



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,  
STRATEGI PEMASARAN DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA  
MENABUNG DI KSPPS KOPENA  
PEKALONGAN**



**MUHAMMAD MUSLIMIN  
NIM. 4217046**

**2024**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, STRATEGI  
PEMASARAN DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUASAN ANGGOTA MENABUNG DI KSPPS  
KOPENA PEKALONGAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh:

**MUHAMMAD MUSLIMIN**

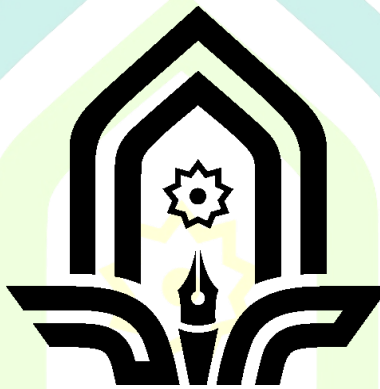
**NIM. 4217046**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2024**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, STRATEGI  
PEMASARAN DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUASAN ANGGOTA MENABUNG DI KSPPS  
KOPENA PEKALONGAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh:

**MUHAMMAD MUSLIMIN**

**NIM. 4217046**

**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 di bawah ini :

Nam : Muhammad Muslimin

Nim : 4217046

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran dan Lokasi Terhadap Kepuasan Anggota menabung Di KSPPS KOPENA Pekalongan**

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

Pekalongan, 26 Juni 2024

Yang Menyatakan,



**MUHAMMAD MUSLIMIN**

## NOTA PEMBIMBING

**Ahmad Rosyid, S.E., M.Si., Akt. M.M**

Perum Graha Tirto Asri Jl. Seroja 2 No. 43 Tanjung Tirto Pekalongan

Lampiran : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdra. Muhammad Muslimin

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Jurusan Perbankan Syariah

di

PEKALONGAN

*Assalamu'alaikum, wr. wb*

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

Nama : **Muhammad Muslimin**

NIM : **4217046**

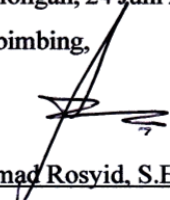
Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Strategi pemasaran dan Lokasi Terhadap Kepuasan Anggota Menabung Di KSPPS KOPENA Pekalongan**

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

*Wassalamu'alaikum wr. wb.*

Pekalongan, 24 Juni 2024

Pembimbing,

  
Ahmad Rosyid, S.E., M.Si., Akt. M.M

NIP. 197903312006041003



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

## PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudara/i:

Nama : **Muhammad Muslimin**  
Nim : **4217046**  
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran dan Lokasi Terhadap Kepuasan Anggota Menabung Di KSPPS KOPENA Pekalongan.**  
Dosen Pembimbing : **Ahmad Rosyid, S.E., M.Si., Akt. M.M.**

Telah diujikan pada hari Senin tanggal 15 Juli 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, 15 Juli 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Prof. Dr. Shinta Dewi Rismawati, M.H.**  
NIP. 197502201999032001

## MOTTO

“ Seseorang tidak akan memperjuangkan perubahan dari ketidakbenaran menjadi kebenaran ketika yang harus ia perlihara adalah kemapanannya dalam ketidakbenaran ”

-Emha Ainun Najib-





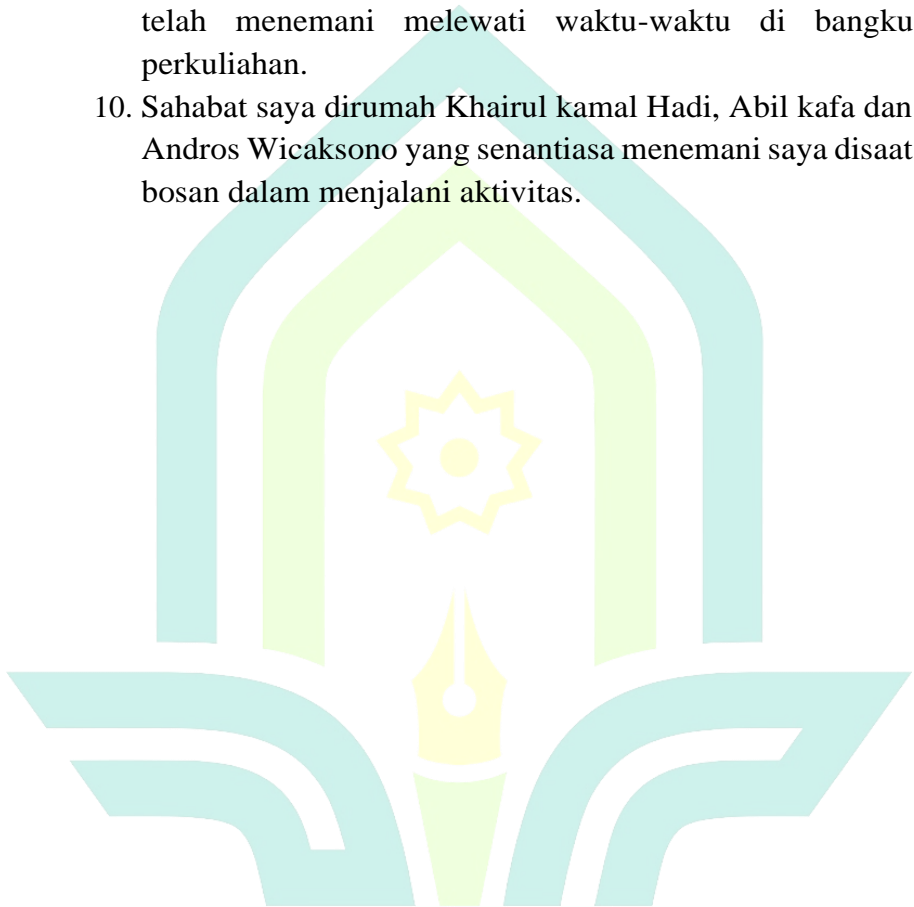
## PERSEMBAHAN

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 materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisa Skripsi ini:

1. Keluarga besar khususnya Bapak dan Ibu yang memberikan dukungan dan doa serta banyak pengorbanan tenaga, waktu, materi selama ini dan kakak-kakak saya yang selalu memeberi motivasi dan apapun itu yang saya butuhkan.
2. Almamater saya Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Ahmad Rosyid, S.E., M.Si., Akt. M.M. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Gunawan Aji, M.Si. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan beserta staff.
6. Pihak KSPPS KOPENA Pekalongan yang telah membantu dalam memeperoleh data yang saya perlukan.



7. Orang spesial saya Nelli Fitriani yang senantiasa memberi warna, semangat dan support kepada saya selama menjalani proses penyelesaian skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat saya Purwandari Lestrai, Muhammad Dimas Maulana, Misno, Nur Muhammad Syaklus Sa'ad, dan Isnainin Fikri.
9. Teman-teman Perbankan Syariah Angkatan 2017 yang telah menemani melewati waktu-waktu di bangku perkuliahan.
10. Sahabat saya dirumah Khairul kamal Hadi, Abil kafa dan Andros Wicaksono yang senantiasa menemani saya disaat bosan dalam menjalani aktivitas.



