX
Lampiran 7	L
Lampiran 8	LI
Lampiran 9	LIV
Lampiran 10	LV
Lampiran 11	LVI
Lampiran 12	LVII
Lampiran 13	LXI
Lampiran 14	LXIV
Lampiran 15	LXVIII
Lampiran 16	LXIX
Lampiran 17	LXX
Lampiran 18	LXXV
Lampiran 19	LXXVI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan yang semakin banyak menyebabkan lembaga keuangan di Indonesia memunculkan era baru. Salah satunya yaitu lembaga keuangan berlandaskan syariah, yang mana dalam era globalisasi ini masyarakat semakin banyak yang tertarik dan minat untuk bergabung dengan lembaga keuangan syariah. Masyarakat memiliki persepsi bahwa dengan lembaga keuangan syariah akan lebih aman karena menggunakan akad yang sesuai dalam syariat Islam dan menggunakan sistem bagi hasil yang tidak merugikan salah satu pihaknya.

Persepsi tersebut membuat masyarakat menjadi yakin dan mempercayakan keuangannya melalui lembaga keuangan syariah. Akan tetapi masyarakat tetap memperhatikan, apakah lembaga keuangan syariah yang dipilih kualitasnya sesuai dengan yang mereka inginkan atau tidak. Dengan mayoritas masyarakat muslim di Indonesia, karakteristik konsumen yang religius, serta adanya fatwa dan UU yang mengharamkan bunga bank seperti yang telah tertera pada UU No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah MUI Tahun 2003, dengan hal tersebut pengembangan lembaga keuangan syariah mempunyai landasan hukum yang memadai.

Dari penelitian Tohir, keberhasilan perbankan syariah di Indonesia berhubungan dengan Lembaga Keuangan Mikro Syariah seperti BPRS, BMT dan Koperasi-koperasi yang berlandaskan syariah (Putri, 2011).

Lembaga keuangan syariah bisa berdiri tidak hanya satu orang. seperti halnya koperasi yang membutuhkan beberapa anggota untuk membentuk lembaganya.

Undang-Undang No. 17 tahun 2012 mendefinisikan koperasi sebagai berikut:

“Koperasi adalah badan usaha yang didirikan oleh perseorangan atau badan hukum koperasi, dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial, dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip koperasi”

Koperasi merupakan bentuk lembaga keuangan bukan bank yang didirikan oleh beberapa orang atau sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat dengan dengan berlandaskan pada asas kekeluargaan. Unsur terbentuknya suatu koperasi sebagai usaha ekonomi yaitu sekelompok masyarakat dengan tujuan yang sama atau bisa dikatakan mempunyai kepentingan bersama.

Meningkatkan jumlah anggota pada suatu koperasi adalah salah satu tujuan pemasaran dari lembaga keuangan. Hal ini menjadi tantangan bagi koperasi untuk dapat meningkatkan jumlah anggota di koperasi. Masyarakat biasanya mempunyai kepercayaan yang tinggi dengan koperasi jika melihat citra koperasi yang baik, kualitas pelayanan dan produk yang dikeluarkan oleh koperasi tersebut baik, apalagi jika atribut produk yang dikeluarkan

koperasi berlandaskan syariah. Dengan demikian, banyak masyarakat yang tertarik untuk menjadi anggota di koperasi tersebut. Sehingga, dengan adanya hal tersebut bisa menjadikan peningkatan jumlah anggota pada suatu lembaga seperti koperasi. Kualitas pelayanan tentunya memiliki peran pada suatu perusahaan jasa. Memberikan pelayanan dengan kualitas tinggi akan memberikan keberhasilan dalam perusahaan jasa, dimana apabila kualitas pelayanan baik, maka dapat meningkatkan jumlah pelanggannya (Dharmawati & Suryaningsih, 2018). Selain kualitas pelayanan yang harus baik, peningkatan jumlah anggota dalam koperasi juga dapat dilakukan melalui produk-produk jasa yang memuaskan.

Penelitian yang sebelumnya menyatakan bahwa kualitas pelayanan memang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Dharmawati & Suryaningsih, 2018) Sedangkan hasil penelitian lain menyebutkan bahwa kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh terhadap kepuasan anggota dikarenakan kurangnya kualitas pelayanan yang baik terhadap nasabahnya (Eliyawati et al., 2016). Dari dua penelitian yang menghasilkan temuan berbeda tersebut, maka perlu dibuktikan kembali apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sehingga dapat menimbulkan peningkatan jumlah nasabah dalam suatu perusahaan. Penciptaan produk maupun jasa sesuai syariah juga sangat berpengaruh dalam koperasi. Dengan demikian, di era globalisasi ini banyak berkembangnya koperasi yang berlandaskan syariah dengan menciptakan berbagai produk dan jasa dengan atribut syariah

