

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji t (parsial)**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	25.269	8.334		3.032	.004
	TotalX1	-.095	.139	-.103	-.681	.500
	TotalX2	.083	.133	.095	.630	.533
	TotalX3	.435	.164	.401	2.658	.012

a. Dependent Variable: totally

*Sumber : Output SPSS Versi 23*

#### 1) Pengujian hipotesis 1

$H_o$  :  $b_1$  = Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah

$H_a$  :  $b_1$  = Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil dari perhitungan diatas diperoleh nilai signifikan variabel Kualitas Pelayanan adalah  $0,500 < 0,05$  maka  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

#### 2) Pengujian hepotesis 2

$H_o$  :  $b_2$  = Kepuasan Nasabah tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah

$H_a : b_2 =$  Kepuasan Nasabah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diperoleh nilai signifikan variabel Kepuasan Nasabah adalah  $0,533 < 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

### 3) Pengujian hipotesis 3

$H_0 : b_3 =$  Nilai Nasabah tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah

$H_a : b_3 =$  Nilai Nasabah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diperoleh nilai signifikan variabel Nilai Nasabah adalah  $0,012 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa Nilai Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

#### **b. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji f)**

Menurut Ghozali, (2018) Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat). Ketentuan dari penerimaan/penolakan hipotesis

adalah membandingkan dengan taraf signifikansi yang telah ditetapkan di penelitian ini yaitu sebesar 5% atau 0,05. Hasil dari pengujian uji F yang nilainya akan dibandingkan dengan signifikansi 0,05 atau 5%. Hasil uji f (simultan) dapat dilihat pada tabel 4.12 dibawah ini :

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji f (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	79.455	3	26.485	2.753	.057 <sup>b</sup>
	Residual	346.320	36	9.620		
	Total	425.775	39			

a. Dependent Variable: totally

b. Predictors: (Constant), TotalX3, TotalX2, TotalX1

*Sumber : Outpu SPSS Versi 23*

$H_0 =$  Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Nilai Nasabah secara simultan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah

$H_a =$  Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Nilai Nasabah secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil pada tabel diatas diperoleh nilai signifikan adalah  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal tersebut dapat disimpulkan Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Nilai Nasabah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

## **D. Pembahasan**

Dari hasil uji yang telah dilakukan oleh peneliti diperoleh bahwa ketiga variabel memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Penjelasan dari masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut dibawah ini :

### **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah**

Variabel Kualitas Pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelayanan (Y). Karena hasil uji t pada tabel 4.11 menunjukkan variabel diklat memperoleh nilai signifikan sebesar  $0,500 < 0,05$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y).

Kualitas Pelayanan merupakan titik sentral bagi koperasi karena mempengaruhi kepuasan nasabah dan kepuasan nasabah akan muncul apabila kualitas pelayanan yang diberikan dengan baik. Kualitas Pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak koperasi berupa hal yang berwujud namun dapat dirasakan oleh nasabah. Pengukuran kualitas pelayanan dapat dilihat dari suatu layanan yang telah diterima oleh nasabah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Syafii and Shobiha 2018) memperoleh hasil bahwa kualitas

pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Penelitian yang dilakukan (Setyawan 2022) memperoleh hasil bahwa pelayanan merupakan kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa.

## **2. Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah**

Variabel Kepuasan Nasabah (X2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Karena hasil uji statistik pada tabel 4.11 menunjukkan variabel komitmen organisasi memperoleh nilai signifikan sebesar  $0,533 < 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Nasabah (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y).

Kepuasan nasabah diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai. Pada dasarnya kepuasan nasabah itu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi. Kepuasan berasal dari nasabah itu sendiri. Nasabah bisa mengukur seberapa puas dan tidak puas mereka menggunakan apa yang disediakan koperasi sehingga koperasi harus bisa membuat kepuasan kepada nasabah dan calon nasabah.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Arianto and Nirwana 2021) memperoleh hasil bahwa Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan dan Kepuasan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas. Karena Kualitas pelayanan

tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas maka kepuasan tidak dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas.

### **3. Pengaruh Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah**

Variabel Nilai Nasabah (X3) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Karena hasil uji statistik pada tabel 4.11 menunjukkan variabel komitmen organisasi memperoleh nilai signifikan sebesar  $0,012 < 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dapat disimpulkan bahwa Nilai Nasabah (X3) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y).

Nilai nasabah (customer value) dalam koperasi ini yaitu ikatan emosional yang muncul antara pelanggan dengan produsen berupa manfaat ekonomi, fungsional dan psikologis dari konsekuensi pelanggan menggunakan produk dan jasa dalam memenuhi kebutuhan tertentu. Nilai nasabah koperasi ditentukan oleh dua hal yaitu biaya (cost) dan manfaat (benefit). Biaya mencakup biaya uang, waktu, energi dan psikologi. Manfaat mencakup produk, jasa, pribadi dan image koperasi.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Mahastika and Wilyadewi 2021), terkait nilai nasabah, perusahaan perlu untuk menurunkan biaya administrasi dan menurunkan tingkat suku bunga terhadap nasabah yang telah beberapa kali menggunakan atau memakai produk atau layanan koperasi. Menyimpulkan bahwa

terdapat pengaruh antara hasil Nilai Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah.

#### **4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah**

Pada tabel 4.12 Kualitas Pelayanan (X1), Kepuasan Nasabah (X2), Dan Nilai Nasabah (X3) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000, karena probabilitas  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya bahwa Kualitas Pelayanan (X1), Kepuasan Nasabah (X2), Dan Nilai Nasabah (X3) secara simultan mempengaruhi Loyalitas Nasabah (Y). Dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,119 yang berarti bahwa 11,9% Loyalitas Nasabah dapat dijelaskan oleh ketiga variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Nilai Nasabah.