## ABSTRAK

### **Muhammad Muslimin. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran dan Lokasi Terhadap Kepuasan Anggota Menabung di KSPPS KOPENA pekalongan.**

Kepuasan pelanggan membawa berbagai manfaat, seperti memperkuat hubungan harmonis antara perusahaan dan pelanggannya, menciptakan dasar hubungan yang baik untuk transaksi kembali, serta dapat menumbuhkan rasa puas atas layanan yang diberikan. Selain itu, upaya yang harus dilakukan untuk menunjang keberhasilan disuatu perusahaan yaitu perusahaan lebih memperhatikan pelayanan yang lebih baik dan diutamakan kualitas pelayanannya serta strategi pemasara harus dilakukan secara terus menerus agar perusahaan berkembang pesat dan lokasi yang strategis mudah dijangkau menjadi salah satu kunci keberhasilan suatu perusahaan, dengan begitu nasabah merasa kebutuhannya sudah terpenuhi dengan baik dan menimbulkan kenyamanan maupun kepuasan dalam segi kualitas pelayanan maupun strategi pemasaran serta lokasi perusahaan tersebut. Dengan pelayanan yang bagus, dan strategi yang tepat serta lokasi yang strategis yang dapat memudahkan anggota untuk bertransaksi diperusahaan tersebut maka dapat menumbuhkan kepuasan nasabah.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan objek penelitian yakni anggota KSPPS KOPENA Pekalongan. Sumber pengumpulan data primer meliputi survei, observasi, eksperimen, kuesioner dan wawancara di KSPPS KOPENA Pekalongan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive sampling* dengan sampel sebanyak 99 nasabah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan lokasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan anggota, Secara simultan kualitas layanan, strategi pemasaran dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan secara Parsial masing-masing variabel kualitas layanan, strategi pemasaran dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan nasabah. *Adjusted R Square* menunjukkan angka sebesar 0,580, yang berarti bahwa variabel independent dapat menjelaskan variabel dependen dengan nilai sebesar 58% dan 42% sisanya dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Strategi Pemasaran, Lokasi, Kepuasan Anggota.



## ABSTRACT

### **Muhammad Muslimin. The Influence of Service Quality, Marketing Strategy and Location on Member Satisfaction with Savings at KSPPS KOPENA Pekalongan.**

Customer satisfaction brings various benefits, such as strengthening harmonious relationships between the company and its customers, creating a solid foundation for repeat transactions, and fostering satisfaction with the services provided. Additionally, efforts required for a company's success include focusing more on improved service quality, prioritizing service excellence, and continuously implementing marketing strategies to ensure rapid company growth. A strategically accessible location is also key to a company's success. When these factors align—excellent service, effective strategies, and strategic location—they contribute to customer satisfaction by meeting their needs effectively and generating comfort and satisfaction through quality service and strategic marketing efforts. Thus, excellent service, appropriate strategies, and a strategic location that facilitates transactions can cultivate customer satisfaction.

This research employs a quantitative approach with the research subject being members of KSPPS KOPENA Pekalongan. Primary data collection sources include surveys, observations, experiments, questionnaires, and interviews conducted at KSPPS KOPENA Pekalongan. The sampling technique utilized is purposive sampling, with a sample size of 99 customers.

The findings of this research show that service quality, marketing strategy, and location have an impact on member satisfaction. Simultaneously, service quality, marketing strategy, and location collectively influence customer satisfaction. Specifically, each variable of service quality, marketing strategy, and location significantly affects customer satisfaction. The Adjusted R Square indicates a value of 0.580, meaning that the independent variables can explain 58% of the variation in the dependent variable, while the remaining 42% can be explained by other variables not included in the study.

**Keywords:** Service Quality, Marketing Strategy, Location, 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. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag. selaku Rektor UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Prof. Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dr. H. Tamamudin, S.E, M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak M. Shulthoni Lc, M.A, M.Si Ph.D selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Drajat Stiawan, M.Si. selaku Sekertaris Jurusan Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Bapak Ahmad Rosyid, S.E., M.Si., Akt. M.M. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Gunawan Aji, M.Si. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
8. Segenap dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
9. Pihak KSPPS KOPENA Pekalongan yang telah banyak

- membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan.
10. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
  11. Sahabat yang telah banyak 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.

Pekalongan, 27 Juni 2024



Muhammad Muslimin



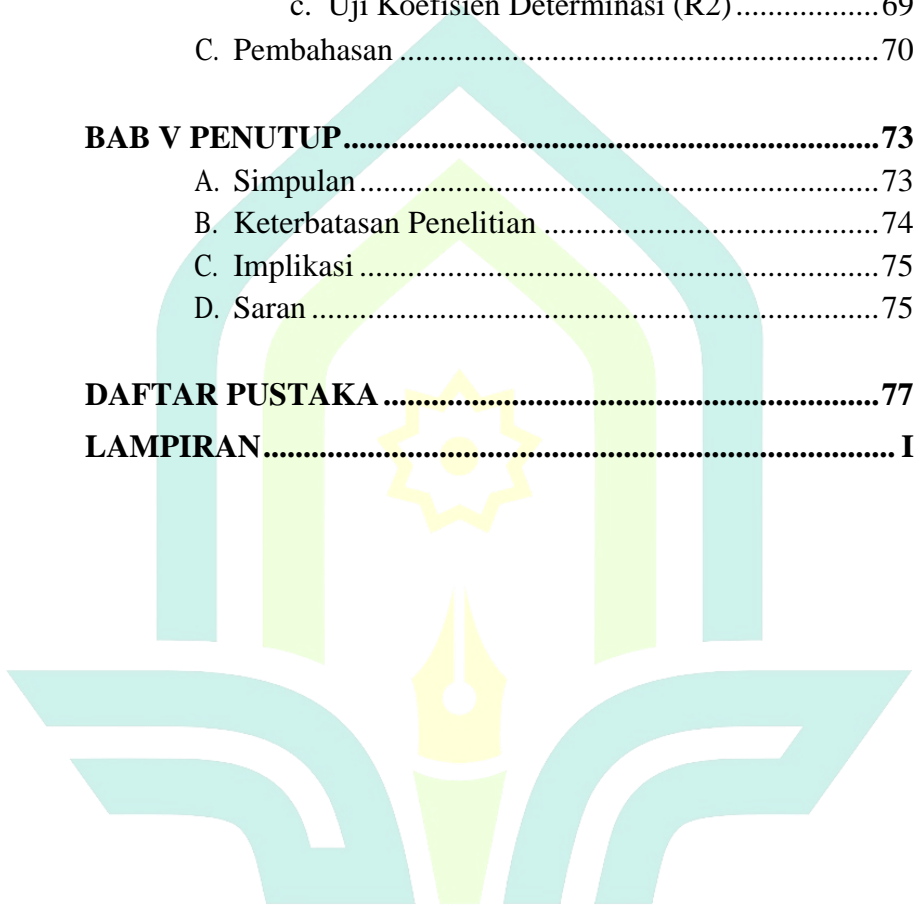
## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xxviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
A. Landasan Teori .....	11
1. Theory Of Behavior .....	11
2. Kualitas Pelayanan.....	12
3. Strategi Pemasaran.....	14
4. Lokasi.....	25
5. Kepuasan Nasabah .....	27
B. Telaah Pustaka .....	31
C. Kerangka Berpikir .....	38
D. Hipotesis .....	39



