### KUALITAS PELAYANAN, DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM BERKAH USAHA GROBOGAN

****

### SKRIPSI

### Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Islam Batik Surakarta

**Oleh :**

**DIEAGO ARIF SURYANTO**

**NIM : 2017020171**

**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS ISLAM BATIK SURAKARTA**

**2022**

# **HALAMAN PERSETUJUAN**

Yangbertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul

**KUALITAS PELAYANAN, DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP**

**LOYALITAS NASABAH PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM**

**BERKAH USAHA GROBOGAN**

**Oleh :**

**Dieago Arif Suryanto**

**NIM.2017020171**

Disetujui Untuk Dipertahankan Dihadapan Panitia Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta

Surakarta,31 Januari 2022

Pembimbing I Pembimbing II

Dr.Ec.Dra.Hj.Istiatin,SE.MM Ratna Damayanti, ST., MM.

Mengetahui

Kepala Program Studi Manajemen

**Fithri Setya Marwati,S.E.,MM**.

NIDN.0603088405

# **HALAMAN PENGESAHAN**

Telah disetujui dan disahkan dengan baik oleh tim penguji skripsi program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta Pada :

Tim Penguji Skripsi

1. Dr.Ec.Dra.Hj.Istiatin,SE.MM (………………………….)

Ketua

1. Ratna Damayanti, ST., MM. (…………………………)

Sekretaris

1. (…………...……………)

Anggota

Mengetahui

Dekan

Fakultas Ekonomi UNIBA Surakarta

**Dr.Ec.Dra.Hj.Istiatin,SE.MM**

**NIDN: 06211045901**

# **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dieago Arif Suryanto

NIM : 2017020171

Judul Skripsi : kualitas pelayanan, dan penanganan keluhan terhadap loyalitas

Nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Berkah Usaha Grobogan

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang diacu dalam naskah ini secara tertulis dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Surakarta, Februari 2022

(Dieago Arif Suryanto)

# **MOTTO**

Jangan pernah berhenti belajar karena hidup tidak pernah berhenti mengajar

( Gema Geoyardi )

*All Is Well*

“Semua akan baik-baik saja”

( Film 3 Idiots )

*Patience is a virtue, and I learned patience. It's a hard lesson*

“Kesabaran adalah suatu kebajikan, dan aku belajar kesabaran. Ini pelajaran yang sulit”

(Elon Musk)

# **PERSEMBAHAN**

Skripsi yang berjudul “ Kualitas pelayanan, dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Berkah Usaha Grobogan “ ini, Penulis persembahkan kepada :

* + - 1. Untukmu Surgaku yang kulihat matamu memerah tiap selesaikan sholat sungguh benar seperti udara kasih yang engkau berikan dan untukmu pula pahlawanku yang selalu menahan lelah karena melawan panas dan hujan untuk kesejahteraan keluarga yang di kasihi. Lelah dan perjuanganmu mu telah mengantar ku sampai disini tapi hanya kata terimakasih lah yang bisa ku beri saat ini. Orang Tuaku
      2. Sahabat-sahabat saya yang selalu mendukung dan menyemanti.
      3. Keluarga besar Universitas Islam Batik Surakarta terutama bagi para Dosen Fakultas Ekonomi, terimakasih atas bimbingannya selama ini, semoga bimbingan yang saya dapatkan menjadi keberkahan bagi kita semua.

# **KATA PENGANTAR**

Puji syukur alhamdulillah kepada allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah serta karunia-nya kepada penulis sehingga penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : “kualitas pelayanan, dan penanganan keluha terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Berkah Usaha Grobogan” skripsi ini disususn untuk memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Islam Batik Surakarta Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis ucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. H. Amir Junaedi, SH, MH selaku Rektor Universitas Islam Batik Surakarta.
2. Dr. Ec. Dra. Hj.Istiatin, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta.
3. Fitrhi Setya Marwati, SE, MM selaku kepala program Studi Manajemen Universitas Islam Batik Surakarta.
4. Dr. Ec. Dra. Hj. Istiatin, SE, MM selaku Pembimbing I yang telah memberikan pengarahan dan dukungan selama penyusunan skripsi.
5. Ratna Damayanti, ST, MM. selaku Pembimbing II yang telah memberikan pengarahan dan dukungan selama penyusunan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi program studi Manajemen yang telah memberikan ilmu teori maupun praktek selama perkuliahan di Universitas Islam Batik Surakarta .
7. Nasabah Koperasi Berkah Usaha Grobogan yang telah bersedia memberi jawaban kuesioner penelitian ini.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang membutuhkannya.

Surakarta, Februari 2022

Penulis

(Dieago Arif Suryanto)

