

**PENGARUH PELAYANAN CUSTOMER SERVICE TERHADAP  
KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI KOPERASI SYARIAH NGIRING  
TUNAS PAICE DESA BAREJULAT LOMBOK TENGAH**

**Skripsi**



Oleh  
**Yunita Anggraini**  
**NIM.170501090**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM  
2021**

**PENGARUH PELAYANAN CUSTOMER SERVICE TERHADAP  
KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI KOPERASI SYARIAH NGIRING  
TUNAS PAICE DESA BAREJULAT LOMBOK TENGAH**

**Skripsi**

**Di Ajukan Kepada Univesitas Islam Negeri (UIN) Mataram Untuk  
Melengkapi Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Syariah**



**Oleh**  
**Yunita Anggraini**  
**NIM.170501090**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM  
2021**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

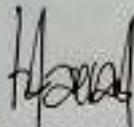
Skripsi oleh Yunita Angraini, NIM : 170501090 dengan judul "Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah" telah memenuhi syarat dan disetujui untuk di uji.



Disetujui pada tanggal 2/9/2021

Perpustakaan UIN Mataram

Pembimbing I



Hj. Siti Nurul Khairani, M.M  
NIP.197504122003122002

Pembimbing II



Dahlia Bonang, M.Si  
NIP.198505172011012010

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, 2/7/2021

Hal : Ujian Skripsi

Yang terhormat

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

di Mataram

*Assalamualaikum, Wr.Wb.*

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Yunita Anggraini  
Nim : 170501090  
Jurusan/prodi : Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Koperasi Ngiring Tunas Paice di Barejulat Lombok Tengah

Telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang munaqasyah ujian skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di munaqasyah-kan.

*Walaikumsalam, Wr.Wb*

Pembimbing I

Hj. Siti Nurul Khairani, M.M  
NIP. 197504122003122002

Pembimbing II

Dahlia Bonang, M.Si  
NIP. 198505172011012010

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yunita Anggraini  
NIM : 170501090  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Koperasi Syariah Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah" ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika saya terbukti melakukan plagiat tulisan atau karya orang lain, siap menerima sanksi yang telah ditentukan oleh lembaga.

Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 18 Agustus 2021

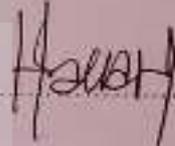
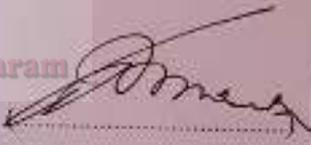
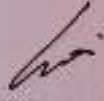
Saya yang menyatakan,

  
Yunita Anggraini

## PENGESAHAN

Skripsi oleh Yunita Anggraini, NIM. 170501090 dengan judul "Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Koperasi Syariah Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah" telah dipertahankan oleh Dewan Penguji Program Studi Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mataram pada hari Jum'at, 16 Juli 2021 dan dinyatakan sah untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S,E)

### Dewan Penguji

1. Ketua Sidang/  
Pembimbing 1 : Hj. Siti Nurul Khairani, M.M (.....)  
NIP. 197504122003122002
2. Sekretaris Sidang/  
Pembimbing 2 : Dahlia Bonang, M.Si (.....)  
NIP. 1985051720011012010
3. Penguji 1 : Dr. H. Muslihun, M.Ag (.....)  
NIP. 197412312001121005
4. Penguji 2 : Dewi Sartika Nasution, M.Fc (.....)  
NIP. 197912022011012007

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag  
NIP. 197111041997031001



**“DAN BEKERJASAMALAH DALAM KEBAIKAN DAN KETAKWAAN,  
DAN JANGANLAH SALING BEKERJASAMA DALAM DOSA DAN  
PERMUSUHAN” (Al-Maidah:2)**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan taufik hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul penelitian "Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah" dengan baik walaupun dalam bentuk sederhana dan masih perlu banyak pembenahan.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyelesaian skripsi ini ada keterlibatan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis berkewajiban untuk berterimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang terlibat sebagai berikut:

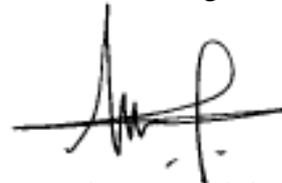
1. Hj. Siti Nurul Khairani, M.M selaku pembimbing I dan Dahlia Bonang, M.Si. selaku pembimbing II yang senantiasa dengan penuh kesabaran dan ketelitian dalam bimbingan sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik. Dengan kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terimakasih.
2. Bapak H. Bahrur Rosyid, M.M selaku ketua program studi ekonomi syariah yang telang memberikan semangat motivasi yang tak henti kepada seluruh mahasiswa/i agar kami bisa menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
3. Bapak Dr. H Amir Aziz, M.Ag selaku dekan fakultas ekonomi dan bisnis islam yang telah memberikan kemudahan kepada seluruh mahasiswa/I dalam menyelesaikan skripsi.

4. Bapak Prof. Dr. H. Mutawali, M.Ag. selaku rektor universitas islam negeri mataram.
5. Kepada seluruh ibu bapak dosen yang sangat berjasa dalam membantu mahasiswa/i selama menempuh perkuliahan di universitas islam negeri mataram.
6. Orang tua yang selalu mendoakan di setiap sujudnya, terimakasih dengan segala hal yang diberikan melalui perjuangan yang panjang ini satu harapan kalian dapat saya selesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karna itu, saran dan kritikan dari bebrbagai pihak sangat peneliti harapkan demi terwujudnya skripsi ini menjadi lebih baik.



Mataram, 18 Agustus 2021



Yunita Anggraini  
NIM. 170501090

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa terimakasih ku persembahkan karya tulis (skripsi) ini kepada :

1. Kepada kedua orang tuaku tercinta ibu Nurhayati dan Bapak Ehsan terimakasih yang tak terhingga selalu mendoakan anaknya dalam setiap sujud serta perjuangan yang tiada henti dalam segala hal untuk kedua anaknya, karna kalian saya bisa sampai pada titik ini. Tetesan keringat yang terlintas di wajah kalian semoga bernilai Ibadan di sisi Allah SWT. Aamiinn.
2. Untuk almamater dan kampus Universitas Islam Negeri Mataram tercinta.
3. Untuk seluruh keluarga besar tanpa terkecuali terimakasih selalu memberikan dukungan penuh.
4. Kepada Sahabatku (M. Erwin Saefullah, Febriyanti, dan Reni Susmayani) dan seluruh keluarga besar Csquad terimakasih selalu menemani setiap proses dari awal perkuliahan sampai pada titik kelulusan, semoga kita sukses dalam segala hal. Aamiin.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTO.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat .....	6
1. Tujuan Penelitian .....	6
2. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI.....</b>	<b>8</b>
A. Kajian Teori .....	8
1. Pengertian Lembaga Keuangan Syariah .....	8
2. Pengertian Koperasi .....	8
3. Koperasi Syariah.....	9
4. Definisi Pelayanan .....	11
5. Customer Service .....	14
6. Keputusan Menjadi Nasabah .....	19
B. Penelitian Terdahulu .....	24
C. Kerangka Berfikir .....	27
D. Hipotesis Penelitian .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
A. Metode dan Jenis Penelitian.....	30
1. Metode Penelitian .....	30
2. Jenis Penelitian.....	30
B. Populasi dan Sampel .....	31
1. Populasi.....	31
2. Sampel.....	31
C. Waktu Dan Tempat Penelitian .....	32
D. Variabel Penelitian.....	33
E. Instrument Penelitian .....	33
F. Prosedur Penelitian .....	34