<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
A. Jenis Penelitian .....	42
B. Pendekatan Penelitian.....	42
C. Setting Penelitian.....	42
D. Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel..	42
E. Variable Penelitian dan Devinisi Oprasional .....	45
F. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	48
G. Metode Analis Data.....	50
1. Uji Instrumen.....	50
a. Uji Validitas .....	50
b. Uji Reliabilitas .....	51
2. Uji Asumsi Klasik .....	51
a. Uji Normalitas.....	51
b. Uji Multikolinieritas .....	52
c. Uji Heteroskidastisitas Glejser.....	53
3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	54
4. Uji Hipotesis .....	54
a. Uji Parsial (T) .....	54
b. Uji Simultan (F).....	55
c. Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	55
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>56</b>
A. Deskripsi Profil Perusahaan .....	56
1. Sejarah KSPPS Kopena Pekalongan .....	56
2. Visi Misi .....	56
3. Deskripsi Responden .....	56
B. Analisis Data .....	61
1. Uji Instrumen.....	61
a. Uji Validitas .....	61
b. Uji Reliabilitas .....	63
2. Uji Asumsi Klasik .....	64
a. Uji Normalitas.....	64

b. Uji Multikolinieritas .....	64
c. Uji Heteroskidastisitas Glejser.....	65
3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	66
4. Uji Hipotesis .....	67
a. Uji Parsial (T) .....	67
b. Uji Simultan (F) .....	68
c. Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	69
C. Pembahasan .....	70
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>73</b>
A. Simpulan.....	73
B. Keterbatasan Penelitian .....	74
C. Implikasi .....	75
D. Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>I</b>



# PEDOMAN TRANSLITERASI

## **Pengertian Transliterasi**

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalihan 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**

Fonemkonsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di

bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ḏ	zet (dengan titik di bawah)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ḏ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge

ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 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
...وَ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ - kataba  
فَعَلَ - fa'ala  
ذُكِرَ - žukira  
كَيْفَ - kaifa  
هُوْلَ - haula

### 3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
اِي ...	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  
رَامَى - ramā  
قِيلَ - qīla

### 4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

#### 1. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah 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 dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - raudah al-aṭfāl  
- rauḍatul-aṭfāl  
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ - al-Madīnahal-Munawwarah  
- al-Madīnatul-Munawwarah طَلْحَةُ  
- 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 dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

### a. 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.

### b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

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

### c. 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
الشَّمْسُ	- as-syamsu
القَلَمُ	- al-qalamu
البَدِيعُ	- al-badi'u
الجَلَالُ	- al-jalālu

## 7. Hamzah

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

Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuzūna
النَّوْءُ	- an-nau'
سَيِّئٌ	-syai'un
إِنَّ	- inna
أُمِرْتُ	- umirtu
أَكَلَ	- 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 لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wa auf al-kaila wa-almīzān Wa auf al-kaila wal mīzān
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ	Ibrāhīm al-Khalīl Ibrāhīm al-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	Bismillāhimajrehāwamursahā
وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتِطَاعَ 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 system 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 rasl
إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا	Inna awwalabaitinwuḍi’alinnāsilall aźibibakkatamubārakan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fih al-Qur’ānu Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila

## fihil Qur'ānu

وَلَقَدْ رَآهُ بِأَلْفِ الْمِائِينَ

Walaqadra'āhubil-ufuq al-  
mubīn

Walaqadra'āhubil-ufuqil-  
mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdulillāhirabbil al-  
'ālamīn

Alhamdulillāhirabbilil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital 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 kapital tidak digunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ

Naṣrunminallāhiwafathunqarīb

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا

Lillāhi al-amrujamī'an

Lillāhil-amrujamī'an

وَاللَّهُ بِكُتُبِ سَيِّئِي عَلِيمٌ

Wallāhabikullisyai'in 'alīm

## 10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Telaah Pustaka .....	31
Tabel 3.1 Jumlah Anggota di KSPPS KOPENA Pekalongan.....	43
Tabel 3. 2 Definisi Operasional .....	46
Tabel 4. 1 Berdasarkan Usia .....	57
Tabel 4. 2 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4. 3 Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4. 4 Berdasarkan Lama Menabung .....	60
Tabel 4. 5 Berdasarkan Jenis Layanan.....	61
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabelitas .....	63
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas .....	64
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas .....	64
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	65
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4. 12 Hasil Uji T (Persial).....	67
Tabel 4. 13 Hasil Uji F (Simultan).....	69
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....38



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	I
Lampiran 2 Data Tabulasi.....	VII
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas .....	XIX
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabelitas.....	XXIV
Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas.....	XXV
Lampiran 6 Hasil Uji Multikoloneritas.....	XXVI
Lampiran 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	XXVII
Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	XXVIII
Lampiran 9 Hasil Uji T (Persial).....	XXIX
Lampiran 10 Hasil Uji F (Simultan) .....	XXX
Lampiran 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	XXXI
Lampiran 12 Surat Keterangan Keaslian Karya .....	XXXII
Lampiran 13 Surat Izin Penelitian .....	XXXIII
Lampiran 14 Surat Telah Melakukan Penelitian.....	XXXIV
Lampiran 15 Dokumentasi.....	XXXV
Lampiran 16 Daftar Riwayat Hidup.....	XXXVII



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Bank perlu melakukan upaya untuk meningkatkan kualitas layanannya agar memberikan berbagai kemudahan serta manfaat yang dapat menghasilkan kepuasan bagi pelanggan mereka. Dengan mengasumsikan bahwa kepuasan pelanggan dapat terwujud, diharapkan pendapatan perusahaan akan meningkat lebih lanjut, dan dalam jangka panjang, perusahaan dapat tumbuh seiring dengan kepercayaan yang diberikan oleh para pelanggan.

Kualitas pelayanan memiliki peran yang tak kalah penting dalam perusahaan, kualitas pelayanan tidak hanya memengaruhi bagaimana konsumen menilai positif atau negatifnya suatu perusahaan, tetapi juga dapat berdampak pada aspek internal perusahaan. Kepuasan pelanggan menjadi bagian terpenting untuk penilaian kualitas layanan, di mana pelanggan mengevaluasi kompetensi layanan yang didapat serta pengalaman langsung mereka tentang hasil. Kualitas pelayanan ditetapkan sejauh mana layanan tersebut memenuhi harapan pengguna. Semakin membaiknya persepsi terhadap kualitas layanan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, yang dapat berpengaruh baik terhadap sikap dan intensi untuk menanggapi layanan tersebut (Sondakh, 2014).