Penelitian yang dilakukan (Arianto and Nirwana 2021), menunjukkan bahwa Memperoleh hasil bahwa Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan dan Kepuasan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas. Karena Kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas maka kepuasan tidak dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas. Dan penelitian yang dilakukan (Mahastika and Wilyadewi 2021), menunjukkan bahwa terkait kualitas pelayanan, perusahaan perlu untuk meningkatkan kecepatan dan ketanggapan dalam melayani dan menangani keluhan dan kesah dari nasabah, terkait nilai nasabah,

perusahaan perlu untuk menurunkan biaya administrasi dan menurunkan tingkat suku bunga terhadap nasabah yang telah beberapa kali menggunakan atau memakai produk atau layanan operasi. Terkait loyalitas nasabah, perusahaan perlu untuk menyediakan kotak kritik dan saran serta mulai menggunakan sistem digital agar mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi dan memberikan kritik, saran serta membagikan keluhan nasabah.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Kualitas Pelayanan (X1), Kepuasan Nasabah (X2), Dan Nilai Nasabah (X3) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y) pada Anggota nasabah di Koperasi Unit Desa “TANI JAYA” Kecamatan Puncu. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap terhadap Loyalitas Nasabah pada Anggota nasabah di Koperasi Unit Desa “TANI JAYA” Kecamatan Puncu, hal ini memberikan makna bahwa jika koperasi lebih memberikan kualitas pelayanan yang baik, secara tidak langsung akan memberikan daya tarik kepada anggota untuk menjadi anggota tetap koperasi dan bagi calon anggota akan lebih tertarik menjadi anggota koperasi.
2. Kepuasan Nasabah secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada Anggota Nasabah Koperasi Unit Desa “TANI JAYA”, hal ini memberikan makna bahwa jika kepuasan nasabah diberikan secara relevan kepada anggota dapat membantu meningkatkan kepuasan nasabah, hal ini akan memberikan rasa nilai dan kepuasan kepada anggota, yang dapat meningkatkan komitmen mereka terhadap koperasi.

3. Nilai Nasabah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada Anggota nasabah di Koperasi Unit Desa “TANI JAYA” Kecamatan Puncu, hal ini memberikan makna bahwa jika nilai nasabah diberikan lebih kepada anggota maka membantu meningkatkan emosional yang muncul antara nasabah dengan koperasi berupa manfaat ekonomi, fungsional dan psikologis dari konsekuensi nasabah menggunakan produk dan jasa dalam memenuhi kebutuhan tertentu. Ketika anggota merasa bahwa mereka nilai nasabah sangat penting bagi nasabah dari koperasi secara tidak langsung nilai nasabah mereka akan meningkat.
4. Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Nilai Nasabah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada Anggota nasabah di Koperasi Unit Desa “TANI JAYA” Kecamatan Puncu, hal ini memberikan makna bahwa jika koperasi memperhatikan faktor- faktor seperti kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan nilai nasabah agar Loyalitas Nasabah meningkat, maka koperasi harus menerima kritikan maupun saran dari para anggota nasabah koperasi.

## **B. Implikasi**

Implikasi dari temuan penelitian mencakup pada dua hal, yakni implikasi teoritis dan praktis. Implikasi teoritis berhubungan dengan kontribusinya diluar perusahaan dan implikasi praktis berkaitan dengan kontribusinya temuan penelitian terhadap penguatan kualitas pelayanan, kepuasan dan nilai nasabah bagi koperasi.

## **1. Implikasi Teoritis**

Loyalitas nasabah sangat berpengaruh penting bagi nasabah untuk tetap menjadi nasabah koperasi bukan hanya itu saja tapi lingkungan koperasi juga dapat berperan penting untuk kepuasan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

Sehingga untuk meningkatkan loyalitas nasabah koperasi unit desa “Tani Jaya” kecamatan puncu maka koperasi memperhatikan kualitas pelayanan, kepuasan dan nilai nasabah

## **2. Implikasi Praktis**

Hasil penelitian ini digunakan sbagai masukan bagi instansi terkait dan karyawan Koperasi Unit Desa “TANI JAYA” Kecamatan Puncu dalam melakukan tugas dan tanggungjawab terhadap para nasabanya, menciptakan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah agar menjadi nasabah yang berkualitas dan nasabah tetap dikoperasi.

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi kepada koperasi tentang pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan dan nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah.

## **C. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Bagi Koperasi Unit Desa “TANI JAYA” Kecamatan Puncu**

- a. Diharapkan anggota maupun koperasi di Koperasi Unit Desa “TANI JAYA” Kecamatan Puncu lebih memperhatikan faktor-faktor yang bisa meningkatkan Loyalitas Nasabah seperti kualitas pelayanan yang harus diperbaiki dengan menerima kritikan dan saran dari para anggota.
- b. Diharapkan dengan komunikasi yang terbuka membantu membangun kepercayaan dan rasa memiliki yang kuat di antara anggota nasabah koperasi dan koperasi. Ketika anggota merasa bahwa mereka dapat terus meningkatkan kepuasan nasabah , secara tidak langsung loyalitas nasabah mereka akan meningkat.
- c. Diharapkan dengan memberikan apresiasi dan penghargaan untuk pencapaian dan anggota-anggota koperasi seperti mrnjadi anggota tetap koperasi mereka, akan membuat penghargaan agar anggota koperasi tidak berpindah ke koperasi lain.
- d. Diharapkan dengan menyediakan program pengembangan kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan nila nasabah anggota. Identifikasi kebutuhan pengembangan anggota nasabah koperasi, dan sediakan pelatihan, workshop, atau program lainnya. Maka Loyalitas Nasabah akan meningkatkan.