1. Wawancara.....	34
2. Dokumentasi .....	34
3. Angket.....	35
G. Tehnik Analisis Data.....	36
1. Uji Instrument .....	36
a. Uji Validitas .....	36
b. Uji Reliabilitas .....	37
2. Uji Asumsi Klasik.....	37
3. Analisis Linear Sederhana .....	38
4. Uji Hipotesis .....	39
a. Uji T.....	39
b. Uji R <sup>2</sup> .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
A. Hasil Penelitian .....	41
1. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	41
2. Visi dan Misi Lokasi Penelitian.....	42
3. Letak Geografis.....	42
4. Struktur Organisasi .....	43
5. Penyajian Data .....	44
6. Uji Instrument .....	57
a. Uji Validitas .....	57
b. Uji Reliabilitas .....	58
7. Uji Normalitas.....	59
8. Analisis Linear Sederhana .....	61
9. Uji t .....	62
10. Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	64
B. Pembahasan.....	64
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>73</b>
A. Kesimpulan .....	73
B. Saran .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 jumlah jenis kelamin nasabah .....	
Tabel 4.2 jumlah usia nasabah .....	
Tabel 4.3 jumlah pendidikan terakhir nasabah .....	
Tabel 4.4 jumlah pekerjaan nasabah .....	
Tabel 4.5 jawaban item 1 .....	
Tabel 4.6 jawaban item 2 .....	
Tabel 4.7 jawaban item 3 .....	
Tabel 4.8 jawaban item 4 .....	
Tabel 4.9 jawaban item 5 .....	
Tabel 4.10 jawaban item 6 .....	
Tabel 4.11 jawaban item 7 .....	
Tabel 4.12 jawaban item 8 .....	
Tabel 4.13 jawaban item 9 .....	
Tabel 4.14 jawaban item 10 .....	
Tabel 4.15 jawaban item 11 .....	
Tabel 4.16 jawaban item 12 .....	
Tabel 4.17 jawaban item 13 .....	
Tabel 4.18 jawaban item 14 .....	
Tabel 4.19 jawaban item 15 .....	
Tabel 4.20 jawaban uji validitas .....	
Tabel 4.21 jawaban uji reliabilitas .....	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.22 hasil uji normalitas .....
Gambar 4.23 hasil uji multikolinearitas .....
Gambar 4.24 hasil uji regresi linear sederhana .....
Gambar 4.25 hasil uji t .....
Gambar 4.26 hasil uji $R^2$ .....



Perpustakaan UIN Mataram

**PEGARUH PELAYANAN CUTOMER SERVICE TERHADAP  
KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI KOPERASI NGIRING TUNAS  
PAICE DESA BAREJULAT LOMBOK TENGAH**

Oleh  
**YUNITA ANGGRAINI**  
NIM. 170501090

**ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul pengaruh pelayanan customer service terhadap keputusan menjadi nasabah di koperasi ngiring tunas paice desa barejulat lombok tengah. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pelayanan customer service terhadap keputusan menjadi nasabah di koperasi ngiring tunas paice, penelitian ini berlokasi di desa barejulat kecamatan jonggat lombok tengah, dengan jumlah sampel sebanyak 98 orang responden.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui angket atau kuesioner untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan. Tehnik analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik uji regresi linear sederhana, uji t, dan uji koefisien determinasi  $R^2$ .

Hasil penelitian yang didapat bahwa pelayanan customer service berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di koperasi, hal ini dibuktikan pada nilai uji t yang menghasilkan nilai sebesar 7,904 dimana hal ini membuktikan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dimana nilai t tabel sebesar 0,202. Besar tingkat pengaruh pelayanan customer service terhadap keputusan menjadi nasabah dilihat dari uji koefisien determiiasi  $R^2$  yang mengasilkan nilai sebesar 0,628 jika di ubah dalam bentuk persen sebanyak 62%.