Kualitas layanan merupakan elemen terpenting dalam perusahaan yang ingin tetap berkompetitor dalam lingkungan serta pemenuhan kebutuhan dan harapan pelanggan. Saat ini, pelanggan semakin kritis dalam mengevaluasi produk sebelum dan setelah pembelian. Mereka selalu menginginkan produk berkualitas sesuai dengan nilai yang mereka bayar, disertai dengan pelayanan pelanggan yang baik. Kualitas layanan merupakan suatu faktor yang penting dalam upaya memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen, serta dalam menjaga keseimbangan antara keinginan nasabah (Tjiptono, 2009).

Kualitas pelayanan merujuk pada tingkat keunggulan yang diharapkan, dan merupakan upaya untuk mengelolanya agar sesuai dengan keinginan konsumen (Nasution, 2004). Kualitas layanan adalah faktor utama dalam kesuksesan usaha, tidak hanya dalam industri perbankan, tetapi juga berlaku untuk semua jenis perusahaan. Perusahaan harus memiliki kesadaran akan pentingnya berfokus pada pelanggan dan memberikan prioritas kepada mereka.

Dalam perusahaan kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor dalam mengembangkan perusahaannya tetapi perlu strategi pemasaran yang baik agar mampu mendapat pendapatan semakin tinggi, maka dibutuhkan strategi pemasaran. Sebelum merancang inovasi, penting untuk memiliki pemahaman yang jelas tentang segmentasi dan target audiens yang akan menjadi sasaran. Selain mendorong inovasi, perusahaan juga harus memiliki kemampuan untuk memasarkan produk atau layanannya kepada calon konsumen. Hal ini bertujuan agar produk tersebut dapat dikenal oleh masyarakat luas (Kotler & Santoso, 2007). Tujuan utama dari pemasaran adalah memiliki pemahaman yang baik tentang pelanggan memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan hasil atau layanan yang diberikan sehingga kebutuhan dan preferensi mereka tersesuaikan. Idealnya, pemasaran harus fokus pada mengidentifikasi dan menarik pelanggan yang siap membeli, dan kemudian memberikan jasa dan produk yang relevan dengan kebutuhan pelanggan. Strategi pemasaran diperuntukan kelangsungan serta pertumbuhan perusahaan, sehingga perusahaan dapat bersaing dengan efektif di pasar yang kompetitif. Dengan strategi yang sesuai dan tepat, perusahaan dapat menghindari tersisih dalam persaingan dan tetap menjadi pemain yang relevan.

Strategi pemasaran merupakan rancangan, target, prosedur, serta pedoman dalam pemberian arahan bagi tindakan pemasaran dalam jangka berkelanjutan. Strategi ini berlaku dalam berbagai konteks dan tingkat serta melibatkan alokasi

sumber daya. Khususnya, strategi pemasaran ini diperlukan sebagai respons perusahaan terhadap perubahan yang ada dalam lingkungan bisnis dengan situasi persaingan yang selalu berubah-ubah. Dengan memiliki strategi pemasaran yang efektif, perusahaan dapat merancang langkah yang sesuai dalam memperoleh tujuan bisnisnya dan tetap kompetitif dalam pasar yang dinamis (Assauri, 2013).

Konsep dalam pemasaran perusahaan, memiliki tujuan utama adalah mencapai kepuasan untuk konsumen. Kepuasan konsumen terjadi ketika perusahaan berhasil memenuhi kepentingan konsumen melangkahi berbagai aktivitas pemasaran yang selaras. Dalam upaya mencapai target dan tujuan perusahaan agar dapat berkembang, penting untuk mempertimbangkan faktor lokasi yang strategis. Lokasi yang strategis memiliki peran krusial dalam keberhasilan sebuah usaha. Lokasi yang tepat dapat membuat perusahaan lebih mudah dijangkau oleh pelanggan potensial, meningkatkan keterlihatan, dan memfasilitasi interaksi dengan pasar target. Hal ini dapat berdampak signifikan pada keberhasilan pemasaran dan pertumbuhan bisnis. Oleh karena itu, pemilihan lokasi yang cermat dan strategis adalah langkah penting yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam merencanakan ekspansi atau pendirian usaha baru (Tjiptono, Strategi Pemasaran, Edisi 3, 2008). Berdasarkan pendapat tersebut, Dapat disimpulkan bahwa dalam konteks bisnis, "lokasi" Ini adalah keputusan yang sangat penting yang diambil oleh penentu tempat di mana mereka akan menjalankan usaha atau operasional mereka, serta dengan distribusi produk atau jasa kepada konsumen. Lokasi juga berperan sebagai pendistribusi yang merupakan alur dalam penyampaian barang dari penjual ke pembeli, keterlibatan tahapan dan entitas meliputi produsen, pemasok, pengecer, dan agen distribusi. Keputusan terkait lokasi mencakup pemilihan tempat di mana operasi dan staf perusahaan akan ditempatkan, dan hal ini dapat memiliki dampak signifikan pada efisiensi operasional, aksesibilitas

pelanggan, dan keberhasilan bisnis secara keseluruhan (Rembet, Mananeke, & Loindong, 2020).

Penentuan lokasi yang strategis untuk mendirikan kantor cabang sangat penting bagi lembaga keuangan, seperti bank. Lokasi cabang bank dapat berdampak signifikan pada kelancaran operasional dan kemudahan akses nasabah. Dengan memilih lokasi yang tepat, bank dapat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan mereka, meningkatkan visibilitas, dan mencapai pangsa pasar yang lebih luas. Karena itu, pemilihan lokasi cabang bank merupakan kebijakan strategis yang harus dipertimbangkan dengan cermat untuk memastikan kesuksesan operasional dan pelayanan yang baik kepada nasabah (Kasmir, 2008).

Koperasi Pemuda Buana "KOPENA" berdiri tanggal 11 Desember 1993, hasil dari inisiatif sekelompok pemuda dengan tujuan memanfaatkan potensi masyarakat yang dipenuhi semangat kebersamaan dan gotong royong. Pada tahun 1993, setelah diskusi intens antara pengurus Ansor di Pekalongan, didirikanlah Lembaga Perekonomi berupa Koperasi dengan nama Koperasi Pemuda Buana (KOPENA) pada tanggal 11 Desember 1993. Di awal bermodal sebesar Rp. 400.000, berasal dari tabungan utama serta mewajibkan 100 calon nasabah terdaftar. KOPENA Pekalongan berperan sebagai lembaga penyimpanan dan penyaluran dana, terutama kepada masyarakat, dengan prinsip bagi hasil. Tujuan utama KOPENA Pekalongan adalah untuk memperkenalkan ekonomi kerakyatan berbasis syariah sesuai ajaran syariah islam, serta menyediakan sarana keuangan bagi warga Muslim yang memiliki kelebihan dana untuk berbagi dengan warga Muslim lainnya yang membutuhkan dana. Lembaga penyedia jasa menginformasikan terjadinya penurunan kualitas pelayanan, terutama di industri jasa keuangan, dapat berdampak negatif pada kepuasan nasabah. Kompetitor perusahaan ini mendorong lembaga seperti Kspps Kopena Pekalongan dalam menentukan cara terbaik dalam pencapaian target. Hal tersebut menuntut

adanya inovasi, efisiensi operasional, pelayanan yang berkualitas, serta adaptasi terhadap perubahan pasar dan teknologi. Dengan demikian, Kspps Kopena Pekalongan perlu mengembangkan strategi yang cerdas dan terencana akan selalu bersaing serta berkembang diantara kompetitor perusahaan.

