

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi sebagai sarana penunjang kualitas pelayanan harus dapat bersaing di dunia industri lembaga keuangan syariah agar tidak tertinggal dan mampu menyesuaikan diri pada perkembangan masyarakat. Hal ini dikarenakan masyarakat menginginkan kualitas pelayanan yang totalitas dari Lembaga keuangan syariah agar mereka dapat memberikan nilai imbal balik yang baik kepada lembaga keuangan syariah tersebut. Pesatnya kemajuan dalam dunia perbankan saat ini menyebabkan munculnya lembaga-lembaga keuangan yang tumbuh sangat pesat dimasyarakat. Hal ini menyebabkan munculnya persaingan didunia perekonomian. Oleh karena itu lembaga keuangan harus memperhatikan dampak dari persaingan bisnis, para manajer atau pemimpin tersebut harus berfikir keras supaya usaha yang dijalankan saat ini tidak terlindas oleh arus perkembangan zaman dan tetap eksis dalam persaingan usaha.¹

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), banyaknya koperasi di Indonesia pada tahun 2024 memperoleh 131,617 unit, naik 1,15% dari tahun sebelumnya, Jawa Timur memiliki jumlah koperasi terbanyak, yaitu 38,375 unit salah satunya di kabupaten Lamongan. Lamongan terdiri dari 27 kecamatan 462 Desa dan 12 kelurahan. Koperasi syariah di kecamatan Lamongan diantaranya. Sugio 2 unit, Mantup 1 unit, Kedungpring 2 unit,

¹ Sanniyah Rannah Nurjanah “pengaruh persepsi,kepercayaan,pembelajaran danBrand terhadap penggunaan ATM di BNI syariah ke Yogyakarta”.

Sukodadi 2 unit, Lamongan 4 unit, Tikung 2 unit, Turi 2 unit, Kalitengah 1 unit, Karanggeng 3 Unit, Solokuro 6 Unit, Paciran 4 unit, Brondong 2 unit, Kebangbahu 2 unit, Babat 2 unit, karangbinanun 1 unit, Maduran 1 unit, Pucuk 1 unit, Laren 2unit, Sekaran 2 unit, Modo 1 unit, Bluluk 0, Ngimbang 0, Sambeng 0, Deket 0, Glagah 0, Sarireo 0 unit, dan Sukorame 0 unit.²

Tabel 1. 1
Koperasi Syariah Kecamatan Solokuro

No	Nama Koperasi	No	Nama Koperasi
1	KSPS Artha mulya	4	KSPS Ar-Roudho
2	KSPS Surya Raharja	5	KSPS Bumi Artha Mulya
3	KSPS Buminu Ziyadah Rizki	6	KSPS Bougenfil

Sumber: Observasi pada September 2025

Dalam tabel 1. 1 terdapat 2 koperasi syariah yang lokasinya sangat strategis dan saling berdekatan yaitu KSPS Artha Mulya dan KSPS Surya Raharja. Fenomena yang terjadi pada Lembaga keuangan khususnya KSPS Artha Mulya Cabang Solokuro Lamongan yang menjadi Lembaga keuangan dengan pertumbuhan yang sangat cepat di Lamongan yang sudah banyak memiliki cabang di berbagai pelosok desa yang berada di Lamongan dan sudah mendapat kepercayaan oleh masyarakat Lamongan. Tetapi mereka juga menggunakan jasa Perbankan lainnya, Hal ini mengisyaratkan bahwa untuk bisa mempertahankan anggota serta meningkatkan kepuasan anggota, maka dari itu KSPS Artha Mulya memberikan kualitas produk dan kualitas pelayanan maksimal bagi anggotanya³.