Lembaga keuangan syariah di Kabupaten Pekalongan salah satunya yaitu Koperasi Azka. Koperasi Azka adalah salah satu Koperasi yang pengelolaannya menggunakan sistem syariah dengan menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam operasionalnya, dalam koperasi tersebut tidak mengandung unsur riba atau praktek-praktek yang dilarang dalam Islam. Koperasi Azka terletak di Jl. Raya Karanganyar Kaje Desa Karang Sari No.22 Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Pekalongan, koperasi yang didirikan oleh battepara guru dan karyawan MTs Ma'arif NU Karanganyar pada tahun 2003. Kemudian dilegalkan secara resmi pada tanggal 26 November 2006 dengan Nomer Badan Hukum 518/219/BH/XI/2006.

Berdasarkan wawancara dengan anggota Koperasi Azka mengenai atribut produk Islam, citra perusahaan dan kualitas pelayanan yang sudah diterapkan, mereka menyatakan ada salah satu produk tabungan yang banyak diminati oleh anggota penabung yaitu produk simpanan Idul Fitri. Kemudian mengenai citra perusahaan dan kualitas pelayanan di Koperasi Azka sudah cukup baik, karena para karyawannya sebisa mungkin melakukan pelayanan dengan santun dan menanggapi permasalahan yang dialami anggota penabung. Dari hal tersebut, Koperasi Azka Karanganyar sudah menerapkan atribut produk Islam, citra perusahaan serta kualitas pelayanan yang baik. Akan tetapi dari data yang saya peroleh peningkatan jumlah anggota di Koperasi Azka belum stabil. Berikut data kenaikan jumlah anggota di Koperasi Azka selama lima tahun terakhir:

Tabel 1. 1 Data Kenaikan Anggota Simpanan di Koperasi Azka Kec. Karanganyar

Tahun	Jumlah Kenaikan
2015-2016	301
2016-2017	174
2017-2018	242
2018-2019	169
2019-2020	149

Dokumen Koperasi Azka tahun 2020

Banyaknya jumlah nasabah dalam koperasi berpengaruh terhadap kemajuan terhadap lembaga keuangan (Marlius & Fernandes, 2019). Seperti penelitian yang dilakukan oleh Ni Luh Yuni Andriani yang menyatakan bahwa profitabilitas koperasi dipengaruhi oleh jumlah nasabah (Andriani et al., 2017). Berdasarkan latar belakang dan data yang diperoleh, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **PENGARUH ATRIBUT PRODUK, CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH ANGGOTA (Studi kasus di Koperasi Azka Kec. Karanganyar Kab. Pekalongan).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah atribut produk berpengaruh terhadap peningkatan jumlah anggota di Koperasi Azka?
2. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah anggota di Koperasi Azka?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah anggota di Koperasi Azka?
4. Apakah atribut produk, citra perusahaan, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan jumlah anggota di Koperasi Azka.

C. Tujuan Penelitian

1. Dari rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:
2. Untuk mengetahui apakah atribut produk berpengaruh terhadap peningkatan jumlah anggota di Koperasi Azka.
3. Untuk mengetahui apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah anggota di Koperasi Azka.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah anggota di Koperasi Azka.

5. Untuk mengetahui apakah atribut produk, citra perusahaan, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan jumlah anggota di Koperasi Azka.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Dilihat dari segi teoritis, manfaat penelitian ini yaitu untuk memperluas pengetahuan mengenai pengaruh atribut produk, citra perusahaan, dan kualitas pelayanan terhadap peningkatan jumlah nasabah bagi peneliti dan pembaca, serta juga bisa digunakan untuk data atau referensi maupun acuan untuk kepentingan keilmuan mengenai masalah yang terkait di masa depan.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Dunia Akademik, penelitian ini sebagai sumbangsih pemikiran untuk dunia pendidikan dan para pengelola suatu perusahaan khususnya dalam bidang pemasaran untuk mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi syariah terutama wawasan mengenai atribut produk, citra perusahaan dan kualitas pelayanan.
- b. Bagi Peneliti, penelitian ini sebagai pengalaman dan juga digunakan untuk menambah wawasan keilmuan di bidang ekonomi terutama mengenai atribut produk, citra perusahaan dan kualitas pelayanan.
- c. Bagi Koperasi Azka, penelitian ini bisa digunakan untuk masukan atau pertimbangan dalam pengembangan koperasi terutama hal yang

berkaitan dengan atribut produk, citra perusahaan, dan kualitas pelayanan, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan jumlah nasabah di Koperasi Azka.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya mengenai pengaruh atribut produk, citra perusahaan, dan kualitas pelayanan terhadap peningkatan jumlah anggota di Koperasi Azka, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel atribut produk terhadap peningkatan jumlah anggota di Koperasi Azka Kecamatan Karanganyar.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel citra perusahaan terhadap peningkatan jumlah anggota di Koperasi Azka Kecamatan Karanganyar
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap peningkatan jumlah anggota di Koperasi Azka Kecamatan Karanganyar.
4. Secara simultan variabel atribut produk, citra perusahaan, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan jumlah anggota di Koperasi Azka Kecamatan Karanganyar.