Dengan strategi efektif dalam pencapaian tujuan perusahaan jasa keuangan termasuk perbankan yang fokus pada terwujudnya kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah menjadi kontribusi dalam perusahaan jangka panjang bertujuan mempertahankan konsumen yang telah ada dan menjadi daya tarik nasabah baru. Mengatur strategi dalam menyediakan layanan dan fasilitas yang unik dan tidak tersedia pada pesaing adalah strategi terbaik untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Kspps Kopena Pekalongan dapat membedakan diri dari pesaingnya dan menarik kepercayaan serta kesetiaan pelanggan dengan cara memberikan nilai tambah yang istimewa, seperti pelayanan yang lebih unggul atau fasilitas yang lebih baik. Dengan demikian, mereka menciptakan insentif bagi para nasabah untuk tetap loyal dan memilih mereka sebagai mitra keuangan mereka. Ini dapat membantu meningkatkan kepuasan nasabah, menguntungkan perusahaan dengan mempertahankan pangsa pasar yang kuat.

Di KSPPS KOPENA Pekalongan, salah satu produk yang mereka tawarkan adalah tabungan. Tabungan ini didasarkan pada Fatwa DSN Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 yang mendefinisikan tabungan sebagai penyimpanan yang bisa diambil sesuai dengan ketentuan atas kesepakatan sebelumnya, tetapi tidak dapat ditarik melalui bilyet giro, cek atau metode serupa. Dalam prakteknya di lembaga keuangan syariah, tabungan di KSPPS KOPENA menerapkan dua prinsip utama, yaitu tabungan titipan (wadi'ah) dan tabungan bagi hasil (mudharabah) (Lestari, 2015). Konsep keuangan berprinsip syariah memiliki perbedaan antara keuangan konvensional, dalam keuangan berprinsip syariah, dilarang adanya penggunaan suku bunga tetap. Sebagai gantinya, digunakan persentase

nisbah atau bagi hasil. Hal ini menciptakan perbedaan yang signifikan dalam mekanisme dan prinsip-prinsip operasional antara kedua jenis perbankan tersebut. Pasal 1 ayat 1 dalam Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1992 dapat menjadi landasan hukum yang mengatur aspek-aspek tertentu dari perbankan syariah (Marimin & Romadhoni, 2015).

Peningkatan kualitas pelayanan oleh lembaga keuangan syariah, KSPPS KOPENA Pekalongan adalah langkah yang tepat mengingat persaingan yang semakin ketat di sektor ini. KSPPS KOPENA memiliki peran penting dalam melayani pembiayaan dan simpanan masyarakat, dan untuk menjaga dan menarik nasabah, pelayanan yang baik sangat penting. Dalam konteks lembaga keuangan syariah memiliki keberadaan yang tersebar luas di berbagai daerah, memberikan pelayanan berkualitas tinggi menjadi faktor utama yang dapat membedakan KSPPS KOPENA Pekalongan dari pesaingnya. Nasabah cenderung memilih KSPPS KOPENA karena mereka menawarkan standar pelayanan yang unggul, yang mencakup keterjangkauan, kemudahan akses, transparansi, dan kenyamanan dalam transaksi keuangan syariah. Dengan demikian, memberikan pengalaman positif kepada nasabah dapat menjadi pemicu utama bagi mereka untuk memilih KSPPS KOPENA sebagai mitra keuangan mereka. Membangun kemitraan yang kokoh dan menyediakan pelayanan yang optimal kepada nasabah merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Selain itu, Dengan demikian, KSPPS KOPENA Pekalongan dapat tetap bersaing dan berkembang dalam industri keuangan syariah yang semakin kompetitif.

Selanjutnya, dari penelitian sebelumnya juga ditemukannya gap research antara penelitian serupa terdahulu yang dilakukan oleh iqbal krisdayanto (2018), memperoleh hasil bahwa dalam penelitiannya variabel harga adalah variabel yang memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan anggota merupakan faktor yang memiliki dampak signifikan terhadap pengalaman dan

penilaian pelanggan pada produk layanan mereka terima. Sedangkan, lokasi mungkin memiliki dampak yang lebih rendah dibandingkan dengan variabel lain seperti kualitas produk, harga, pelayanan pelanggan, atau faktor-faktor lain yang langsung memengaruhi kepuasan konsumen. Meskipun demikian, keberadaan di lokasi yang strategis masih penting untuk aksesibilitas dan kenyamanan konsumen serta operasional bisnis secara keseluruhan (Krisdayanto, Haryono, & Gagah, 2018). Sedangkan menurut Indra Ferdiansyah bahwa dari hasil riset penelitiannya Secara parsial, kualitas pelayanan, nilai, dan posisi semuanya mempunyai dampak yang baik bagi mutu pelanggan (Ferdiansyah, 2017). Riset dari Malik Ibrahim dan Siti Mariyam Tahwil bahwa hasil penelitiannya adalah kualitas pelayanan belum dapat menunjukkan hubungan yang pasti dengan kepuasan pelanggan. (Ibrahim & Tahwil, 2019). Sedangkan penelitian dari Reynaldo dan Adil Fadillah menyatakan penelitiannya menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan relevan pada kepuasan pelanggan di Hotel 101 di Suryakencana, Kota Bogor (Donovan S & Fadillah, 2020). Penelitian dari Nansih dan Hardiyono bahwa hasil penelitiannya Secara parsial, penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran mempunyai dampak substansial pada kepuasan serta keputusan pembelian produk UKM 310 (Nansih & Hardiyono, 2019).

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, untuk memahami sejauh mana kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan lokasi berpartisipasi dalam meningkatkan kepuasan anggota pada Kspps Kopena Pekalongan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian melalui judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran dan Lokasi terhadap Kepuasan Anggota Menabung Di Kopena Pekalongan”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang disebutkan di atas, maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:



1. Apakah Strategi Pemasaran Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Di Kopena Pekalongan ?
2. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Di Kopena Pekalongan ?
3. Apakah Lokasi Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Di Kopena Pekalongan ?
4. Apakah Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Di Kopena Pekalongan ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang sudah dijelaskan, adapun tujuan penelitiannya sebagai berikut:

- a. Untuk Mengetahui Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Di Kopena Pekalongan
- b. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Di Kopena Pekalongan
- c. Untuk Mengetahui Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Di Kopena Pekalongan
- d. Untuk Mengetahui Pengaruh Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Di Kopena Pekalongan

### **D. Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat Teoritis

Untuk memperluas pengetahuan dan pemanfaatan agar dijadikan pengetahuan terkait pengaruh kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan lokasi terhadap kepuasan anggota menabung di KSPPS KOPENA Pekalongan.