# **DAFTAR ISI**

**HALAMAN PERSETUJUAN** i

**HALAMAN PENGESAHAN** ii

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI** iii

**MOTTO** iv

**PERSEMBAHAN** v

**KATA PENGANTAR** vi

**DAFTAR ISI** viii

**DAFTAR TABEL** xii

**DAFTAR GAMBAR** xiii

***ABSTRACT*** xiv

**Abstrak** xv

**BAB I** 1

**PENDAHULUAN** 1

**A.** **Latar Belakang** 1

**B.** **Rumusan Masalah** 4

**C.** **Batasan Masalah** 4

**D.** **Tujuan Penelitian** 5

**E.** **Manfaat Penelitian** 5

**BAB II** 7

**TINJAUAN PUSTAKA** 7

**A.** **Loyalitas Nasabah** 7

1. Pengertian Loyalitas 7

2. Tahapan Loyalitas 8

3. Tipe Loyalitas Pelanggan 9

4. Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas 11

5. Indikator Loyalitas 11

**B.** **Kualitas Pelayanan** 12

1. Pengertian Kualitas Pelayanan 12

2. Sifat – sifat Pelayanan Jasa 13

3. Ciri – ciri kualitas pelayanan yang baik 13

4. Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan 14

5. Indikator Kualitas Pelayanan 14

**C.** **Penanganan Keluhan** 15

1. Pengertian Keluhan 15

2. Langkah Mengatasi Keluhan 16

3. Keuntungan Penanganan Keluhan 16

4. Faktor Yang Mempengaruhi Penanganan Keluhan 17

5. Indikator Penanganan Keluhan 17

**D.** **Penelitian Yang Relevan** 18

**E.** **Kerangka Pemikiran** 23

**F.** **Hipotesis** 24

**BAB III** 25

**METODOLOGI PENELITIAN** 25

**A.** **Desain Penelitian** 25

**B.** **Waktu Dan Tempat Penelitian** 25

**C.** **Populasi dan, Sampel** 25

1. Populasi 25

2. Sampel 26

3. Teknik Sampling 27

**D.** **Jenis dan Sumber Data** 27

1. Jenis Data 27

2. Sumber Data 27

**E.** **Teknik Pengumpulan Data** 28

1. Observasi 28

2. Wawancara (Interview) 28

3. Kuesioner 29

4. Studi Kepustakaan 29

**F.** **Definisi Operasional Variabel** 29

**G.** **Uji Instrumen** 31

1. Uji Validitas 31

2. Uji reliabilitas 31

**H.** **Analisis Data** 32

1. Uji Asumsi Klasik 32

**I.** **Uji Hipoteis** 34

1. Analisis Regresi Linear Berganda 34

2. Uji Signifikan Simultan (Uji F) 34

3. Uji t 36

4. Uji Koefisien Determinan (R2) 37

**BAB IV** 38

**HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA** 38

**A.** **Gambaran Umum Perusahaan** 38

1. Gambaran Umum Koperasi Berkah Usaha Grobogan 38

2. Deskripsi Responden 38

**B.** **Hasil Uji Intrumen** 41

1. Hasil Uji Validitas 41

2. Hasil Uji Reliabilitas 43

**C.** **Analisis Data** 44

1. Uji Normalitas 44

2. Uji Multikolinearitas 46

3. Uji Heterokedastisitas 47

**D.** **Uji Hipotesa** 49

1. Uji Regresi Linear Berganda 49

2. Koefisien Determinasi (R2) 51

3. Uji F 52

4. Uji parsial (Uji t) 54

**E.** **Pembahasan** 55

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah 55

2. Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah 56

**BAB V** 59

**KESIMPULAN DAN SARAN** 59

**A.** **Kesimpulan** 59

**B.** **Saran** 59

**Daftar Pustaka** 61

**LAMPIRAN** 64

# **DAFTAR TABEL**

[Tabel I.1 Data Anggota Nasabah Koperasi Berkah Usaha Grobogan 3](#_Toc95838953)

[Tabel III.1 Definisi Operasional Variabel 30](#_Toc95838954)

[Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 39](#_Toc95838955)

[Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 39](#_Toc95838956)

[Tabel IV.3 Karaketristik Responden Berdasarkan pendapatan Bulanan 40](#_Toc95838957)

[Tabel IV.4 Karaketristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 41](#_Toc95838958)

[Tabel IV.6 Hasil Uji Kualitas Pelayanan 42](#_Toc95838959)

[Tabel IV.7 Hasil Uji Penanganan Keluhan 43](#_Toc95838960)

[Tabel IV.8 Hasil Uji Reliabilitas 43](#_Toc95838961)

[Tabel IV.9 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test 44](#_Toc95838962)

[Tabel IV.10 Hasil Uji Multikolinearitas 46](#_Toc95838963)

[Tabel IV.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas 47](#_Toc95838964)

[Tabel IV.12 Analisis Regresi Linear Berganda 49](#_Toc95838965)

[Tabel IV.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2) 50](#_Toc95838966)

[Tabel IV.14 Hasil Uji F 51](#_Toc95838967)

[Tabel IV.15 Hasil Uji t 53](#_Toc95838968)

# **DAFTAR GAMBAR**

[Gambar II.1 Kerangka Pemikiran 24](file:///D:\Dieago%20arif%20S%202017020171\REVISIAN%20SIDANG%20SKRIPSI\fix\DIEGO%20BAB1-5%20copy%20fix.docx#_Toc95851520)

[Gambar III.1 Kurva Uji F 35](#_Toc95851521)

[Gambar III.2 Kurva Uji t 36](#_Toc95851522)

[Gambar IV.1 Grafik Histogram Normalitas 45](#_Toc95851523)

[Gambar IV.2 Grafik normal P.P Plot 45](#_Toc95851524)

[Gambar IV.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas 48](#_Toc95851525)

[Gambar IV.4 Kriteria Pengujian Uji t 52](file:///D:\Dieago%20arif%20S%202017020171\REVISIAN%20SIDANG%20SKRIPSI\fix\DIEGO%20BAB1-5%20copy%20fix.docx#_Toc95851526)

[Gambar IV.5 Kurva Uji t 54](#_Toc95851527)

# ***ABSTRACT***

***DIEAGO ARIF SURYANTO, NIM: 2017020171, JUDUL: TITLE:* *"QUALITY OF SERVICE, AND HANDLING OF COMPLAINTS TO CUSTOMER LOYALTY IN THE SAVE AND LOAN COOPERATION OF BENEFITS OF GROBOGAN BUSINESS"*** *Thesis, Faculty of Management Economics, Islamic University of Batik Surakarta, 2022*

*This study aims to determine the quality of service, and the handling of complaints simultaneously and significantly affects customer loyalty at the Savings and Loans Cooperative Berkah Usaha Grobogan.*

*This type of research is descriptive quantitative. Data collection techniques in this study were observation, interviews, and questionnaires. The sampling technique was purposive sampling as many as 100 customers with multiple linear regression method.*

*The results of this study are the quality of service, and complaint handling has a simultaneous and significant effect on customer loyalty of the Grobogan Business Savings and Loans Cooperative.*

*Keywords: Service Quality and Complaint Handling, Customer Loyalty*

# **Abstrak**

**DIEAGO ARIF SURYANTO, NIM: 2017020171, JUDUL: “KUALITAS PELAYANAN, DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM BERKAH USAHA GROBOGAN”** Skripsi, Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Islam Batik Surakarta, 2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan, dan penanganan keluhan berpengaruh secara silmutan dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Berkah Usaha Grobogan.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, kuisioner. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling* sebanyak 100 nasabah dengan metode regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan, dan penanganan keluhan berpengaruh secara silmutan dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Koperasi Simpan Pinjam Berkah Usaha Grobogan

Kata kunci: Kualitas Pelayanan Dan penanganan Keluhan, Loyalitas Nasabah

# **BAB I**

# **PENDAHULUAN**

## **Latar Belakang**

Kemajuan bisnis koperasi pada era saat ini menuntut lembaga keuangan khususnya pada bisnis koperasi simpan pinjam harus lebih berinovatif dalam melayani masyarakat. Salah satunya adalah memberikan kualitas pelayanan dan penanganan keluhan yang baik pada para nasabah agar perusahaan dapat mempertahankan loyalitas nasabah. Bisnis koperasi merupakan bisnis jasa yang berdasarkan asas kepercayaan, sehingga dalam memilih tempat untuk meminjam dana masyarakat tentunya harus benar-benar diseleksi untuk memilih koperasi mana yang tepat untuk melakukan peminjaman dana. Adanya risiko pada koperasi simpan pinjam maka banyak faktor yang harus dipertimbangkan oleh nasabah sebelum meminjam dana, pemilihan sebuah koperasi yang akan digunakan untuk meminjam dana.

Kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan suatu bisnis. Hal ini didasari oleh penelitian yang dilakukan oleh Waguespack *et al.* (2007) dan Tidtichumremporn *et al.* (2010) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dari sebuah jasa tidak dapat dikesampingkan. karena dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dalam memperoleh nasabah dan kepuasan dari nasabah. (Parasuraman *et al.,* 1985; Zeithamel *et al.,* 1996). untuk membentuk kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, koperasi yang merupakan industri jasa, harus meningkatkan kualitas layanannya. Kualitas layanan didefinisikan sebagai sejauh mana layanan sebuah perusahaan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Penanganan keluhan nasabah pada koperasi saat ini menjadi salah satu kunci utama suatu koperasi agar terus tumbuh dan berkembang. Jika nasabah merasa tidak mendapatkan layanan yang baik saat menyampaikan keluhan maka nasabah akan dengan mudah beralih (Salay, 2008). Proses penanganan keluhan yang baik dapat mempengaruhi loyalitas nasabah sehingga tidak berpindah ke koperasi lain. Dalam hal ini, bagaimana upaya pihak koperasi dalam memberikan informasi yang jelas dan dapat dipercaya kepada nasabah (Artanti, 2011). Sedangkan menurut (Tjiptono, 2005) yang dimaksud dengan keluhan adalah penyampaian keluahan secara langsung dan atau meminta kompensasi kepada perusahaan maupun penyaluran. Komplain akan terus meningkat apabila pelanggan merasa tidak mendapatkan layanan yang tidak baik saat menyampaiakan keluhan. Hal ini menyebabkan pelanggan akan dengan mudah berpindah ke tempat lain yang diangggap bisa memberikan layanan terhadap komplain dengan baik (Jarrar, 2003).

Semua bisnis yang menyediakan layanan jasa sangat tergantung pada bagaimana membangun hubungan jangka panjang yang berkonsentrasi pada mempertahankan loyalitas nasabah (Rousan, 2010). Dalam hal ini, loyalitas sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Loyalitas nasabah merupakan sebuah usaha nasabah untuk tetap setia dengan kesadaran, kesan kualitas, kepercayaan dan kebangggan yang kuat terhadap suatu produk yang diikuti pembelian ulang (Hadiyati, 2010). Nasabah atau konsumen loyal pada suatu perusahaan, adalah nasabah yang tidak akan berpindah ke koperasi lain untuk menginvestasikan uangnya. Hal tersebut sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Singh (2006).

Tabel I.1 Data Anggota Nasabah Koperasi Berkah Usaha Grobogan

|  |  |
| --- | --- |
| Tahun | Jumlah (Orang) |
| 2018 | 1.854 |
| 2019 | 1.278 |
| 2020 | 2.468 |
| 2021 | 1.137 |

Sumber : Koperasi Simpan Pinjam Berkah Usaha

Berdasarkan tabel diatas dapat terlihat bahwa jumlah nasabah koperasi simpan pinjam Berkah Usaha masih mengalami fluktuatif dari tahun ke tahun. pada tahun 2020 sampai di tahun 2021 penurunan yang terjadi lebih dari 50% dari total nasabah pada tahun 2020. Hal ini harus diperhatikan oleh perusahaan dengan menganalis keluhan-keluhan pelanggan. Berdasarkan hasil pengamatan dan survei terhadap beberapa nasabah, dapat diketahui bahwa pelayanan dikoperasi Simpan Pinjam Berkah Usaha belum dapat maksimal. Contohnya durasi waktu pelayanan yang lama. Hal ini tentu saja dapat mempengaruhi loyalitas nasabah kedepannya. Untuk hal tersebut perlu dianalisis faktor – faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah agar perusahaan dapat memenuhi harapan dari nasabah.

Penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan dan penanganan keluhan sebagai variabel independen. Obyek yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari nasabah koperasi Berkah Usaha Grobogan. Berdasarkan penjelasan di atas maka akan melakukan penelitian dengan judul **”Kualitas Pelayanan, Dan Penangann Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah di Koperasi Simpan Pinjam Berkah Usaha Grobogan”.**

## **Rumusan Masalah**

1. Apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi koperasi Berkah Usaha Grobogan ?
2. Apakah ada pengaruh antara penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Berkah Usaha Grobogan ?
3. Apakah terdapat pengaruh secara silmutan antara kualitas pelayanan dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Berkah Usaha Grobogan ?

## **Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini penulis memberi batasan agar penelitian yang dilakukan lebih terarah dan tidak terjadi pembahasan yang terlalu luas yang dapat menyebabkan perbedaan pemahaman antara penulis dan pembaca. Pembatasan masalah yang ditetapkan adalah sebagai berikut :

Penelitian dibatasi pada loyalitas nasabah terhadap kualitas pelayanan, dan penanganan keluhan pada Koperasi Simpan Pinjam Berkah Usaha Grobogan.

## **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Berkah Usaha Grobogan.
2. Untuk mengetahui pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah Koperasi Simpan Pinjam Berkah Usaha Grobogan.

## **Manfaat Penelitian**

1. Bagi Koperasi Simpan Pinjam Berkah Usaha Grobogan

Pada akhirnya penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak Koperasi Simpan Pinjam Berkah Usaha Grobogan untuk meningkatkan loyalitas pada para nasabah sehubungan dengan kualitas pelayanan, dan penanganan keluhan yang disediakan. Dengan demikian, pihak koperasi Berkah Usaha dapat meningkatkan loyalitas nasabah yang lebih baik sehingga tujuan perusahaan dapat dicapai.

1. Bagi Universitas

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan referensi bacaan ilmiah bagi mahasiswa dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan acuan penulisan karya ilmiah.

1. Bagi Penulis

Diharapkan dapat menambah wawasan yang lebih luas sehingga dapat mengembangkan cara berfikir dan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah.

# **BAB II**

# **TINJAUAN PUSTAKA**

## **Loyalitas Nasabah**

### Pengertian Loyalitas

Menurut Normasari dkk, (2013), loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen terhadap perusahaan, merek maupun produk. Cahyaningdyah, (2013) mendefinisikan loyalitas adalah sikap menyenangi terhadap suatu merek yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu sepanjang waktu. Menurut Mardikawati & Farida, (2013), loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang.