KSPS Artha Mulya merupakan Koperasi syariah yang berbadan hukum No 518/BH/XVI.10/673/413.111/2013. Lambat tahun KSPS Artha Mulya

² Bps.go.id, “Statistik Jumlah Koperasi 2024” <https://www.bps.go.id/id/statistic-table/2/NzYwIzI=jumlah-koperasiaktif-menurut-provinsi.html> (Diakses Pada september 2025)

³ M. Fakhri Roisul Abror, “Pentingnya Corporate Social Responsibility dan Corporate Image untuk Membentuk Loyalitas Anggota di BMT Surya Raharja Cabang Kranji Lamongan,” *Islamic Banking and Finance* 5, no. 2 (2022): 448–456..

membuka cabang di seluruh kabupaten Lamongan hingga daerah Di Kecamatan Solokuro tepatnya di desa Sugihan Solokuro Lamongan pada tahun 2013 berdirinya KSPS Artha Mulya Sugihan Solokuro Lamongan yakni untuk memajukan kepentingan masyarakat agar terpenuhinya kebutuhan ekonomi masyarakat.

Tabel 1. 2
Perbandingan KSPS Atha Mulya Dan KSPS Surya Raharja

Perbandingan	KSPS Artha Mulya	KSPS Surya Raharja
Tahun berdiri	Berdiri tahun 2013	Berdiri tahun 2013
<i>Product</i> (kualitas produk yang ditawarkan)	1. 10 produk Simpanan a. Simpanan umum syariah (Siumsyah) b. Simpanan Pendidikan (Sidik) c. Simpanan hari raya idul fitri (siraya – Fitri) d. Simpanan hari raya idul adha (sirya Qurban) e. Simpanan walimah (siwali) f. Simpanan aqiqah (Sim-A) g. Simpanan perjalanan rahani (simpani) h. Simpanan berjangka syariah (sibersi) i. Simpanan haji dan umrah (sihajroh) j. Simpanan keluarga barakah (siberkah) 2. 4 kualitas produk pembiayaan a. Modal usaha barokah (MUB) b. Multiguna tanpa agunan (MTA) c. Kendaraan bermotor barokah (KBB) d. Pembelian barang elektronik (PBE)	1. 5 produk simpanan a. SIMASA b. SI BERKAH c. SIMJANGKA d. SIMPATIK e. SIHANUM 2. 2 produk pembiayaan a. Murabahah b. Qordul Hasan
Place (Lokasi)	Jln.Merdeka No. 04 Sugihan Solokuro Lamongan	Jln. Raya Gayam Solokuro Lamongan
Price (Harga)	Setoran awal pembukuan tabungan umum, wadiah dll yakni Rp. 20.000,- sedangkan, setoran awal Untuk pembukaan tabungan Haji dan Umroh yaitu 100.000,-	Setoran awal pembukuan tabungan umum, wadiah dll yakni Rp. 25.000,- sedangkan, Setoran awal untuk tabungan haji dan umroh yaitu 100.000,-
Promotion (Promosi)	1) Media social 2) Website 3) Brosur 4) Word of mouth 5) Pick up service	1) Media sosial 2) Brousur 3) Website 4) Word of mouth 5) Hadiah langsung untuk

Perbandingan	KSPS Artha Mulya	KSPS Surya Raharja
	6) Hadiah langsung untuk simpanan deposito dengan jumlah tertentu.	simpanan deposito dengan minimal jumlah tertentu.
People (Sumber Daya Manusia)	1. Karyawan terlatih dalam produk dan prinsip syariah. 2. Bersikap ramah, sopan, dan profesional. 3. Mampu memberikan penjelasan produk dengan bahasa yang mudah dipahami. 4. Responsif terhadap kebutuhan dan keluhan anggota. 5. Jam operasional Senin–Jumat pukul 07.00–14.00 6. Memiliki 15 Karyawan.	1. Karyawan terlatih dalam produk dan prinsip syariah. 2. Bersikap ramah dan sopan dalam melayani anggota. 3. Mampu menjelaskan produk dengan bahasa yang mudah dipahami. 4. Respons terhadap kebutuhan anggota cukup baik. 5. Jam operasional Senin–Minggu pukul 07.00–16.00. 6. Memiliki 7 karyawan
Process (Proses)	1. Proses pengajuan dan pencairan pembiayaan relatif cepat. 2. Sistem antrean cukup efisien. 3. Tersedia layanan jemput bola (<i>pick up service</i>) dan kunjungan ke rumah anggota apabila diperlukan. 4. Memiliki layanan transaksi secara mobile/online. 5. Penarikan tabungan dapat dilakukan kapan saja tanpa batas nominal dan tanpa konfirmasi terlebih dahulu. 6. Tidak dikenakan penalti pelunasan pembiayaan.	1. Proses pengajuan dan pencairan pembiayaan relatif cepat. 2. Sistem antrean kurang efisien karena keterbatasan ruang pelayanan. 3. Belum memiliki layanan mobile/online. 4. Penarikan tabungan di atas Rp10.000.000 harus dilakukan dengan konfirmasi terlebih dahulu. 5. Dikenakan penalti untuk pelunasan pembiayaan tertentu.
Physical Evidence (Bukti Fisik)	1. Kantor berada di lokasi strategis dekat pasar. 2. Fasilitas pelayanan cukup memadai dan nyaman. 3. Memiliki identitas lembaga berupa papan nama, logo, brosur, dan website. 4. Ruangan berAc	1. Kantor berada di lokasi yang relatif kurang strategis. 2. Ruang pelayanan lebih terbatas sehingga memengaruhi kenyamanan antrean. 3. Memiliki identitas lembaga berupa papan nama, brosur, dan website.