#### 2. Manfaat Praktis

##### a. Bagi KSPPS KOPENA Pekalongan

Dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi KSPPS KOPENA Pekalongan untuk mengambil keputusan yang lebih akurat. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan lokasi diharapkan dapat memberi peningkatan kepuasan supaya anggota berkelanjutan dalam penggunaan produk dari KSPPS KOPENA Pekalongan.

b. Bagi Peneliti

Dalam penelitian ini, penulis berharap untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang kepuasan anggota yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan lokasi. Dengan demikian, ini dapat meningkatkan kemampuan penulis dalam menulis, serta meningkatkan pemahaman dan wawasan tentang subjek tersebut.

c. Bagi Pembaca

Diharapkan penelitian ini berpotensi untuk memberi perubahan relevan pembaca. Mereka dapat menjadikan sumber referensi dan juga dapat dijadikan rujukan yang bermanfaat yang memerlukan informasi terkait pengaruh kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan lokasi terhadap kepuasan anggota menabung.

## **E. Sitematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini disusun menjadi lima bab. Sebelum memasuki bab pertama dapat didahului dengan: sampul luar, lembar judul, lembar pernyataan keaslian karya, lembar nota pembimbing, lembar pengesahan skripsi, halaman motto, halaman persembahan, abstrak, kata pengantar, daftar isi, transliterasi, daftar tabel, dan daftar lampiran. Adapun isi dari masing-masing bagian bab adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, dalam bagian ini penulis menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori, bab ini berisi landasan teori, telaah pustaka, kerangka berpikir, hipotesis

BAB III Metodologi Penelitian, pada bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV Analisis Data Dan Pembahasan, pada bab ini penulis memaparkan pembahasan dari berbagai hasil pengumpulan data dan analisa mengenai hasil tersebut.

BAB V Penutup, bab ini menjelaskan temuan studi berupa kesimpulan dari keseluruhan pembahasan dan keterbatasan penelitian selama proses dari penyusunan penelitian ini.



## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Hasil Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung dari lapangan dengan menyebarkan kuesioner kepada 99 responden. Penelitian ini bertujuan untuk melihat Pengaruh Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Anggota Menabung Di KSPPS Kopena Pekalongan. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari keseluruhan hasil analisis yaitu:

1. Berdasarkan hasil uji t, nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas pelayanan adalah 7,653, yang melebihi nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa variabel independen dapat menjelaskan 58% variasi pada variabel dependen, sementara 42% sisanya dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Dengan ini  $H_{o1}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan anggota yang menabung di KSPPS KOPENA Pekalongan.
2. Berdasarkan hasil uji t, nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas pelayanan adalah 5,052, yang melebihi nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa variabel independen dapat menjelaskan 58% variasi pada variabel dependen, sementara 42% sisanya dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Dengan ini  $H_{o2}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara strategi pemasaran dan kepuasan anggota yang menabung di KSPPS KOPENA Pekalongan.

3. Berdasarkan hasil uji t, nilai  $t_{\text{hitung}}$  untuk variabel kualitas pelayanan adalah 5,052, yang melebihi nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa variabel independen dapat menjelaskan 58% variasi pada variabel dependen, sementara 42% sisanya dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Dengan ini  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara lokasi dan kepuasan anggota yang menabung di KSPPS KOPENA Pekalongan.
4. Berdasarkan hasil uji simultan dinyatakan nilai signifikan senilai  $0,000 < 0,05$  & nilai F hitung 46,060 atau lebih dari F tabel 2,699 *Adjusted R Square* menunjukkan angka sebesar 0,580, yang berarti bahwa variabel independent dapat menjelaskan variabel dependen dengan nilai sebesar 58% dan 42%, maka  $H_{04}$  ditolak dan  $H_{a4}$  diterima. Besarnya pengaruh secara simultan dijelaskan dalam Koefisien Determinasi dengan nilai *Adjusted R Square* senilai 58% sehingga Kepuasan Anggota dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan, strategi pemasaran dan lokasi senilai 42%. Maka dapat ditarik kesimpulan ada pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan lokasi terhadap kepuasan anggota menabung di KSPPS KOPENA Pekalongan.

#### **B. Keterbatasan penelitian**

Meskipun penelitian ini sudah disusun, direncanakan dengan baik tetapi masih menemui beberapa keterbatasan yaitu:

1. Tempat penelitian atau objek yang dijadikan penelitian hanya mengambil hanya satu kantor pusat KSPPS KOPENA Pekalongan, sehingga kurang mewakili.
2. Lokasi penelitian ini hanya fokus pada anggota KSPPS Kopena Pekalongan
3. Dalam mengisi kuesioner, responden terkadang mengisi tidak sesuai dengan opini responden sesungguhnya. Hal

tersebut karena perbedaan pemikiran, pemahaman dari responden juga faktor lainnya.

### **C. Implikasi**

1. Implikasi Teoritis, berharap adanya manfaat dari penelitian ini untuk pengembangan teori dan aplikasi selanjutnya mengenai pokok bahasan yang sama.
2. Implikasi praktis
  - a. Kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan lokasi berpengaruh simultan terhadap kepuasan nasabah. Dengan kata lain anggota merasa bahwa pelayan yang diberikan dengan baik,serta pemasaran produk sesuai yang diharapkan dan letak tempat perusahaan yang sangat strategis mudah dijangkau, maka dari itu anggota akan merasa puas.
  - b. Kepuasan anggota dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan lokasi. Ketika dua variabel tersebut berjalan dengan baik pastinya akan membuat kepuasan nasabah meningkat.
  - c. Hasil dari kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan lokasi terhadap kepuasan anggota secara simultan. Itu berarti KSPPS KOPENA Pekalongan harus memberikan pelayanan yang terbaik dan juga menjaga produk yang dipasarkan sesuai harapan serta letak yang strategis, dengan begitu hubungan akan terjalin dengan baik antara keduanya agar anggota setia untuk menggunakan jasa di KSPPS KOPENA Pekalongan.