## **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan memperbanyak variabel atau penggunaan variabel lain untuk mendapatkan temuan baru mengenai apa

saja yang dapat meningkatkan Loyalitas Nasabah dalam mencapai tujuanKoperasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N., & Nirwana, Y. K. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Simpanan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 7(2), 179–192. [https://doi.org/10.47329/jurnal\\_mbe.v7i2.658](https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v7i2.658)
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463>
- Chandra, Gregorius; Tjiptono, Fandy; and Chandra, Yanto, 2004, *Pemasaran Globa*., Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Fandy, Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hendra Hendra, A. S. (2021). *Manajemen Koperasi*.
- Imansyah, I., & Irawan, H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karaoke Inul Vizta Tanjung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 4(3), 319–329. <https://doi.org/10.35972/jieb.v4i3.236>
- Imansyah, I., & Irawan, H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karaoke Inul Vizta Tanjung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 4(3), 319–329. <https://doi.org/10.35972/jieb.v4i3.236>
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta
- Kotler, Philip, 1996, “ *Manajemen Pemasaran : Maketing Management 9e*” , Jakarta, PT. Prenhallindo.
- Kotler dan Armstrong, 2001, “ *Prinsip – Prinsip Pemasaran* “, edisi kedelapan, Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Mahastika, I. M., & Wilyadewi, I. I. D. A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Koperasi Simpan Pinjam Artha Sedana di Tabanan. *Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(2), 479–490.
- Marsidi, (2020). *Buku Profil Koperasi Unit Desa “TANI JAYA” Kecamatan Puncu*
- Octavia, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 35–39. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.35-39>

- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : ALFABETA.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Syafii, M., & Shobiha, L. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Koperasi Bina Syariah Ummah Wadeng Sidayu Gresik. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(2), 74–80. <http://journal.stienugresik.ac.id/index.php/jek/article/download/17/14>
- Setyawan, M. A. (2022). Jurnal Ekonomika dan Bisnis. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 8(2), 27–41.

## LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

Dalam rangka penyusunan skripsi, saya bermaksud untuk menguji teori tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Simpan Pinjam Pada Koperasi Unit Desa “TANI JAYA” Kecamatan Puncu”. Saya mengharapkan kesediaan anda untuk bekerjasama dengan cara memberikan informasi yang sejujurnya sesuai dengan tingkat pengalaman anda. Atas perhatian dan kerjasamanya, saya ucapkan terimakasih.

### A. Identitas Responden

Nama : \_\_\_\_\_  
 Jenis Kelamin :  Laki-Laki  Perempuan  
 Usia :  <30 Tahun  30-40 Tahun  >40 tahun  
 Pekerjaan :  Buruh/Karyawan  Petani  Pengang

### B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berilah jawaban pada pernyataan berikut sesuai dengan pendapat anda dengan cara memberi tanda centang (√) pada jawaban yang anda anggap sesuai, dimana masing-masing pernyataan diberi skor sebagai berikut :

Skor	Keterangan	Kode
1	Sangat Tidak Setuju	STS
2	Tidak Setuju	TS
3	Netral	N
4	Setuju	S
5	Sangat Setuju	SS



**KUALITAS PELAYANAN**

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Kelengkapan aplikasi dan alat tulis untuk nasabah					
2.	Kebersihan dan kerapian ruangan serta kerapian penampilan karyawan					
3.	Ketepatan waktu buka dan tutup jam pas pelayanan					
4.	Kecepatan, ketepatan dan pelayanan yang ramah					
5.	Kemampuan karyawan cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan nasabah					
6.	Memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh nasabah					
7.	Pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam melayani dan menyelesaikan keluhan nasabah					
8.	Komunikasi efektif dengan nasabah					
9.	Memberikan perhatian dengan setulus hati dalam melayani nasabah					
10.	Memberikan perhatian dan kesungguhan dalam melayani keluhan nasabah					

**KEPUASAN NASABAH**

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Koperasi menyediakan kotak kritik dan saran untuk nasabah					
2.	Koperasi menanggapi dengan cepat keluhan dari nasabah					
3.	Karyawan melakukan survey ke tempat lain untuk temuan-temuan baru untuk kepuasan nasabah					
4.	Koperasi mampu membuat strategi kepuasan nasabah					
5.	Menganalisis mantan nasabah seberapa kepuasan nasabah kepada koperasi					
6.	Menganalisis mantan nasabah seberapa tidak puasanya nasabah kepada koperasi					
7.	Survey seberapa besar kepuasan para nasabah					
8.	Mensurvey apa yang membuat nasabah merasa puas					

**NILAI NASABAH**

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Variasi produk membantu menyelesaikan keuangan dari nasabah dan calon nasabah					
2.	Berbagai macam jasa layanan sangat membantu kebutuhan pokok nasabah					
3.	Memberikan layanan yang terbaik kepada nasabah dan calon nasabah					
4.	Layanan yang terbaik menjadikan nasabah tetap di koeprasi					
5.	Karyawan mampu berkomunikasi dengan sopan dan santun kepada nasabah					
6.	Karyawan mampu berinteraksi dengan cepat dan tanggap					
7.	Nasabah menjadi nasabah tetap koperasi harus memberikan pernghargaan kepada nasabah					
8.	Memberikan kepuasan yang seimbang dengan pengorbanan nasabah kepada koperasi					