Sumber : Observasi KSPS Artha Mulya Solokuro Lamongan Dan KSPS Surya Raharja Solokuro Lamongan September 2025

Tabel 1. 2 diketahui bahwa kedua koperasi mempunyai keunggulan tersendiri. Pada kategori Kualitas produk KSPS Artha Mulya terdiri dari 14

Kualitas produk sedangkan KSPS Surya Raharja terdiri 7 kualitas produk. Pada kategori Tempat, kedua lembaga tersebut terletak dilokasi yang sangat strategis sehingga mempermudah anggota untuk mengaksesnya. Pada kategori Harga kedua Lembaga tersebut memiliki harga yang sama yakni 20.000 . Dalam kategori kualitas pelayanan, yang paling mudah adalah KSPS Artha Mulya memiliki akses Mobile Internet, yang memberikan kemudahan pada anggotanya tanpa harus datang ke kantor cabang. Tidak hanya itu KSPS Artha Mulya Juga memperbolehkan anggota menarik uang berapapun serta tidak ada pinalti dalam pelunasan pembiayaan. Pada data tersebut KSPS Artha Mulya lebih unggul dari KSPS Surya Raharja.

KSPS Artha Mulya Solokuro Lamongan merupakan lembaga keuangan syariah yang mempunyai persaingan yang sangat ketat dengan lembaga keuangan syariah lainnya, setiap tahun jumlah anggota pada KSPS Artha Mulya mengalami peningkatan yang dapat dilihat dari presentase pertumbuhan jumlah anggota setiap tahun.

Tabel 1. 3
Jumlah Anggota KSPS Artha Mulya Solokuro Lamongan
Pada tahun 2021, 2022,2023 dan 2024

Tahun	Jumlah Anggota
2021	3.320
2022	4.493
2023	5.781
2024	6.534

Sumber: *Dokumen KSPS Artha Mulya*

Tabel 1.3 menggambarkan jumlah anggota pada KSPS Artha Mulya pada tahun 2021-2024. Untuk jumlah mengalami peningkatan secara signifikan setiap tahun. Jika anggota memiliki kepuasan pada KSPS Artha Mulya maka dapat mempengaruhi para anggota secara tidak langsung

membeli produk secara berulang-ulang, merekomendasikan ke semua orang serta menceritakan keunggulan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan KSPS Artha Mulya tanpa diminta. Untuk mengukur kepuasan anggota KSPS Artha Mulya peneliti menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan bukti transaksi yang dilakukan anggota KSPS Artha Mulya.