B. Saran

Berdasarkan hasil simpulan dari penelitian yang sudah dilakukan, maka diajukan saran sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan atribut produk dalam Koperasi Azka dinilai sudah sangat memuaskan banyak anggota penabung. Oleh karena itu Koperasi Azka perlu memperhatikan dan meningkatkan pengelolaan dengan tetap menggunakan prinsip syariah, meningkatkan pelayanan maupun mengenai pemberian segala informasi dengan baik dan jelas kepada seluruh anggota, agar anggota di Koperasi Azka merasa terlayani dengan baik. Sehingga banyak masyarakat lain yang tertarik menjadi anggota Koperasi Azka.
2. Dilakukan penelitian lebih lanjut untuk meneliti beberapa variabel lain yang mempengaruhi peningkatan jumlah anggota di Koperasi Azka Kec. Karanganyar Kab. Pekalongan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adyan Papeo, Johny AF. kalangi, A. Y. P. (2018). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Citra Perusahaan PT. Telkom Indonesia Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6, 67–78.
- Alexander, T. R. dan A. (2019). Pengaruh Persepsi Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah Pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama. *Samudra Ekonomi*, 3.
- Ance, M. (2017). Pengaruh Pelayanan Dan Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 21–25. <http://www.elsevier.com/locate/scp>
- Andespa, R. (2018). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Volume 3,(2), 181–190.
- Andriani, N. L. Y., Julianto, P., & Anantawikrama Tungga Atmadja. (2017). Perputaran Kas , Dan Jumlah Kredit Bermasalah e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha. *E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 8.
- Ari, P. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Manajemen*, 1(4).
- Ashar, F., Aisyah, S., & Syafaat, M. (2020). Pengaruh Atribut Produk Tabungan Faedah Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 22–36. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v1i2.9.22-36>
- Aulia, Q. (2018). *Pengaruh Atribut Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pemilihan Jasa Perbankan Syariah dalam Perspektif Ekonomi Islam*.
- Aziz, M. D. (2014). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kompetensi Tenaga Penjual, dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Menggunakan Kembali Jasa Pada PT. Mandala Multifinance Cabang Palu*. 2, 58–67.
- Darmadiansyah, Emy Rahmawati, N. H. (2019). Pengaruh Karakteristik Nasabah, Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Kalsel Syariah

- Banjarmasin). *Bisnis Dan Pembangunan*, 8, 40–50.
- Darmayanti, N., & Jatra, I. (2015). Pengaruh Atribut Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Android Di Kabupaten Gianyar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(2), 254892.
- Dharmawati, E., & Suryaningsih, S. A. (2018). pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota KJKS KUM3 Rahmat Surabaya. *Ekonomi Islam*, 1(2), 45–54.
- Doni, M., & Darma, F. Y. (2019). *Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang Yolanda*. 1–12. <https://osf.io/fmnkz>
- Eliyawati, W., Sutjipta, N., & Putra, I. G. S. A. (2016). Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepuasan Anggota Koperasi Unit Desa Suraberata Kecamatan Selemadeg Barat. *Jurnal Manajemen Agribisnis Universitas Udayana Bali*, 4(1), 68–80.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Qiara Media.
- Hadi, S. (n.d.). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Akuntansi & Keuangan* (2006th ed.). Ekonisia.
- Ismaulina, Agus Ana Tasya, dan N. M. (2020). Atribut Produk Tabungan Bank Syariah dan Pengaruhnya Pada Minat Nasabah Menabung. *Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 8, 208–223.
- Khotimah Martina Khusnul. (2017). *engaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan Griya IB Hasanah Di BNI Syariah Cabang Bengkulu*.
- Kusmiyatno, T. (2019). Kajian Kemampuan Keuangan Rumah Sakit Umum Daerah Sebagai Badan Layanan Umum dan Pengaruhnya Terhadap kualitas Pelayanan. *PETA*, 4.
- Latifah, S. (2018). *(Pada Pada Bank BTN Syariah Cabang Semarang) SKRIPSI*.
- Mangkunegara, A. P. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Mu'ah dan Masram. (2014). *Loyalitas pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan*. Zifatama Publisher.
- Muhammad Yunus, Muhammad Mujtaba Habibi, dan R. A. M. (2020). Pengaruh Motivasi Berprestasi dan Prestasi Akademik Terhadap Kemampuan Pemecahan Masalah Kewarganegaraan. *Ilmiah Pendidikan Pancasila Dan*

Kewarganegaraan, 5, 122–130.