Sedangkan menurut Musanto, (2004) berpendapat bahwa seseorang pelanggan dikatakan setia atau loyal apabila pelanggan tersebut menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan pelanggan membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu.

Menurut Irawan (2012) loyalitas merupakan komitmen terhadap perusahaan, merk ataupun pemasok yang didasarkan atas sikap positif yang tercermin dalam bentuk pembelian yang berulang secara konsisten. Pelanggan yang benar-benar loyal bukan saja sangat potensial menjadi word-of-mouth advertisers, namun kemungkinan besar juga loyal pada portofolio produk dan jasa perusahaan selama bertahun-tahun.

Menurut Tjiptono (2012) loyalitas pelanggan dalam konteks pemasaran jasa sebagai respons yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari kontinuitas relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian berkelanjutan dari penyedia jasa yang sama atas dasar dedikasi maupun kendala pragmatis.

### Tahapan Loyalitas

Beberapa Tahap-Tahap Loyalitas Pelanggan, sebagai berikut: (Etta Mamang dan Sopiah, 2013)

1. Terduga (suspects), meliputi semua orang yang mungkin akan membeli barang atau jasa perusahaan, tetapi sama sekali belum mengenal perusahaan dan barang atau jasa yang ditawarkan.
2. Prospek (prospects), merupakan orang-orang yang memiliki kebutuhan akan produk atau jasa tertentu dan mempunyai kemampuan untuk membelinya. Meskipun belum melakukan pembelian, para prospek telah mengetahui keberadaan perusahaan barang atau jasa yang ditawarkan karena seseorang telah merekomendasikan barang atau jasa tersebut kepadanya.
3. Prospek terdiskualifikasi (disqualified prospects), yaitu prospek yang telah mengetahui keberadaan barang atau jasa tertentu, tetapi tidak mempunyai kebutuhan akan barang/ jasa tersebut atau tidak mempunyai kemampuan untuk membeli barang atau jasa tersebut.
4. Pelanggan mula-mula (first time customers), yaitu pelanggan yang membeli untuk pertama kalinya, mereka masih menjadi pelanggan yang baru.
5. Pelanggan berulang (repeat customers), yaitu pelanggan yang telah membeli produk yang sama sebanyak dua kali atau lebih, membeli dua macam produk yang berbeda dalam dua kesempatan yang berbeda pula.
6. Klien, klien membeli semua barang atau jasa yang ditawarkan dan dibutuhkan. Mereka membeli secara teratur. Hubungan dengan jenis pelanggan ini sudah kuat dan berlangsung lama, yang membuat mereka tidak terpengaruh oleh produk pesaing.
7. Pendukung (advocates), seperti halnya klien, pendukung membeli barang atau jasa yang ditawarkan dan yang dibutuhkan serta melakukan pembelian secara teratur. Selain itu mereka mendorong teman-teman mereka agar membeli barang atau jasa perusahaan atau merekomendasikan perusahaan tersebut pada orang lain. Dengan begitu secara tidak langsung mereka telah melakukan pemasaran dan membawa pelanggan untuk perusahaan.
8. Mitra, merupakan bentuk hubungan yang paling kuat antara pelanggan dan perusahaan, berlangsung secara terus menerus karena kedua pihak melihatnya sebagai hubungan yang saling menguntungkan.

### Tipe Loyalitas Pelanggan

Ada empat tipe loyalitas pelanggan yang dikemukakan oleh Jones & Sasser (2015) yaitu:

1. *Loyalist*

Merupakan pelanggan yang sangat puas dan sangat loyal kepada produk. Mereka memiliki suatu kebanggaan sebagai pengguna suatu produk dan merekomendasikan serta mempromosikan produk tersebut kepada pihak lain.

1. *Defector*

Meliputi pelanggan yang sangat tidak puas dan pelanggan yang puas sehingga pelanggan ini sangat tidak loyal dan mudah beralih ke produk pesaing. Jika perusahaan memiliki kemampuan untuk mengerti kebutuhan pelanggan dan mampu memberikan perhatian lebih maka pelanggan ini dapat diubah menjadi pelanggan yang sangat loyal.

1. *Mercenary*

Pelanggan yang menentang hukum kepuasan dan loyalitas. Mereka sangat puas tapi sangat tidak loyal dan mudah beralih ke produk pesaing. Pada tipe ini dalam menarik pelanggan membutuhkan biaya yang tinggi dan dalam jangka panjang perusahaan belum tentu mendapatkan keuntungan dari pelanggan ini. Pelanggan ini menginginkan harga yang paling murah dan membeli bila ada diskon.

1. *Hostage*

Meliputi pelanggan yang sangat tidak puas dan pelanggan yang puas tetapi memiliki loyalitas yang sangat tinggi walaupun pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sangat buruk.

### Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas

Ada dua faktor untuk loyalitas pelanggan: perilaku dan sikap (Kandampully dan Suhartanto, 2014):

1. Faktor perilaku merujuk pada perilaku pelang-gan pada pembelian berulang, menunjukkan pre-ferensi untuk suatu merek atau layanan dari waktu ke waktu.
2. Faktor sikap, di sisi lain, merujuk pada niat pe-langgan untuk membeli kembali dan merekomen-dasikan, yang merupakan indikator yang baik dari pelanggan yang loyal. Selain itu, pelanggan yang memiliki niat untuk membeli kembali dan mere-komendasikan sangat mungkin untuk tetap ber-sama perusahaan.

### Indikator Loyalitas

Berikut beberapa indikator loyalitas menurut (Tjiptono, 2012): Respons yang terkait erat dengan janji untuk memegang teguh komitmen yang tercermin dalam pembelian berkelanjutan

1. Melakukan pembelian ulang

2. Membeli antar lini produk

3. Tidak terpengaruh produk lain

4. Mereferensikan kepada orang lain

## **Kualitas Pelayanan**

### Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler & Killer (2009) menjelaskan bahwa pelanggan yang mempersepsikan kualitas layanan yang baik maka akan merasa puas. Dimensi-dimensi kualitas layanan seperti *compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy,* dan *responsiveness,* jika diperhatikan dengan baik, maka akan meningkatkan kepuasan dari nasabah tersebut.