**LOYALITAS NASABAH**

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Nasabah mempercayai koperasi dikarenakan banyaknya nasabah koperasi yang menjadi nasabah tetap dan loyal					
2.	Nasabah merasa bahwa koperasi memiliki kemampuan untuk menyediakan produk barang atau jasa bagi nasabah					
3.	Mempunyai komitmen untuk memberikan informasi yang sesuai dibutuhkan					
4.	Nasabah memberikan sikap dan perilaku yang terbaik untuk koperasi					
5.	Nasabah memberikan tanggapan yang sesuai dengan harapan nasabah yang diberikan oleh koperasi					
6.	Nasabah memberikan tanggapan jika terjadi perubahan produk yang ada di koperasi					
7.	Nasabah disediakan kotak kritik dan saran untuk memberikan masukan kepada koperasi					
8.	Nasabah mengajak kerabat ataupun orang lain untuk menjadi nasabah dikoperasi dengan keunggulan koperasi					
9.	Nasabah harus berperilaku baik dan kooperatif					
10.	Nasabah harus memberikan yang terbaik untuk koperasi					



31	3	5	3	3	3	3	4	4	3	3	34
32	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
33	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	35
34	3	2	4	4	4	3	4	4	4	3	35
35	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
36	2	3	4	4	4	3	4	4	4	3	35
37	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	36
38	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	37
39	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
40	4	3	4	3	5	4	5	3	4	4	39

Variabel X2 (KEPUASAN NASABAH)									
NO	X2.1.	X2.1.	X2.2.	X2.2.	X2.3.	X2.3.	X2.4.	X2.4.	TOTAL
.	1	2	1	2	1	2	1	2	L
1	4	4	4	4	4	4	3	4	31
2	4	4	4	5	5	4	3	4	33
3	4	5	3	4	5	3	3	5	32
4	5	5	4	4	5	5	3	5	36
5	4	5	5	5	5	4	4	4	36
6	4	4	4	5	5	5	4	5	36
7	5	5	4	4	5	5	3	4	35
8	5	4	4	4	5	3	3	5	33
9	4	4	3	4	4	4	3	4	30
10	4	4	4	3	3	3	4	4	29
11	5	5	4	4	4	4	4	4	34
12	3	4	4	5	5	3	3	5	32
13	5	5	4	5	5	5	4	5	38
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32
15	4	4	3	4	4	2	3	5	29
16	4	5	5	5	4	3	3	4	33
17	5	5	5	5	4	4	5	5	38
18	5	5	3	4	4	3	3	5	32
19	5	5	3	5	5	5	1	5	34
20	5	4	3	4	4	3	5	5	33
21	5	5	3	5	5	4	5	5	37
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	4	4	3	4	4	3	3	4	29
24	3	4	3	4	4	3	1	4	26
25	2	4	3	3	4	2	2	4	24
26	4	5	3	4	4	3	2	3	28
27	3	5	3	3	4	4	1	5	28
28	2	2	3	3	2	2	4	4	22
29	3	4	3	3	4	3	1	4	25
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	4	4	4	4	5	5	2	5	33

32	4	4	3	4	4	3	3	4	29
33	5	5	4	5	5	4	3	4	35
34	4	4	4	4	3	3	4	4	30
35	4	4	4	4	4	4	4	4	32
36	4	3	3	4	4	4	3	4	29
37	4	5	4	4	4	5	5	4	35
38	5	4	4	5	5	5	4	5	37
39	4	4	4	4	5	3	1	5	30
40	4	5	4	4	5	4	5	2	33





33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	4	4	3	3	3	3	4	3	27
35	2	4	3	3	3	3	3	3	24
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	4	4	4	4	4	4	4	4	32
38	4	4	3	3	2	3	4	4	27
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	4	4	4	4	5	4	4	5	34



31	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	37
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
34	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	31
35	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	36
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
38	4	4	3	3	5	4	4	4	3	3	37
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
40	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	41

**LAMPIRAN 3**  
**GAMBARAN UMUM RESPONDEN**

**1. Data Responden Menurut Data Jenis Kelamin**

**Jenis Kelamin Responden**

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Laki-laki	25	62,5 %
2.	Perempuan	15	37,5 %
	Total	40	100%

**2. Data responden berdasarkan usia**

**Tingkat Usia Responden**

No.	Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1.	<30 tahun	13	32,5%
2.	30-40 tahun	15	37,5 %
3.	>40 tahun	12	30%
	Total	40	100%

**3. Data responden berdasarkan pekerjaan**

**Tingkat Pekerjaan Responden**

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Petani	24	60 %
2.	Pedagang	4	10%
3.	Buruh / Karyawan	12	30%
	Total	40	100%

**LAMPIRAN 4**  
**FREKUENSI TANGGAPAN RESPONDEN**

**A. Loyalitas Nasabah**

Item	Tanggapan Responden										Jumlah	
	STS		TS		N		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Σ	%
Y.1.1	0	0%	1	2,5%	9	22,5%	27	67,5%	3	7,5%	40	100%
Y.1.2	0	0%	0	0%	10	25%	26	65%	4	10%	40	100%
Y.2.1	0	0%	0	0%	13	32,5%	25	62,5%	2	5%	40	100%
Y.2.2	0	0%	0	0%	14	35%	23	57,5%	3	7,5%	40	100%
Y.3.1	0	0%	0	0%	13	32,5%	23	57,5%	4	10%	40	100%
Y.3.2	1	2,5%	0	0%	17	35%	22	55%	0	0%	40	100%
Y.4.1	0	0%	0	0%	10	25%	28	70%	2	5%	40	100%
Y.4.2	1	2,5%	0	0%	7	17,5%	28	70%	4	10%	40	100%
Y.5.1	0	0%	1	2,5%	13	32,5%	23	57,5%	3	7,5%	40	100%
Y.5.2	0	0%	1	2,5%	14	35%	23	57,5%	2	5%	40	100%