### **D. Saran**

Berlandaskan hasil penelitian yang sudah dipaparkan, maka peneliti memaparkan saran dan rekomendasi yang sekiranya dapat menyalurkan dampak baik kepada pihak-pihak terkait atas hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk melaksanakan penelitian dengan mengembangkan atau menambah variabel lain yang memberikan dampak terhadap kepuasan nasabah seperti Harga, Komitmen, Loyalitas, Penanganan Masalah dan Kepercayaan serta memperlebar jangkauan riset sehingga dapat semakin menyempurnakan penelitian yang dilakukan sebelumnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, D. (2004). Mengembangkan Strategi Pemasaran Pada Tahap Daur Hidup Produk. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 74-92.
- Ahmad, A., & Ratnaningsih. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran, Layanan E-Banking Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bri Cabang Rajawali Surabaya. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(1), 101-116.
- Alfian, & Wendrita, A. (2023). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Kendaraan Bermotor Pada Pt. Asuransi Bumi Putra Muda Padang. *Jurnal Economina*, 2(1), 241-253.
- Arikonto, S. (1992). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Atmanegara, S. Y., Cahyono, D., & Sanosra, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*. Vol. 9, No.1, 79-89.
- Ayunindiya, w. T. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Anggota Primer Koperasi Kartika Karya Etmaka Jakarta. *Mediastima*. 29(1.2), 115-129.
- Budi, S. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Ksu Bmt Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto. *Skripsi*, 1-97.
- Casriyati, Kusyana, & Sanuri. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah Dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Serba Usaha Diefah Bangsa Pekadangan Indramayu. *Jurnal studi Islam*, 1-22.
- Donovan S, R., & Fadillah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel 101 Suryakencana Bogo. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*. Vol.1, No.1, 1-8.



- Efnita, t. (2017). Pengaruh variasi produk, Kualitas pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap kepuasan konsumen pada wedding organizer. *jurnal pemikiran dan penelitian administrasi bisnis dan kewirausahaan. vol. 2, No. 2*, 107-115.
- Fahrudin, M. F., & Yulianti, E. (2015). Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 5(1), 149-162.
- Farida, Saniyatun, B., & Mahfud, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Religious Behavior Sebagai Variabel Moderator. *Journal Of Economic, Business And Engineering*, 2(2), 348-356.
- Febriana, N. I. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 145-168.
- Febriana, N. I. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Keputusan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 145-168.
- Ferdiansyah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. *Jurnal Elektornik REKAMAN (Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi). Vol. 1, No. 1*.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis multivariate Dengan Program SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Ginting, N., & Barus, I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 10(2), 554-568.
- Habib, Z., & Mudhori. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di KSPPS BMT Kemitraan Bojonegoro. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Syariah*, 1(1), 31-48.

- Hadi, S. (1998). *Metodologi Riserch jilid I*. Yogyakarta: PT. Andi Offset.
- Hafsah, Efendi, A., & Ghani, I. (2018). Analisis SWOT Terhadap strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah (Studi PT. BNI SYARIAH, Tbk. Kantor Cabang Veteran. *Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, 1(2), 87-101.
- Haq, A. I., Hastari, S., & Ghifari, M. T. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Trenomina Coffe Shop Sebani Kota Pasuruan. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(10), 120-130.
- Huraini, Y., Zulaiha, E., & Dilawati, R. (2022). *Buku Saku Moderasi Beragama untuk Perempuan Muslim*. Bandung: Prodi S2 Studi Agama-Agama UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Ibrahim, M., & Tahwil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dsn Bisnis. Vol. 4, No. 1*, 175-182.
- Indrianto, N., & Supomo, B. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen, Cet. Ke-6*. Yogyakarta: BPFE.
- Irawan, H. (2003). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Computindo.
- Jayananda, W., & Suarmanayasa, I. N. (2022). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Dharma Sari Bumi Pagutan. *Jurnal Manajemen*. 8(1), 53-62.
- Karim, A., & Ichsan, R. N. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Jasa Raharja Medan. *Jurnal penelitian pendidikan sosial humaniora*, 6(1), 54-57.
- Kartjaya, H., & Sula, M. S. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Kasmir. (2008). *Bank Dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Khilmi, M., & Sinollah. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan di Lumbung Stroberi Kota Batu. *Jurnal Seketsa Bisnis*, 9(2), 214-225.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.

- Kotler, P., & Armstrong. (2001). *Manajemen Pemasaran Indonesia: Analisis, perencanaan, dan Pengendalian*. Yogyakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Terjemah Bob Sabran, Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- kotler, p., & Santoso, A. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba empat.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di I Cafe Lina Putra Net bandungan. *Jurnal Of Management*. Vol. 4, No. 4.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & PT, E. G. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di I Cafe Lina Putra Net Bandung. *Jurnal Manajemen*, 4(4), 1-15.
- Kurniawati, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Murabahah Pada Bank BRI Syariah KCP Ngawi. *Skripsi*, 1-114.
- Lestari, S. P. (2015). Hubungan Komunikasi dan Promosi dengan dengan memilih Jasa Layanan Kesehatan (Studi pada Rumah Sakit Islam lumajang). *Jurnal Interaksi*, 139.
- Mansandra, H., Chandrayanti, T., & Anggraini, M. D. (2023). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Resto Incim Alahan Panjang. *Jurnal Matua*, Vol. 5 No. 1, 15-28.
- Mansandra, H., Chandrayanti, T., & Anggraini, M. D. (2023). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Resto Incim Alahan Panjang. *Jurnal Pengembangan Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 15-28.
- Mariana, L., Salistia, F., & Sukarna. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Dalam Menabung di KSPPS Khairu Ummah Cabang Puraseda. *Economic Reviews Journal*, 124-144.

- Marimin, A., & Romadhoni, A. H. (2015). Perkembangan Bank Syariah di Indonesia . *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1 (02), 75-87.
- Moi, K. A., Kasim, A., & Mesakh, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Koperasi Terhadap Kepuasan Anggota (Studi Pada Koperasi Kredit Sinar Harapan Malapedho Kabupaten Ngada). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 14(2), 123-137.
- Muhajir, A., & Saputra, R. A. (2023). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Koperasi Syariah Mawar Lamongan. *Jurnal Transformasi*, 45-53.
- Mukuan, D. D., Sangi, I. M., & Tamengkel, L. F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana. *Productivity*, 3(2), 107-112.
- Nabilah, S., Lubis , A., & Tarigan, E. D. (2020). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aroma Bakery & Cake Medan, Vol.1 No.1. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 181-190.
- Naninsih, N., & Hardiyono. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Pembelian Produk Usaha Kecil Menengah (Ukm) 310 Di Makassar. *Jurnal manangemen dan Kewirausahaan*, Vol.1, No. 1, 47-61.
- Nasfi, Rahmad, & Sabri. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah, Vol. 4 No. 1. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 19-38.
- Nasution. (2004). *Pembelajaran Quantum Learning*. Bandung: Aglesindo.
- Niken, A. (2020). Pengaruh Lokasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Muamalat Kcp. Palopo. *Skripsi*, 1-70.
- Ningsih, A. R. (2021). Analisis Penerapan Prinsip Good Corporate Governance dalam perspektif Syariat Islam pada Bank Muamalat Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Perkembangan Bisnis*. 5(2), 18-27.
- Nurchahyo, A., & Solekah, N. A. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, penanganan komplain, dan kualitas produk terhadap kepuasan