Tabel 1. 4
Data Insentitas Transaksi KSPS Artha Mulya Solokuro Lamongan

Insentitas Transaksi	Anggota Artha Mulya
1 kali	1.578
>2 kali	4.956
Total	6.534

Sumber: *Data Kuesioner diolah peneliti (2025)*

Pada tabel 1.4 anggota KSPS Artha Mulya mengungkapkan bahwa sebanyak 1.578 anggota bertransaksi 1 kali, 4.956 anggota melakukan transaksi lebih dari 2 kali dalam satu tahun terakhir. Kepuasan anggota merupakan aset strategis jangka panjang yang dimiliki Lembaga untuk bertahan dalam persaingan bisnis. Bentuk dari kepuasan anggota salah satunya memberikan promosi tanpa diminta. Marketing mix atau bauran pemasaran adalah sekumpulan instrument pemasaran yang sangat strategis dan dapat dikendalikan oleh perusahaan yang terdiri dari 7P, yakni : *product, price, place, promotion, process, people* dan *physical evident* ini digunakan sebagai sarana mempengaruhi pembeli⁴. Adapun faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, biaya, dan juga emosional⁵. Sebelum mengidentifikasi masalah penelitian, kegiatan observasi ini untuk dijadikan acuan sebelum menentukan masalah. Peneliti

⁴ Aditya Wardhana “Manajemen Pemasaran Dasar & Konsep”, (Bandung: Media Sanins Indonesia.2021), 120

⁵ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 158.

menggunakan 50 responden untuk meneliti alasan anggota memilih KSPS Artha Mulya.

Tabel 1. 5
Alasan Anggota Memilih KSPS Artha Mulya

No	Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota	Jumlah anggota
1	<i>Product</i>	23
2	<i>Price</i>	0
3	<i>Place</i>	5
4	<i>Promotion</i>	2
5	<i>People</i>	17
6	<i>Process</i>	3
7	<i>Psyical Evidence</i>	0
		50

Sumber; Data kuesioner diolah peneliti (2025)

Tabel 1.5 terdapat 23 anggota memiliki kualitas produk, anggota yang memilih Harga 0, 17 anggota memilih kualitas pelayanan, 5 memilih harga 2 memilih promosi, dan 3 memilih proses dan bukti fisik 0, Oleh karena itu faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota pada KSPS Artha Mulya yaitu dipengaruhi oleh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Kotler dan Fox menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah kunci untuk menciptakan nilai dan kepuasan anggota, dimana kepuasan yang lebih tinggi umumnya menghasilkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi.⁶

Dari uraian latar belakang masalah ini, peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian yang lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Koperasi Simpan Pinjam Artha Mulya Solokuro Lamongan”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan diatas , maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

⁶ Aditya Wardhana “Manajemen Pemasaran Dasar & Konsep”, (Bandung: Media Sanins Indonesia.2021), 120

1. Bagaimana kualitas produk di KSPS Artha Mulya Solokuro Lamongan?
2. Bagaimana kualitas pelayanan di KSPS Artha Mulya Solokuro Lamongan?
3. Bagaimana kepuasan anggotadi KSPS Artha Mulya Solokuro Lamongan?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan anggota pada KSPS Artha Mulya Solokuro Lamongan?
5. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggotapada KSPS Artha Mulya Solokuro Lamongan?
6. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggotapada KSPS Artha Mulya Solokuro Lamongan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas produk di KSPS Artha Mulya Solokuro Lamongan
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan di KSPS Artha Mulya Solokuro Lamongan
3. Untuk Mengetahui kepuasan anggota di KSPS Artha Mulya Solokuro Lamongan
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan anggota pada KSPS Artha Mulya Solokuro lamonga
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota pada KSPS Artha Mulya
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota pada KSPS Artha Mulya.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian mencakup manfaat yang akan dihasilkan sesudah penelitian selesai dilakukan. Manfaat tersebut berbentuk manfaat teoritis maupun manfaat praktis.

1. Manfaat teoritis

Memberikan tambahan wawasan dan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan lembaga keuangan syariah non bank. Khususnya dalam konteks kepuasan anggota. Penelitian ini juga dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberi wawasan yang berguna dalam mempertahankan kepuasan anggota, yang dapat berkontribusi pada perkembangan lembaga keuangan

b. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan untuk Mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri yang melakukan penelitian.

c. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai komparansi bagi masyarakat dalam mempertimbangkan pemilihan lembaga keuangan syariah non bank

d. Bagi Peneliti

Peneiti bisa menerapkan berbagi teori yang telah dipelajari dan di terapkan di dunia nyata.