- Mulyanto, A. (2021). Pengaruh Komunikasi dari Mulut ke Mulut, Citra Perusahaan dan Lokasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Ilmu Manajemen*, 6, 28–36.
- Mutmainnah. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 5(2), 201–216. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25105/jmpj.v10i1.2344>
- Nalim, S. dan. (2014). *Statistik Inferensial* (A. Rosyid (ed.)). STAIN Pekalongan Press.
- Nasution, A. R. (2019). *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Asuransi Jiwa Pada PT. AJB Bumiputera Cabang Medan*.
- Nurhasanah. (2019). Pengaruh Keterampilan Kerja Dan Fasilitas Terhadap Produktivitas Kerja Persatuan Nelayan Kampung Bugis Kota Tanjungpinang. *Bahtera Inovasi*, 2(2), 1–11.
- Olivia, T., Eveline, A. G., S., K. T., & Nugroho Agustinus. (2014). Analisa Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Perantara Di Restoran Boncafe Surabaya. *Manajemen Perhotelan*, 37–51. <http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf>
- Prastiwi, I. E. (2018). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4 (01), 2018 , 28-40 *Pengaruh Persepsi Anggota pada Sharia Compliance , Komitmen Agama dan Atribut Produk Islam Terhadap Customer ' s Trust yang Berdampak pada Keputusan Menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pad. 4(01), 28–40.*
- Pratiwi, D., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Atribut Tabungan, Mutu Tabungan dan Promosi Penjualan Terhadap Citra Perusahaan Dalam Meningkatkan Minat Menabung Nasabah (Studi kasus pada Bank Jateng Cabang Koordinator Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 5, 1–15.
- Putri, A. L. (2011). A “missing” family of classical orthogonal polynomials. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8), 1689–1699. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Rumaira, S. (2015). nalisis Pengaruh Atribut Produk Islami Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah) Pekanbaru. *JOMFekom*, 2(2), 1–15. <https://media.neliti.com/media/publications/125589-ID->

- Sahabuddin, R. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa: Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah pada Industri Perbankan*. Pustaka Taman Ilmu.
- Saiful Amin, Muhammad Dimyati, dan M. F. (2016). *Pengaruh Citra Perusahaan dan Citra Pemakai Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Perbankan Syariah di Jember*. 501–518.
- Sari, A. A. A. R. P. (n.d.). *Kepercayaan Pelanggan di antara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.com*.
- Seftiani. (2017). *Pengaruh Citra Perusahaan dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam*.
- Sinaga, S. (2016). *Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan (Bagian Produksi Minyak Kelapa Sawit Pt.Mitra Unggul Pusaka Segati Pelalawan Riau)*. *JOM FISIP Universitas Riau*, 3(2), 1–13.
- Siregar, B. G. (2016). *Pengaruh Promosi Dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi'Ah Di Pt. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan*. *TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 2(2), 17. <https://doi.org/10.24952/tazkir.v2i2.508>
- Siregar, S. (2014). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. PT. Bumi Aksara.
- Sri, S. D., & Nana, S. (2017). *Pengaruh Jumlah Anggota, Modal Luar, Dan Total Asset Terhadap Sisa Hasil Usaha*. *Ekspektra: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 156. <https://doi.org/10.25139/ekt.v0i0.339>
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. ANDI OFFSET.
- Sutrisno, D. C., & Nurul, Q. (2017). *Analisis Kualitas Pelayanan , Kepercayaan Serta Citra Koperasi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Anggota* *Quality Analysis Of Service , Trust And Cooperation Image On Satisfaction And Loyalty Of Members*. 7(2), 157–174.
- Tika, M. P. (2006). *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*. Bumi AKsara.
- Tri Puji Astuti, Riana Sitawati, T. (2019). *Pengaruh Kreativitas dan Perilaku Inovatif Terhadap Kinerja Karyawan dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Hotel Pandanaran)*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 53–64.
- Wahyudi, S. T. (2016). *Konsep dan Penerapan Ekonometrika*. PT. Raja Grafindo Persada.

Wayan, S. I., Made, N. I., & Rai, S. K. (2014). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan UD. Kembang Sari Kabupaten Badung Tahun 2012. *Pendidikan Ekonomi*, 4(1).

Zhelf, Z. R. (2018). Pengaruh Promosi Dan Lokasi Bank Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah. *Proposal for a Cluster of Excellence*.