Menurut Tjiptono (2000) kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi harapan. Kualitas pelayanan dapat digambarkan sebagai perbedaan antara harapan-harapan pelayanan oleh pelanggan danpelayanan yang dirasakan. Tjiptono juga menyatakan bahwa mengatakan bahwa, apabila layanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan harapan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan, tapi apabila melampaui harapan pelanggan maka menjadi kualitas layanan yang ideal. Sebaliknya apabila layanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Implikasi baik buruknya kualitas suatu layanan tergantung kepada kemampuan penyedia layanan memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

### Sifat – sifat Pelayanan Jasa

Menurut Kotler (2005) jasa bersifat sebagai berikut :

1. Tidak berwujud, dalam arti *service* tidak dapat dilihat, dicium, dirasa, dan didengar sebelum pelanggan membelinya.
2. Tidak dapat dipisahkan, dengan maksud interaksi pemberi jasa dengan *klien* saling membutuhkan *service* tadi.
3. Berubah-ubah, dalam arti bahwa *service* sangat mudah berubah-ubah, karena sangat tergantung pada siapa yang menjanjikan kapan dan dimana.
4. Daya tahan dalam arti bahwa *service* tidak dapat disimpan.

### Ciri – ciri kualitas pelayanan yang baik

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan dalam melayani pelanggan atau nasabah menurut Kasmir (2012) yaitu :

1) Tersedianya karyawan yang baik

2) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik

3) Bertanggung jawab kepada nasabah

4) Mampu melayani secara cepat dan tepat

5) Mampu berkomunikasi

6) Memberikan jaminan kerahasian setiap transaksi

7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

8) Berusaha memahami kebutuahn nasabah

9) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

### Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Beberapa dimensi kualitas jasa, yaitu: (Etta Mamang, 2013)

1. Keandalan (reliability), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan kemampuan untuk dipercaya, terutama memberikan jasa secara tepat waktu dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan.
2. Daya tanggap (responsiveness), yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.
3. Jaminan (assurance), meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan risiko.
4. Empati, yang meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan.
5. Produk-produk fisik (tangibles), tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi.

### Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan menurut (Kasmir, 2012)

1) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai

2) Mampu melayani secara cepat dan tepat

3) Mampu berkomunikasi

4) Mampu memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

5) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

6) Berusaha memahami kebutuhan nasabah

7) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

## **Penanganan Keluhan**

### Pengertian Keluhan

Menurut Sangadji (2013:247), keluhan pelanggan merupakan ungkapan emosional pelanggan karena adanya sesuatu yang tidak dapat diterimanya, baik yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan maupun dengan pelayanan. Setiap keluhan yang muncul dari calon pelanggan dan/atau pelanggan baru diidentifikasi berdasarkan jenis dan tingkat penyelesaiannya, yang tujuannya adalah untuk mencari jalan keluar yang paling tepat dari keluhan tersebut.

Menurut Tjiptono, (2013), secara sederhana, komplain bisa diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan. Organisasi bisa mengumpulkan komplain pelanggan melalui sejumlah cara, diantaranya kotak saran, formulir komplain pelanggan, saluran telepon khusus, *website*, kartu komentar, survei kepuasan pelanggan dan *customer* exit surveys.

Berdasarkan berbagai riset psikologi konsumen, keluhan bisa dibedakan menjadi dua tipe *instrumental complaints* dan *non-istrumental complaints*. *Instrumental complaints* merupakan keluhan yang diungkapkan dengan tujuan mengubah situasi atau keadaan yang tidak diinginkan. Pelanggan yang mengeluh bisa merupakan tambang emas keberhasilan tapi juga sebagai awal dari malapetaka dimasa mendatang. Hal ini sangat tergantung dari bagaimana perusahaan menghargai saat kontak dengan pelanggan.

### Langkah Mengatasi Keluhan

Berdasarkan Tjiptono (2013), langkah atau proses untuk mengatasi keluhan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Mendengarkan secara aktif.
2. Meminta maaf atau berempati.
3. Memahami situasi.
4. Memberi informasi.
5. Menawarkan bantuan.
6. Menawarkan alternatif pemecahan.
7. Mendapatkan persetujuan pelanggan.
8. Mengambil tindakan.
9. Meminta maaf atau menyampaikan terima kasih.
10. Menindaklanjuti.

### Keuntungan Penanganan Keluhan

Menurut Leboeuf, (1992:176). ada tiga alasan utama yang menyebabkan program keluhan pelanggan memberikan keuntungan yang besar :

1. Keluhan memperlihatkan bidang-bidang yang membutuhkan perbaikan.
2. Keluhan merupakan kesempatan kedua untuk memberikan pelayanan dan kepuasan kepada pelanggan yang kecewa.
3. Keluhan merupakan suatu peluang untuk memperkuat loyalitas pelanggan.

### Faktor Yang Mempengaruhi Penanganan Keluhan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:254-255) terdapat empat aspek dalam penanganan keluhan pelanggan, yaitu :

1. Empati terhadap pelanggan yang marah, dalam menghadapi pelanggan yang emosi, perusahaan perlu bersikap empati, bila tidak maka situasi yang terjadi akan bertambah runyam.
2. Kecepatan dalam penanganan keluhan merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan. Apabila keluhan pelangan tidak segera ditanggapi, maka rasa tidak puas terhadap perusahaan akan menjadi permanen dan tidak dapat diubah lagi.
3. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan keluhan, Perusahaan harus memperhatikan tiap pelanggan yang menyampaikan keluhan yang ada. Pelanggan yang mengeluh terlebih dahulu harus segera diberikan tindakan pemulihan (recovery).
4. Kemudahan pelanggan menghubungi perusahaan, hal ini penting untuk

menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan maupun keluhannya

### Indikator Penanganan Keluhan

Menurut Michael Le Boeuf (1992) indikator dari penanganan keluhan adalah :

1) Menerima keluhan

2) Mencatat apa saja yang menjadi keluhan

3) Ikut sertakan pimpinan

4) Meminta maaf dan memperbaiki

## **Penelitian Yang Relevan**

Penelitian yang memiliki kaitan dengan variabel kualitas pelayanan, dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah yang dijadikan referensi dan dasar pertimbangan pada penelitian ini, antara lain :

Hidayanti, Noviarita, dan Anggraeni (2020). Analisis Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BPRS Seprovinsi Lampung. Tujuan Penelitian ini untuk menemukan dan menganalisa penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Provinsi Lampung. penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Sampel 100 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Penanganan Keluhan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Zakiy & Azzahroh (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. Tujuan penelitian ini untuk menguji peran variabel pemediasi yaitu kepuasan nasabah yang menghubungkan antara kualitas layanan dengan loyalitas nasabah Bank Syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis data menggunakan Analisis regresi linear berganda. Sampel 100 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah mampu memediasi secara penuh (*full mediation*) pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah.