E. Penelitian Terdahulu

1. *Pengaruh kualitas pelyanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah (studi pada BMT UGT Sidogiri Capem Waru Sidoarjo), Alfina Maulidiyah Maharani (2021), Skripsi mahasiswi UIN Syekh Wasil Kediri⁷.*

Hasil penelitian tersebut bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan sebesar 48% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Peneitian ini sama dengan penelitian yang akan saya teliti perbedaanya hanya terletak pada Objek penelitian yakni di BMT UGT sidogiri capem waru sidoarjo sedangkan penelitian ini objek di KSPS Artha Mulya Solokuro Lamongan.

2. *Jurnal oleh Edi Junedy dan Nurul Robiatin (2022) STAI Asy-Syukriyyah yang berjudul “Pengaruh Kualitas pelayanan dan Brand Image Terhadap Kepuasan nasabah BMT Mitra Prunus Sejahter Kota Tangerang”⁸*

Pada penelitian ini memperoleh hasil bahwa variabel Kualitas pelayanan (X1) dan Brand Image (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel loylitas nasabah (Y) sebesar 60,9% sedangkan sianya 39,1% dipengaruhi oleh varabel lain. Persamaan penelitian ini yakni sama menggunakan variabel kulitas pelayanan (X2), sedangkan perbedaan

⁷ Alfir Mulidiyah Maharani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota: Studi pada BMT UGT Capem Waru Sidoarjo” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2021).

⁸ Edy Junaedy dan Nurul Robiatin, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Brand Image terhadap Kepuasan Anggota BMT Mitra Primus Sejahtera Kota Tangerang,” 23, no. 01 (2022): 90.

penelitian terdahulu menggunakan variabel *Brand Image* (X2).pada penelitian ini menggunakan variabel Kualitas produk (X1) dan kualitas Pelayann (X2) , objek penelitian pada BMT Mitra Prumus Tangerang sedangkn penelitian ini pada KSPS Artha Mulya Solokuro Lamongan

3. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungn tadhabur pada BPRS Lantabur Jombang, Mir Atul Windu Asih (2023).*Skripsi Mahasiswi UIN Syekh Wasil Kediri.⁹

Pada penelitian ini Kualitas Kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan anggota (Y) 59,6% dan 40,4% dipengaruhi oleh variabel lain. Persamaan penelitian yakni pada variabel kualitan pelayanan (X2 dan Kepuasan anggota (Y) ,sedangkan perbedaan penelitian ini yaitu variabel Kualitas produk (X1). Objek penelitian terdahulu yakni BPRS Lntabur Jombang sedangkan pada penelitian ini pada KSPS Artha Mulya Solokuro Lamongan.

4. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Lantabur Jombang , Adhina Aufa. Skripsi Mahasiswi UIN Syekh Wasil Kediri (2023)*¹⁰

Pada penelitian ini Kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y) secara signifikan yaiu 51,6% sedangkan 48,4% dipengaruhi oleh variabel lain. Persaman penelitian tersebut dengan penelitian ini yakni pada variable kualitas pelayanan (X2) dengan menggunakan objek di Lembaga keuangan. Sedangkan perbedan pada

⁹ Miratul Windu Asih, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota pada BPRS Lantabur Jombang” (2023)..

¹⁰ Adhina Aufa, “ *pengaruh kulitas pelayanan terhadap Loyalitas anggota Studi pada BPRS Lantabur Jombang* 2023)

penelitian terdahulu menggunakan variabel loyalitas anggota (Y) sedangkan penelitian ini menggunakan variabel kepuasan anggota (Y). objek penelitian yakni di BPRS Lantabur Tebuireng Jombang sedangkan penelitian ini objeknya di KSPS Artha Mulya Solokuro Lamongan.

5. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bsi tabungan EASY WADIAH (studi pada bank syariah Indonesia (BSI) kabupaten sampang) Zakiyah Zulfa Rahmah, Skripsi UIN Syekh Wasil Kediri (2023)¹¹*

Hasil penelitian tersebut kualitas pelayanan 33,8% berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan sisanya 66,2% dipengaruhi yang lain. Persamaan peneliti kali ini yaitu pada variabel kualitas pelayannya dan perbedaan pada variabel Y penelitian ini menggunakan Kepuasan anggota (Y) sedangkan penelitian terdahulu menggunakan variabel loyalitas anggota (Y). objek penelitian terdahulu di BSI Sampang sedangkan objek penelitian ini pada KSPS Artha Mulya.

F. Definisi Operasional

Definisi variabel berhubungan dengan batasan variabel yang diteliti, definisi variabel disajikan dalam bentuk matriks, yang berisi nama variabel, deskripsi variabel, alat ukur, hasil penelitian dan skala pengukuran yang digunakan (nominal, ordinal, interval dan koevisien)¹²

Variabel *independent* (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi perubahan variabel *dependent*, Variabel *dependent* (terikat) merupakan

¹¹ Zakiyah zulfa Rahmah, “ *pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota BSI TABUNG EASY WADIAH (Studi Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) kabupaten Sampang)* 2023

¹² Nfn dan Purwanto, “Variabel dalam Penelitian,” Jurnal Teknodik 6115 (2019).

variabel yang diamati dan diukur untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*, Definisi Operasional pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independent

Variabel yang mempengaruhi atau merubah variabel dependen disebut variabel independen (variabel bebas). Variabel bebas pada penelitian ini yakni kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2)¹³. Menurut Menurut Millins, Orville, Larrecher, dan Boyd indikator kualitas produk ada 7 yaitu¹⁴.

Tabel 1. 6
Indikator Kualitas Produk

Variabel	Aspek
Kualitas produk (X1)	a. Kinerja b. Kesan kualitas c. Daya tanggap d. Kesesuainan dengan spesifikasi e. Estetika f. Daya tahan g. Fitur

Sumber: *Millins, Orville, Lerrech, dan Boyd, Fundamental of Marketing 2003.*

Dalam penelitian ini indikator variabel kualitas produk (X1) adalah keseluruhan dari tabel 6, yaitu kinerja, kesan kualitas, daya tanggap, kesesuaian dengan spesifikasi, estetika, daya tahan dan fitur.

¹³ Jonathan Sarwono, *Rumus-Rumus Populer dalam SPSS 22 untuk Riset Skripsi* (Yogyakarta: Andi, 2018).

¹⁴ Mullins, Orville C. Walker Jr., Jean-Claude Larreche, dan Harper W. Boyd Jr., *Fundamentals of Marketing* (New York: McGraw-Hill, 2003).

Tabel 1. 7
Indikator Kualitas Pelayanan

Variabel	Indikator
Kualitas Pelayanan (X2)	a. Daya tanggap b. Jaminan atau kepastian c. Perhatian yang tulus d. Bukti fisik e. Keandalan

Sumber :Fandy Tjiptono, *Manajemen Pemasaran*, 2006

Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai indikator variabel kualitas pelayanan (X2) yaitu daya tanggap, jaminan, perhatian yang tulus, bukti fisik dan keandalan.¹⁵

2. Variabel Dependent (variabel Y)

Variabel dependent biasanya juga disebut sebagai variabel terikat yang merupakan variabel yang memiliki pengaruh atau menjadi akibat karena adanya suatu variabel bebas ¹⁶. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang diterima dengan apa yang diharapkan, indikator kepuasan nasabah (Y) sebagai berikut

Tabel 1. 8
Indikator Kepuasan Nasabah

Variabel	Indikator
Kepuasan nasabah (Y)	a. Kepuasan jasa b. Merekomendasikan kepada pihak lain c. Menggunakan kembali jasa tersebut.

Sumber :Swasta Basu dan Irawan, *manajemen pemasaran modern 2006*¹⁷

¹⁵ Fandy Tjiptono, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2006).

¹⁶ Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen* (Jakarta: Prenhallindo, 2000), 35.

¹⁷ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2006).