**B. Kualitas Pelayanan**

Item	Tanggapan Responden										Jumlah	
	STS		TS		N		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Σ	%
X1.1.1	0	0%	1	2,5%	18	45%	19	47,5%	2	5%	40	100%
X1.1.2	1	2,5%	4	10%	14	35%	18	45%	3	7,5%	40	100%
X1.2.1	0	0%	3	7,5%	10	25%	26	65%	1	2,5%	40	100%
X1.2.2	0	0%	1	2,5%	11	27,5%	27	67,5%	1	2,5%	40	100%
X1.3.1	1	2,5%	1	2,5%	8	20%	24	60%	6	15%	40	100%
X1.3.2	0	0%	1	2,5%	11	27,5%	23	57,5%	5	12,5%	40	100%
X1.4.1	0	0%	3	7,5%	10	25%	23	57,5%	4	10%	40	100%
X1.4.2	1	2,5%	0	0%	12	30%	26	65%	1	2,5%	40	100%
X1.5.1	1	2,5%	2	5%	8	20%	27	67,5%	5	12,5%	40	100%
X1.5.2	0	0%	0	0%	12	30%	22	55%	6	15%	40	100%

### C. Kepuasan Nasabah

Item	Tanggapan Responden										Jumlah	
	STS		TS		N		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Σ	%
X2.1.1	0	0%	2	5%	4	10%	22	55%	12	30%	40	100%
X2.1.2	0	0%	1	2,5%	1	2,5%	22	55%	16	40%	40	100%
X2.2.1	0	0%	0	0%	16	40%	21	52,5%	3	7,5%	40	100%
X2.2.2	0	0%	0	0%	5	12,5%	24	60%	11	27,5%	40	100%
X2.3.1	0	0%	1	2,5%	2	5%	21	52,5%	16	40%	40	100%
X2.3.2	0	0%	3	7,5%	14	35%	15	37,5%	8	20%	40	100%
X2.4.1	5	12,5%	3	7,5%	15	37,5%	12	30%	5	12,5%	40	100%
X2.4.2	0	0%	1	2,5%	1	2,5%	22	55%	16	40%	40	100%

### D. Nilai Nasabah

Item	Tanggapan Responden										Jumlah	
	STS		TS		N		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Σ	%
X3.1.1	1	2,5%	1	2,5%	9	22,5%	29	72,5%	0	0%	40	100%
X3.1.2	0	0%	0	0%	11	27,5%	25	62,5%	4	10%	40	100%
X3.2.1	1	2,5%	0	0%	7	17,5%	30	75%	2	5%	40	100%
X3.2.2	1	2,5%	0	0%	9	22,5%	27	67,5%	3	7,5%	40	100%
X3.3.1	2	5%	1	2,5%	9	22,5%	26	65%	2	5%	40	100%
X3.3.2	1	2,5%	0	0%	12	30%	24	60%	3	7,5%	40	100%
X3.4.1	0	0%	0	0%	12	30%	26	65%	2	5%	40	100%
X3.4.2	0	0%	1	2,5%	11	27,5%	26	65%	2	5%	40	100%

**LAMPIRAN 5**  
**UJI VALIDITAS DAN REABILITAS**

**A. KUALITAS PELAYANAN**

		X1.1.1	X1.1.2	X1.2.1	X1.2.2	X1.3.1	X1.3.2	X1.4.1	X1.4.2	X1.5.1	X1.5.2	TotalX 1
X1.1.1	Pearson Correlation	1	.096	.075	.043	.141	.257	.085	.042	.008	.079	.345 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)		.554	.645	.793	.386	.109	.603	.795	.961	.629	.029
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.1.2	Pearson Correlation	.096	1	.121	-.083	-.247	.324 <sup>*</sup>	.286	.279	.186	.164	.458 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.554		.458	.610	.125	.041	.074	.082	.251	.313	.003
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.2.1	Pearson Correlation	.075	.121	1	.238	.254	-.056	.329 <sup>*</sup>	.392 <sup>*</sup>	.358 <sup>*</sup>	-.073	.518 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.645	.458		.138	.114	.732	.038	.012	.023	.657	.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.2.2	Pearson Correlation	.043	-.083	.238	1	.218	.106	.264	.261	.542 <sup>**</sup>	.288	.531 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.793	.610	.138		.176	.515	.100	.104	.000	.071	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.3.1	Pearson Correlation	.141	-.247	.254	.218	1	-.064	.162	-.069	.278	-.098	.323 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)	.386	.125	.114	.176		.694	.317	.672	.083	.549	.042
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.3.2	Pearson Correlation	.257	.324 <sup>*</sup>	-.056	.106	-.064	1	.424 <sup>**</sup>	.462 <sup>**</sup>	.117	.158	.537 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.109	.041	.732	.515	.694		.006	.003	.471	.331	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.4.1	Pearson Correlation	.085	.286	.329 <sup>*</sup>	.264	.162	.424 <sup>**</sup>	1	.552 <sup>**</sup>	.403 <sup>**</sup>	.010	.706 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.603	.074	.038	.100	.317	.006		.000	.010	.950	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.4.2	Pearson Correlation	.042	.279	.392 <sup>*</sup>	.261	-.069	.462 <sup>**</sup>	.552 <sup>**</sup>	1	.378 <sup>*</sup>	-.064	.632 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.795	.082	.012	.104	.672	.003	.000		.016	.693	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.5.1	Pearson Correlation	.008	.186	.358 <sup>*</sup>	.542 <sup>**</sup>	.278	.117	.403 <sup>**</sup>	.378 <sup>*</sup>	1	.205	.690 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.961	.251	.023	.000	.083	.471	.010	.016		.204	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.5.2	Pearson Correlation	.079	.164	-.073	.288	-.098	.158	.010	-.064	.205	1	.313 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)	.629	.313	.657	.071	.549	.331	.950	.693	.204		.050
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
TotalX1	Pearson Correlation	.345 <sup>*</sup>	.458 <sup>**</sup>	.518 <sup>**</sup>	.531 <sup>**</sup>	.323 <sup>*</sup>	.537 <sup>**</sup>	.706 <sup>**</sup>	.632 <sup>**</sup>	.690 <sup>**</sup>	.313 <sup>*</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.029	.003	.001	.000	.042	.000	.000	.000	.000	.050	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