Widyana & Nurjanah (2018). Analisis Penanganan Keluhan Pelanggan Pos Express Pada Kantor Pos Cimahi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penilaian konsumen mengenai penanganan keluhan pelanggan pos Express pada kantor pos Cimahi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan analisis data menggunakan teknik sampling yang digunakan adalah Nonprobability Sampling. Sampel 100 orang. Hasil dari penelitian ini berdasarkan analisis yang telah dilakukan diketahui bahwa penilaian konsumen tentang penanganan keluhan pelanggan dinilai dalam kategori baik dilihat dari kriteria penilaian berada di atas 3-5.

Indriyani & Mardiana (2016). Pengaruh Penanganan Keluhan (*Complaint Handling*) Terhadap Kepercayaan dan Komitmen Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana empati secara psikologis berpengaruh terhadap kepercayaan dan komitmen mahasiswa dengan metode *explanatory research* dengan melakukan survei kepada mahasiswa di Perguruan Tinggi swasta di Bandar Lampung. Penelitian ini mengunakan metode analisis data regresi linier berganda. Sampel Jumlah kuota dari masing-masing perguruan tinggi ditetapkan sebanyak 20 orang. Hasil dari penelitian ini adalah bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan komitmen mahasiswa.

Diana (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit PT. BPR Danamitra Surya di Surabaya. Tujuan penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Nasabah PT BPR Danamitra Surya di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis data analisis deskriptif, analisi asumsi klasik, dan regresi linier berganda. Sampel 106 orang. Hasil dari penelitian ini adalah Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan secara bersama-sama berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPR Danamitra Surya.

Marlius (2017). Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat dari Kualitas Pelayanan. Tujuan penelitian ini untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan analisis data regresi linier berganda. Sampel 100 orang. Hasil dari penelitian ini adalah Bukti fisik, empati, keandalan, daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi.

Batin (2019). Pengaruh Citra Bank, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah, Penanganan Keluhan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumsel Babel Kantor Capem Syariah Uin Raden Fatah Palembang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel citra bank, kualitas layanan, kepercayaan pelanggan, penanganan keluhan, dan kepuasan dengan kesetiaan pelanggan. Bank Syariah Sumsel Babel UIN Raden Fatah Palembang. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan metode analisis regresi liner berganda. Sampel 100 orang. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa secara uji simultan dan parsial, semua variabel yang diajukan (Citra Bank, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah, Penanganan Keluhan, dan Kepuasan) berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas nasabah bank dengan nilai koefisien determinasi sebesar 84,7%.

Zulkarnain, dkk (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas dan kepuasan nasabah. Penelitian ini menggunakan metode Teknik sampling dengan metode analisis SEM-PLS. Samper 93 orang. Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah, sedangkan kepuasan nasbah juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Nurhayati (2020). Pengaruh Penanganan Keluhan dan *Corporate Image* Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh penanganan keluhan dan *corporate image* terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada PT. Bank BRI Syariahi Kcp. Magelang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode analisis *path analysis*. Sampel 100 orang. Hasil dari penelitian ini adalah penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, *coporate image* tidak berpengaruh terhadap loyalitas dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas .Berdasarkan *path analysis* kepuasan berpengaruh sebagai variabel mediasi antara pengaruh penanganan keluhan dan *corporate image* terhadap loyalitas. Kepuasan juga berpengaruh sebagai variabel mediasi antara pengaruh *corporate image* terhadap loyalitas.

Pramana & Rastini (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank mandiri cabang Veteran Denpasar Bali. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan metode analisis *path analysis.* Sampel 150 orang. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa variable kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah, variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, variabel kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah melalui kepercayaan nasabah pada Bank Mandiri Cabang Veteran, Denpasar-Bali.

## **Kerangka Pemikiran**

Loyalitas merupakan bentuk hubungan kuat antara konsumen dan perusahaan. Sehingga untuk mencapai hal tersebut di perlukan pemberian kualitas pelayaanan yang baik disertai penanganan keluhan yang baik pula agar nasabah menjadi loyal dan melakukan pembelian ulang atau merekomendasikan kepada pihak lain terhadap produk atau jasa tersebut. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah, seperti kualitas pelayanan, dan penanganan keluhan.

Berdasarkan pemikiran di atas, maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran teoritis seperti pada gambar :

H H1

H2

H3

Gambar 1II.1 Kerangka Pemikiran

## **Hipotesis**

Berdasarkan tinjauan teori dan kerangka pemikiran diatas, hipotesis yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah :

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada koperasi Berkah Usaha Grobogan.

H2 : Penananan keluhan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada koperasi Berkah Usaha Grobogan.

H3 : Diduga kualitas pelayanan dan penanganan keluhan berpengaruh secara silmutan pada loyalitas nasabah koperasi Berkah Usaha Grobogan.

# **BAB III**

# **METODOLOGI PENELITIAN**

## **Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Metode survey dipilih sebagai data primer. Metode survey fokus pada data responden yang memiliki informasi tertentu, sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan masalah. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner. Penelitian ini digolongkan ke dalam penelitian asosiatif kasual.

## **Waktu Dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukn di Koperasi Berkah Usaha Grobogan.

Waktu untuk penelitian ini dimulai bulan November 2021 – Januari 2022.

## **Populasi dan, Sampel**

### Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono : 2017).Populasi yang di gunakan pada penelitian ini adalah nasabah koperasi Berkah Usaha tahun 2018-2021 yaitu sebanyak 6.737 orang.

### Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri dari sejumlah anggota yang terplih dari populasi. Menurut Sugiyono (2017: 81). Mengingat waktu dan biaya yang cukup besar dalam mengambil data responden yang cukup besar populasinya untuk menentukan sampel, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Dan pada penelitian ini, sampel yang digunakan adalah nasabah Koperasi Berkah Usaha. Untuk jumlah sampel akan ditentukan berdasarkan hasil perhitungan minimum. Menggunakan rumus slovin, apabila mempunyai dalam sebuah populasi 6.737 orang , dan dapat ditentukan minimum sample yang akan diteliti. *Margin of eror* yang ditetapkan adalah 10%.

Keterangan =

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : toleransi eror

berdasarkan perhitungan menggunakan rumus diatas diperoleh jumlah sample 98,53 yang dibulatkan menjadi 100 orang yang berarti jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

### Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017: 84). Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive dengan kriteria nasabah yang sudah menggunakan jasa koperasi selama kurang lebih dari 1tahun

## **Jenis dan Sumber Data**

### Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini berupa data kuantitatif, yaitu data yang dapat dinyatakan dengan satuan angka (Istiatin, 2018: 33). Data yang akan digunakan yaitu penilaian dalam kuesioner.

### Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan :

1. Data primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017: 137). Data primer pada penelitian ini adalah kuesioner yang dibagikan kepada responden koperasi Berkah Usaha

Data primer ini berupa rekapitulasi data dari kuesioner yang disebarkan pada saat penelitian. Metode kuesioner sebagai teknik pengumpulan data dilakukan dengan survei langsung ke konsumen. Data diperoleh dari hasil jawaban responden terhadap daftar pertanyaan yang disampaikan.

1. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono , 2017: 137). Dalam penelitian ini data sekunder berasal dari jurnal, artikel, skripsi, tesis, buku-buku yang relevan dan sumber lainnya yang berkaitan dengan variabel yang diteliti.

Data sekunder ini berupa data mengenai teori-teori dari jurnal-jurnal, gambaran umum perusahaan dari *website* perusahaan.

## **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

### Observasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek yang akan diteliti. Teknik ini mempunyai ciri spesifik dibandingkan dengan teknik wawancara dan kuesioner (Sugiyono, 2017: 145). Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung ke Koperasi Berkah Usaha Grobogan

### Wawancara (Interview)

Wawancara merupakan sebuah dialog yang dilakukan oleh peneliti terhadap responden untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penelitian (Sugiyono, 2017: 141). Biasanya dilakukan proses tanya jawab secara lisan antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai atau narasumber. Wawancara di lakukan pada pihak manajemen koperasi dan nasabah Koperasi Berkah Usaha Grobogan.

### Kuesioner

Sugiyono (2017: 142) mendefinisikan kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dalam penelitian ini berupa daftar pertanyaan yang di sebarkan kepada nasabah Koperasi Berkah Usaha Grobogan.

### Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan segala usaha yang dilakukan peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang sedang diteliti. Informasi tersebut dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian dan sumber-sumber tertulis baik yang tercetak maupun elektronik lainnya (Istiatin, 2018: 39).

## **Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel digunakan untuk mengukur suatu konsep yang dipakai dalam menjawab permasalahan pada penelitian. Penelitian ini menggunakan variabel-variabel untuk diteliti yang meliputi 2 klasifikasi utama, yaitu variabel Independen (X), yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1) dan, penanganan keluhan (X2), dan variabel dependen (Y) loyalitas nasabah, Definisi Operasional Variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

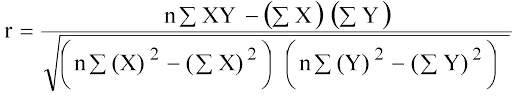
Tabel III.1 Definisi Operasional Variabel

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Notasi | Variabel | Definisi Operasional | Indikator |
| Y | Loyalitas Nasabah | Respons yang terkait erat dengan janji untuk memegang teguh komitmen yang tercermin dalam pembelian berkelanjutan | 1. Melakukan pembelian ulang  2. Membeli antar lini produk  3. Tidak terpengaruh produk lain  4. Mereferensikan kepada orang lain  Menurut (Tjiptono, 2012) |
| X1 | Kualitas Pelayanan | Kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspetasi konsumen. | 1.Bertanggung jawab kepada nasabah sejak awal hingga selesai  2. Mampu melayani secara cepat dan tepat  3.Mampu berkomunikasi  4.Mampu memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi  5.Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik  6.Berusaha memahami kebutuhan nasabah  7.Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah  (Tjiptono, 2012 ; Kasmir, 2014) |
| X2 | Penanganan Keluhan | Keluhan berasal dari bahasa latin “*plangare*” yang artinya adalah memukul dan pukulan ini ditujukan ke bagian dada. Saat ini, keluhan lebih diartikan sebagai sesuatu yang tidak menyenangkan atau sesuatu yang mengganggu | 1) Menerima keluhan  2) Mencatat apa saja yang menjadi keluhan  3) Ikut sertakan pimpinan  4) Meminta maaf dan memperbaiki  (Irawan 2003:93 ; Boeuf 1992) |

## **Uji Instrumen**

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner sebagai instrumen penelitian dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Item kuesioner dikatakan valid apabila rhitung > rtabel pada nilai signifikasi 5% dan sebaliknya (Ghozali, 2018: 51).



Keterangan:

r : koefesien korelasi product moment

n : jumlah pengamatan

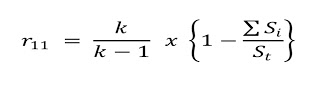
∑X : Jumlah dari pengamatan nilai X

∑Y : Jumlah dari pengamatan nilai

### Uji reliabilitas

Uji reliabilitas ialah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap penyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Pengambilan keputusan reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0,60 (Ghozali, 2018: 45).

**Rumus alpha cronbach sebagai berikut:**

[](http://1.bp.blogspot.com/-1ItFsTw-fbw/UdEqTUW1AyI/AAAAAAAAAIo/47lRmV2YMCw/s1600/Reliabilitas.jpg)

Dimana :

r11 : Nilai reliabilitas

∑Si : Jumlah varians skor tiap-tiap item

St : Varians total

k : Jumlah item

## **Analisis Data**

### Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data terdapat penyimpangan atau tidak. Jika hasil regresi memenuhi asumsi-asumsi regresi maka nilai estimasi yang diperoleh akan bersifat BLUE, singkatan dari *Best Linier* *Unbiased Estimator* (Ghozali, 2018: 175).

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (Ghozali, 2018: 161). uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas menggunakan uji *kolmogorov-smirnov (Analisis Explore)* digunakan untuk mengetahui apakah distribusi data tiap-tiap variabel normal atau tidak. Dengan kriteria pengukuran sebagai berikut:

Pengambilan keputusan :

1. Jika probabilitas > 0.05 , maka diterima.
2. Jika probabilitas < 0,05, maka ditolak
3. Uji Multikolineiritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Melakukannya dengan cara menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (diatas 0.90) dan nilai R2  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, dan nilai tolerance < 0,10 atau sama dengan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) > 10 maka mengindikasikan adanya multikolinieritas (Ghozali, 2018: 107).

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara mendeteksinya dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Apabila titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Bisa juga menggunakan uji glejser dimana jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen maka terjadi heteroskedastisitas dan jika signifikan tingkat kepercayaan di atas 5% maka tidak mengandung adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2018: 142).