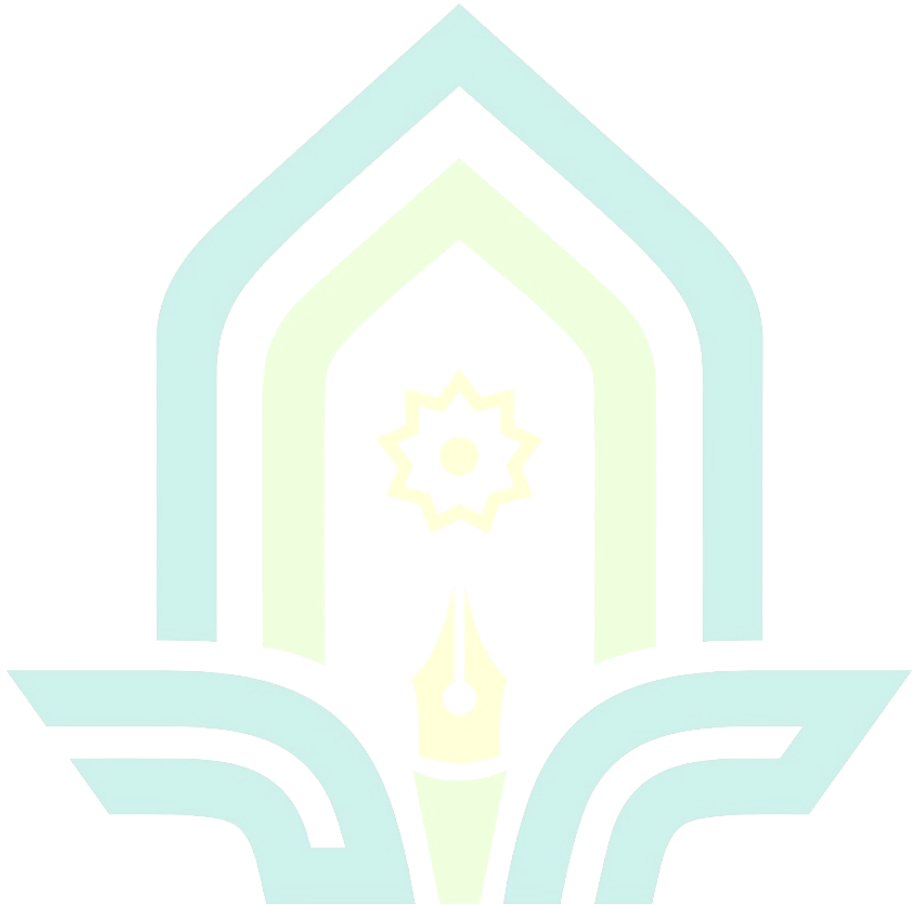
- nasabah (studi pada koperasi Syariah Murni Amanah Sejahtera Malang. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(4), 1421-1433.
- Purnama, L. (2001). *Strategi Marketing Plan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Purwanti, E. (2013). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*, 5(1), 13-28.
- Rabbani, L. F. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Pusat). *Skripsi*, 1-161.
- Rachman, A., Haura, A., Sari, D. P., & Faluthamia, M. A. (2022). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Dan Umrah Ib Pada Btn Kcps Tangerang. *Jurnal Pemikiran Perbankan Syaariaih*, 5(1), 43-58.
- Rachmat. (2014). *Manajemen Strategi*. Bandung: CV. Pustaka setia.
- Rebet, V., Mananeke, L., & Loindong, S. (2020). Pengaruh service Performance, Kepercayaan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank SulutGo Cabang Beo Vol.8 No.3. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 332-343.
- Salafudin, & Nalim. (2014). *Statistik Inferensial*. Pekalongan: STAIN Pekalongan Press.
- Santoso, S. (2014). *Statistik Multivariate*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Saputra, R., Siregar, B. G., & Hardana, A. (2021). Pengaruh strategi Pemasaran dan Pengetahuan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 2(4), 252-264.
- Sirait, S., & Sinaga, K. (2020). Analisis Strategi Pemasran Terhadap Minat Nasabah Pada Perbankan Di Pematangsiantar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 248-256.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS. Cet. Ke-1, Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.

- Situmeang, L. S. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan istana hot plate Medan. *Skripsi*.
- Soegoto, A. S. (2013). Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal EMBA*, 1271-1283.
- Sofiyanto, I., Fathoni, A., & Haryono, A. T. (2016). Pengaruh Lokasi, Tingkat Suku Bunga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pemilik Rumah (Studi Empiris Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang). *Journal Of Management*, 2(2), 1-14.
- Sondakh, C. (2014). Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* , 19-23.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian : Mixed Method*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi offset.
- Supranto, J., & Limakrisna, N. (2007). *Perilaku Konsumen dan Strategi pemasaran Untuk memenangkan Persaingan Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Supriono. (1985). *Manajemen Strategi Dan Kebijakan Bisnis*. Yogyakarta: BPF.
- Susanti, N., & Syahrian, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang) . *JURNAL ILMIAH FEASIBLE: Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi*, 1(1), 55-62.
- Swastha, B., & Irawan. (2003). *Manajemen Pemasran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tamwif, I. (2014). *Metode Penelitian*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.



- Tjiptono, F. (2009). *Service Marketing: Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis.
- Tyas, R. R., & Setiawan, A. (2012). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(2), 277-297.
- Umar, H. (2001). *Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran, Cetakan Pertama*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wahjono, & Imam, S. (2010). *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta : graha Ilmu.
- Wahyuningsih, N., & Nurul, J. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 295-314.
- Wibowati, J., & Octrainie, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang, Vol. 8 No. 2. *Jurnal Manajemen*, 15-31.
- Wicaksono, A., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Harga, lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Lazizaa Chicken & Pizza (Studi Kasus Pada Konsumen Lazizaa Chicken & Pizza Dinoyo Malang ). *Jurnal Manajemen*, 7(1), 148-161.
- Wijaya, Evelyn, & Ariyani, P. M. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung pada PT. Bank Maypada Internasional TBK Cabang A. Yani Pekanbaru. *Journal Of Economic, Business and Accounting*, 1(2), 283-296.
- Yana, L. (2016). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri (BSM) Tbk. Cabang Utama Bengkulu. *Skripsi*, 1-72.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Zendrato, K., Bate'e, M. M., Zalukhu, Y., & Zebua, S. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Taspen (Persero) Cabang Gunungsitoli, Vol. 4 No. 1. *Jurnal Wrta Dharmawangsa*, 126-1273.

- Zuhirsyah, M., & Nurlinda. (2021). Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah. *Jurnal Perbankan Syariah*, 2(2), 114-130.
- Zuriah, N. (2006). *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara .





## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. IDENTITAS DIRI

1. Nama : Muhammad Muslimin
2. Tempat tanggal lahir : Pekalongan, 22 Juli 1998
3. Alamat : Ds. Paweden Rt/Rw. 04/02,  
Kec. Buaran, Kab. Pekalongan
4. No. Hp : 082314813567
5. Email : muslimin2298@gmail.com
6. Nama Ayah : Kusnan (Alm)
7. Nama Ibu : Sukriyah

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : MII PAWEDEN
2. SMP : MTS IN BANYURIP
3. SMA : MAS SIMBANG KULON

Pekalongan, 26 Juni 2024



MUHAMMAD MUSLIMIN