## B. KEPUASAN NASABAH

Correlations

		X2.1.1	X2.1.2	X2.2.1	X2.2.2	X2.3.1	X2.3.2	X2.4.1	X2.4.2	Totalx2
X2.1.1	Pearson Correlation	1	.468**	1.000**	.420**	.403*	.035	.150	.551**	.811**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.007	.010	.831	.356	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.1.2	Pearson Correlation	.468**	1	.468**	.112	-.065	.051	.226	-.021	.445**
	Sig. (2-tailed)	.002		.002	.492	.688	.754	.160	.899	.004
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.2.1	Pearson Correlation	1.000**	.468**	1	.420**	.403*	.035	.150	.551**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.007	.010	.831	.356	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.2.2	Pearson Correlation	.420**	.112	.420**	1	.645**	.234	.215	.551**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.007	.492	.007		.000	.146	.182	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.3.1	Pearson Correlation	.403*	-.065	.403*	.645**	1	.470**	.324*	.414**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.010	.688	.010	.000		.002	.041	.008	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.3.2	Pearson Correlation	.035	.051	.035	.234	.470**	1	.550**	.182	.459**
	Sig. (2-tailed)	.831	.754	.831	.146	.002		.000	.261	.003
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.4.1	Pearson Correlation	.150	.226	.150	.215	.324*	.550**	1	.093	.490**
	Sig. (2-tailed)	.356	.160	.356	.182	.041	.000		.569	.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.4.2	Pearson Correlation	.551**	-.021	.551**	.551**	.414**	.182	.093	1	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000	.899	.000	.000	.008	.261	.569		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Totalx2	Pearson Correlation	.811**	.445**	.811**	.715**	.706**	.459**	.490**	.660**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.000	.000	.003	.001	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### C. NILAI NASABAH

#### Correlations

	X3.1.1	X3.1.2	X3.2.1	X3.2.2	X3.3.1	X3.3.2	X3.4.1	X3.4.2	TotalX3
X3.1.1 Pearson Correlation	1	.296	.072	-.008	.451**	.150	.250	.139	.520**
Sig. (2-tailed)		.063	.660	.959	.004	.356	.120	.392	.001
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3.1.2 Pearson Correlation	.296	1	-.160	-.159	.122	.113	.497**	.510**	.439**
Sig. (2-tailed)	.063		.325	.326	.452	.486	.001	.001	.005
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3.2.1 Pearson Correlation	.072	-.160	1	.522**	.047	-.131	-.073	.185	.322*
Sig. (2-tailed)	.660	.325		.001	.772	.420	.655	.253	.043
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3.2.2 Pearson Correlation	-.008	-.159	.522**	1	.422**	.422**	-.017	.216	.564**
Sig. (2-tailed)	.959	.326	.001		.007	.007	.917	.180	.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3.3.1 Pearson Correlation	.451**	.122	.047	.422**	1	.698**	.240	.147	.742**
Sig. (2-tailed)	.004	.452	.772	.007		.000	.137	.365	.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3.3.2 Pearson Correlation	.150	.113	-.131	.422**	.698**	1	.457**	.338*	.701**
Sig. (2-tailed)	.356	.486	.420	.007	.000		.003	.033	.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3.4.1 Pearson Correlation	.250	.497**	-.073	-.017	.240	.457**	1	.572**	.597**
Sig. (2-tailed)	.120	.001	.655	.917	.137	.003		.000	.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3.4.2 Pearson Correlation	.139	.510**	.185	.216	.147	.338*	.572**	1	.638**
Sig. (2-tailed)	.392	.001	.253	.180	.365	.033	.000		.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
TotalX3 Pearson Correlation	.520**	.439**	.322*	.564**	.742**	.701**	.597**	.638**	1
Sig. (2-tailed)	.001	.005	.043	.000	.000	.000	.000	.000	
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## D, LOYALITAS NASABAH

### Correlations

	Y.1.1	Y.1.2	Y.2.1	Y.2.2	Y.3.1	Y.3.2	Y.4.1	Y.4.2	Y.5.1	Y.5.2	TotalY
Y Pearson .1 Correlation	1	.495**	.137	.127	.218	.066	.258	-.133	.299	.353*	.516**
.1 Sig. (2-tailed)		.001	.399	.435	.177	.686	.108	.415	.061	.026	.001
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Y Pearson .2 Correlation	.495**	1	.347*	.395*	.332*	.138	.576**	.070	.150	.135	.663**
.2 Sig. (2-tailed)	.001		.028	.012	.036	.395	.000	.670	.355	.406	.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Y Pearson .2 Correlation	.137	.347*	1	.385*	.189	-.108	.472**	.089	.121	.086	.486**
.1 Sig. (2-tailed)	.399	.028		.014	.244	.506	.002	.584	.456	.600	.001
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Y Pearson .2 Correlation	.127	.395*	.385*	1	.382*	-.100	.299	.083	.178	.010	.501**
.2 Sig. (2-tailed)	.435	.012	.014		.015	.538	.060	.612	.271	.950	.001
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Y Pearson .3 Correlation	.218	.332*	.189	.382*	1	.097	.376*	.275	.147	.256	.611**
.1 Sig. (2-tailed)	.177	.036	.244	.015		.552	.017	.086	.366	.111	.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Y Pearson .3 Correlation	.066	.138	-.108	-.100	.097	1	.000	.057	.370*	.450**	.382*
.2 Sig. (2-tailed)	.686	.395	.506	.538	.552		1.000	.726	.019	.004	.015
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Y Pearson .4 Correlation	.258	.576**	.472**	.299	.376*	.000	1	-.112	.203	.258	.605**
.1 Sig. (2-tailed)	.108	.000	.002	.060	.017	1.000		.492	.208	.108	.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Y Pearson .4 Correlation	-.133	.070	.089	.083	.275	.057	-.112	1	.181	.053	.317*
.2 Sig. (2-tailed)	.415	.670	.584	.612	.086	.726	.492		.264	.745	.047
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Y Pearson .5 Correlation	.299	.150	.121	.178	.147	.370*	.203	.181	1	.750**	.647**
.1 Sig. (2-tailed)	.061	.355	.456	.271	.366	.019	.208	.264		.000	.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Y Pearson .5 Correlation	.353*	.135	.086	.010	.256	.450**	.258	.053	.750**	1	.635**
.2 Sig. (2-tailed)	.026	.406	.600	.950	.111	.004	.108	.745	.000		.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Total Pearson Correlation	.516**	.663**	.486**	.501**	.611**	.382*	.605**	.317*	.647**	.635**	1
Total Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001	.001	.000	.015	.000	.047	.000	.000	
Total N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**A. Kualitas Pelayanan****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	11