## **Uji Hipoteis**

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan dimana jumlah variabel X (independen) lebih dari satu variabel, maka disebut dengan regresi linier berganda. Dengan menggunakan rumus (Ghozali, 2013: 89). Adapun persamaan regresi linier berganda yang telah dikemukakan sebagai berikut :

Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e

Keterangan :

Y : Kepuasan Pelanggan

X1 : Variabel Kualitas Pelayanan

X2 : Variabel Harga

X3 : Variabel Fasilitas

a : konstanta

b1, b2, b3 : koefisien korelasi

e : *error term* kesalahan pengganggu

### Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji simultan F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun cara melakukan uji F sebagai berikut: (Ghozali, 2018;98)

* 1. Merumuskan hipotesis untuk masing-masing kelompok

Ho: β1 =β2 =β3 =0; Berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

Ha: β1≠β2 ≠β3 ≠0;Berarti ada pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

* 1. Menentukan tingkat signifikan yaitu sebesar 5% (0,05)

Fα;k – 1; (n – k)

Daerah Terima

Daerah Tolak

Gambar 2III.1 Kurva Uji F

* 1. Kriteria pengujian :

1. Ho diterima apabila F hitung<F.tabel

Berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

1. Ho ditolak apabila F hitung> F tabel

Berarti ada pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

* 1. Keputusan pengujian :

Nilai F hitung diperoleh kemudian dibandingkan dengan F tabel apabila Ho ditolak berarti ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen

### Uji t

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2018;99). Adapun langkah dalam melakukan uji t adalah:

1. Merumuskan hipotesis untuk masing-masing kelompok

Ho: β = 0 →tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Ha: β≠ 0→ ada pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat

1. Menentukan tingkat signifikan yaitu sebesar 5% (0,05)



-t α/2: (n-k-1) t α/2: (n-k-1)

Gambar 3III.2 Kurva Uji t

1. Kriteria pengujian :
2. Ho diterima apabila ttabel< thitung>ttabel :

Artinya, tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

1. Ho ditolak apabila ttabel> thitung< ttabel

Artinya, ada pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

1. Keputusan pengujian :

Apabila t hitung > t tabel maka Ho ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel X terhadap Variabel Y (variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen) atau sebaliknya

### Uji Koefisien Determinan (R2)

Menurut Ghozali (2011: 97) : ‘’koefisien determinasi (*R*2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel independen’’. Nilai *R*2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas, sebaliknya nilai *R*2 yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai *adjusted R*2

# **Daftar Pustaka**

Artanti, Yessy. 2015. *Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah PT.Bank Muamalat Indonesia, Tbk dengan Kepuasan sebagai Variabel Perantara (Stdui Nasavah Bank Muamalat Cabang Surabaya).* Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol.14. No.2.

Batin, M. H. (2020). Pengaruh Citra Bank, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah, Penanganan Keluhan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumsel Babel kantor Capem syariah UIN Raden Fatah Palembang. *Malia: Journal Of Islamic Banking And Finance*, *3*(1), 45-58.

Cahyaningdyah, D. (2013). Jurnal Dinamika Manajemen. *Jurnal Dinamika Manajemen* [*Http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm*](Http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm) *ANALISIS,* 4(2), 184–191. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Diana, L. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pt Bpr Danamitra Surya Di Surabaya* (Doctoral Dissertation, Stie Perbanas Surabaya).

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan progam SPSS. Edisi ketujuh.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hadiyati, E. 2010. Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lawang). Jurnal Manajemen Universitas Jambi, 2(2): h; 81-90.

Hidayanti, D. N., Noviarita, H., & Anggraeni, E. (2020). Analisis Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bprs Seprovinsi Lampung. *Islamic Economics Journal*, *6*(1), 27-40.

Indriyani, S., & Mardiana, S. (2016). Pengaruh Penanganan Keluhan (Complaint Handling) Terhadap Kepercayaan Dan Komitmen Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi Swasta Di Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, *2*(1), 1-13.

Ishak, M. Z., & Azzahroh, E. P. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jebis (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)| Journal Of Islamic Economics And Business*, *3*(1), 26-38.

Istiatin, P. S. S. S. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Prima Boyolali. *Indonesian Economics Business And Management Research*, *1*(1), 37-41.

Kasmir, Lupiyoadi R, Hamdani A. 2012. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Lebouef, Michael,1992, Memenangkan dan memelihara pelanggan, Penerjemah Rieka Harahap-Tahapary, Penerbit Pustaka Tangga, Jakarta

Love Lock Jones, Thomas O and W. Earl Sasser, Jr, 2011. Why Satisfied Customer Defect. *Jurnal Harvard Business Review, Vol. 73, No. 6*

Mardikawati, W., & Farida, N. (2013). Loyalitas Pelanggan , Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi ( Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap ). *Jurnal Administrasi Bisnis*, *2*(1), 64–75.

Marlius, D. (2018). Loyalitas nasabah Bank Nagari syariah cabang Bukittinggi dilihat dari kualitas pelayanan. *Jurnal Pundi*, *1*(3).

Nurhayati, S. (2020). *Pengaruh penanganan keluhan dan corporate image terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening (studi pada Bank BRI syariah KCP Magelang)* (Doctoral Dissertation, IAIN Salatiga).

Offset.

Pramana, I. G. Y., & Rastini, N. M. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali* (Doctoral Dissertation, Udayana University).

Rousan, Al, M. Ramzi dan Mohamed, B. 2010. Customer Loyalty and the Impacts of Service Quality: The Case of Five Star Hotels in Jordan. International Journal ofHuman and Social Sciences, 5(13): h; 886-892.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, (2013). *Perilaku Konsumen,* Yogyakarta: C.V Andi

Sangadji. 2013. *Service, Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit C.V Andi

Singh, H. 2006. The Importance of Customer Satisfaction in Relation to Customer Loyalty and Retention. Academy of Marketing Science, 60: h; 193-225.

Sondakh, C. (2015). 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*, *3*(1).

Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D.* Bandung: alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.* Bandung: alfabeta.

Tidtichumrernporn, T., Jansasak, S., Mujtaba, B.G., Khunsongkiet, P., Duangjai, N. dan Bhavvanantechasuon, N. 2010. Measuring the Satisfaction of Domestic and International Tourists toward Lanna Cultural Tourism Products: A Study of Progress in Chiang Mai Walking Street Activities. *Journal of Business Studies Quarterly, 1(3):* h; 31-52.

Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Bayumedia Publishing, 2014.

Trisno Musanto. (2004). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus Pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, *6*, pp.123-136. [https://doi.org/10.9744/jmk.6.2.pp. 123-136](https://doi.org/10.9744/jmk.6.2.pp.%20123-136)

Widyana, S. F., & Nurjanah, M. S. (2018). Analisis penanganan keluhan pelanggan pos express pada kantor pos Cimahi. *Pro Mark*, *8*(1).

Zulkarnain, R., Taufik, H. E. R., & Ramdansyah, A. D. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening (Studi kasus pada Pt Bank syariah mu’amalah Cilegon). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *2*(01), 87-110.