**B. Kepuasan Nasabah****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.758	9

**C. Nilai Nasabah****Reliability Statistics**

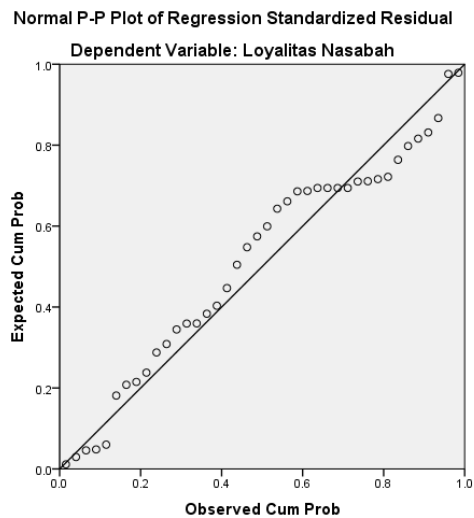
Cronbach's Alpha	N of Items
.735	9

**D. Loyalitas Nasabah****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.728	11

## LAMPIRAN 6 OUTPUT SPSS

### 1. Uji Normalitas



### 2. Uji Multikolinearitas

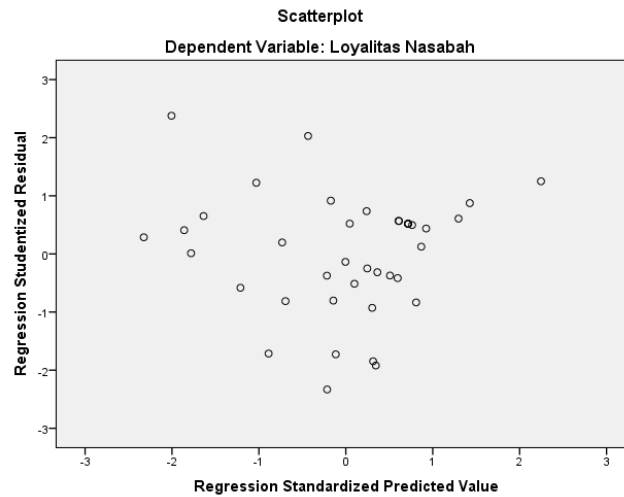
#### Hasil Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Pelayanan	.743	1.346
Kepuasan Nasabah	.737	1.356
Nilai Nasabah	.638	1.568

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

### 3. Uji Heteroskedastisitas



### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.269	8.334		3.032	.004
	TotalX1	-.095	.139	-.103	-.681	.500
	TotalX2	.083	.133	.095	.630	.533
	TotalX3	.435	.164	.401	2.658	.012

a. Dependent Variable: totally

### 5. Uji Determinasi R<sup>2</sup>

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.432 <sup>a</sup>	.187	.119	3.102

a. Predictors: (Constant), TotalX3, TotalX2, TotalX1

b. Dependent Variable: totally

## 6. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.269	8.334		3.032	.004
	TotalX1	-.095	.139	-.103	-.681	.500
	TotalX2	.083	.133	.095	.630	.533
	TotalX3	.435	.164	.401	2.658	.012

a. Dependent Variable: totally

## 7. Hasil Uji f (Simultan)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	79.455	3	26.485	2.753	.057 <sup>b</sup>
	Residual	346.320	36	9.620		
	Total	425.775	39			

a. Dependent Variable: totally

b. Predictors: (Constant), TotalX3, TotalX2, TotalX1



Yayasan Pembina Lembaga Pendidikan Perguruan Tinggi Negeri Kediri

## UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT (LPPM)

Alamat: Kampus I Jl. KH. Achmad Dahlan No. 76 Kediri (64112) Telp.(0354) 771576, Fax. 771576  
Website: <http://lp2m.unpkediri.ac.id>, Email: [lemilit@unpkediri.ac.id](mailto:lemilit@unpkediri.ac.id), [lemilit.unpkediri@gmail.com](mailto:lemilit.unpkediri@gmail.com)

Nomor : 22639.07/LPPM.UN PGRI Kd/V/2023  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Ijin Melakukan Penelitian

02 Mei 2023

Kepada Yth. KEPALA INSTANSI KOPERASI UNIT DESA "TANI JAYA" KECAMATAN PUNCU  
di : Jalan Raya Kepung Desa Gadungan Kec.Puncu Kab.Kediri

Dengan ini kami hadapkan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri:

NAMA : KHARISMA NURFADILA  
NPM : 19.1.02.02.0282  
FAK - PRODI : FEB-Manajemen  
Maksud : Ijin melakukan penelitian untuk penulisan Skripsi  
JUDUL :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP  
LOYALITAS NASABAH PADA KOPERASI UNIT DESA "TANI JAYA" KECAMATAN  
PUNCU

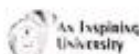
Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon bantuannya untuk memberi ijin kepada mahasiswa yang bersangkutan guna mendapatkan data-data penelitian pada lembaga yang bapak/ibu/sdr. pimpin sebagai bahan penulisan Skripsi Program Sarjana (S1).

Tembusan :  
1. Kaprodi  
2. Dosen Pembimbing 1 dan 2

a.n. Ketua  
Sekretaris LPPM,  
  
Dr. Rizky Aswi Ramadhani, M.Kom  
NIDN/0708049001



Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Nusantara PGRI Kediri







**KOPERASI UNIT DESA ( KUD )**

**“ TANI JAYA “**

KECAMATAN PUNCU KABUPATEN KEDIRI PROPINSI JAWA TIMUR  
 BADAN HUKUM No. 4428 B/BH/II/80 Tgl 23 September 1996  
 NPWP 1.233.995.8-622

**SURAT KETERANGAN**

No. : 26 / KUD.22 / UM / V / 2023

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Manager Umum KUD TANI JAYA Kecamatan Puncu , Kabupaten Kediri , menerangkan bahwa :

Nama : Kharisma Nurfadila  
 N P M : 19.1.02.02.0282  
 FAK - PRODI : FEB-Manajemen  
 Perguruan Tinggi : Universitas Nusantara PGRI Kediri

Benar – benar telah melakukan penelitian dengan cara mengumpulkan data – data dan melihat obyek KUD TANI JAYA Kecamatan Puncu, Kabupaten Kediri secara langsung dalam rangka menyusun skripsi dengan judul :

“ PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA KOPERASI UNIT DESA “ TANI JAYA “ KECAMATAN PUNCU “

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya .

Puncu, 17 MEI 2023

PENGURUS

KUD TANI JAYA PUNCU

**Ir. JOKO SUHARTO**



## BERITA ACARA KEMAJUAN PEMBIMBINGAN PENULISAN KARYA TULIS ILMIAH

1. NAMA MAHASISWA : KHARISMA NURFADILA  
 NPM : 19 1 02 02 0282  
 Fak/Jur/Prodi : EKONOMI DAN BISNIS / MANAJEMEN  
 Alamat Rumah : JL ARJUNA. DS ASMOROBANGUM. KEC PUNCU  
 Alamat email : kharismanurfadila123@gmail.com  
 No. Telp. / HP : 0857 4617 0739
2. DOSEN PEMBIMBING I : EMA NURZAINUL H., M.M.  
 Alamat Rumah : Dsn. Blabak RT 02/ RW 04 Desa Blabak Kandat  
 Alamat email : emohakimah@uppkediri.ac.id  
 No. Telp. / HP. : 0856 4663 1927
3. DOSEN PEMBIMBING II : SIGIT RATNANTO, M.M.  
 Alamat Rumah : RT. 03 RW 09 CAMPURDARAT TULUNGAGUNG  
 Alamat email : Sigitratnanto@unpkediri.ac.id / sgt.ratnanto@gmail.com  
 No. Telp. / HP. : 081332155111
4. JUDUL KTI :  
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN DAN NILAI  
NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH SIMPAN PINJAM  
PADA KOPERASI UNIT DESA " TAN JAYA " KECAMATAN  
PUNCU

Catatan :

1. Periode Bimbingan (Sesuai SK Rektor) : \_\_\_\_\_  
 2. Jadwal Bimbingan : \_\_\_\_\_

	Hari	Pukul	Tempat / Ruang
Pembimbing I	Rabu	09.00 - 14.30	L3
	Kamis	13.00 dan 18.00	K2 dan J13
Pembimbing II	Selasa	12.00 - 13.00	J19 / Prodi
	Kamis	12.00 - 13.00	J19 / Prodi

3. Kemajuan Bimbingan : \_\_\_\_\_

## Pembimbing I


NO	TANGGAL	MATERI	MASALAH	TT. DOSEN
1.	17/04 2023	Jurnal	revisi & hubung X <sub>3</sub>	♀
2	17/04 2023	Jurnal	ACC dilanjutkan	♀
3	28/04 2023	Bab 1	alur fenomena frays unam - klunor	♀
		Bab 1	Sipertekmat referensi & buku & praktik	♀
		Bab 1, 2, 3	Bab 1 rumusan, bab 2 praktik	♀
		Bab 1, 2	ACC	♀
4.	10/05 2023	Bab 3	Def op var & hely analisis	♀
5	24/05 2023	Kuisiion	revisi 1 var per ind kata 2 pyakaa	♀
6	09/07 2023	Bab 3 ACC	Kuin ACC	♀
7		Bab 4	ACC lanjut Bab 5 input implikasi	♀
		Bab 5	ACC Rifth-city	♀

## Pembimbing II

NO.	TANGGAL	MATERI	MASALAH	TT. DOSEN
1.	09/05 2023	Case	ACC	♀
2.	18/05 2023	BT	Case II, fermen data ready	♀
3.	10/05 2023	BT	Case case + input	♀
4.	09/06 2023	BT	art of, then input kesau	♀
5.	29/06 2023	BT	Unit depul	♀
6.	30/06 2023	BT	system	♀
7.	09/07 2023	Case + BT	anal form	♀
		BT	ACC → input	♀

  
 RESTIN MELINA, M.M.

Kediri,  
Mahasiswa Ybs.

  
 KHARISMA NURFADILA  
 NPM 191.02.02.022