***Kata kunci : pelayanan, customer service, keputusan, nasabah.***

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Perkembangan dunia usaha di Indonesia semakin menunjukkan perkembangan yang mengembirakan hal ini ditandai dengan munculnya wirausaha-wirausaha baru yang mengelola usaha diberbagai sektor. Kegiatan usaha tidak hanya berkembang di daerah perkotaan tetapi sudah berkembang dengan pesat di pedesaan khususnya yang menyangkut Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Perkembangan pertumbuhan UMKM ini tentunya harus didukung dengan pertumbuhan kegiatan ekonomi lain yang mendukung perkembangan UMKM itu sendiri. Hal ini pertumbuhan lembaga keuangan baik bank maupun non bank adalah hal yang perlu diprioritaskan. Salah satu lembaga keuangan non Bank yang menjadi rujukan pelaku usaha UMKM untuk menambah modal usahanya adalah koperasi.

Koperasi sebagai sebuah lembaga ekonomi rakyat telah lama dikenal di Indonesia bahkan Muhammad Hatta, salah seorang proklamator Republik Indonesia yang dikenal sebagai bapak koperasi, mengatakan bahwa koperasi adalah badan usaha bersama yang bergerak dalam bidang perekonomian.<sup>1</sup>

Koperasi merupakan salah satu lembaga keuangan non bank yang menerapkan pola syariah, seluruh aktifitas selalu mengacu pada upaya pemberdayaan ekonomi rakyat yaitu dengan turut serta dalam upaya

---

<sup>1</sup>Muladi Wibowo, "Perilaku Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Kopwan Syariah", Jurnal Dinamika Manajemen, Vol.1 No.1,2010, hlm. 35

mengangkat kemajuan usaha mikro kecil dan menengah UMKM, dengan meningkatkan keselamatan umat<sup>2</sup>. Usaha kecil menengah merupakan usaha kecil tingkat menengah yang menerima dana fasilitas kredit kepada nasabah pada sebuah koperasi menjadi salah satu bentuk pelayanan koperasi.

Kegiatan koperasi di Indonesia mengacu pada UUD 1945 pasal 33 yang menyatakan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan. Segala gerak dan kegiatan koperasi harus berpedoman pada prinsip untuk mencapai kesejahteraan anggota dan masyarakat<sup>3</sup>.

Pada tahun 2015, ditetapkannya UU No.17 Tahun 2015 tentang perkoperasian yaitu kegiatan yang dilakukan dengan tujuan memperoleh hasil berupa keuntungan, upah, laba usaha dalam koperasi melalui pelayanan kepada anggota dan masyarakat.

Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur yang berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang 1945.<sup>4</sup>

Dalam keputusan menteri koperasi dan usaha kecil menengah Republik Indonesia Nomor 91/Kep/IV/KUKM/IX/2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Koperasi Simpan Pinjam Syariah Atau Koperasi Jasa Keuangan Syariah

---

<sup>2</sup>Andri Soemitra, *Edisi Kedua Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana,2009), hlm.469-470.

<sup>3</sup>Agung Feryanto, *Koperasi Dan Perannya Dalam Perkeonomian*, (Klaten: SM Kompetensi, 2018), hlm.06.

<sup>4</sup>Arifin Sitio, *Koperasi Teori Dan Praktik*, (Jakarta: Erlangga,2011), hlm: 18-19.

(KJKS) adalah koperasi yang kegiatan usahanya bergerak pada bidang pembiayaan, investasi, dan simpanan sesuai pola bagi hasil (syariah).<sup>5</sup>

Pelayanan menurut Kotler adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, dimana pelayanan merupakan perilaku anggota dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah demi tercapainya kepuasan pada nasabah itu sendiri.<sup>6</sup>

Dalam memberikan pelayanan, koperasi mewajibkan semua karyawan dan personal yang ada di dalamnya untuk memberikan pelayanan yang terbaik khususnya customer service. Customer service adalah kegiatan yang ditunjukkan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang kepada kliennya dalam menyelesaikan masalah dengan hasil yang memuaskan. Tugas dari customer service ini memberikan pelayanan yang prima dan membina hubungan baik dengan nasabah dan klien. Selain itu, customer service adalah personal yang lebih banyak menerima keluhan-keluhan dari nasabah dan customer service lebih banyak berinteraksi terhadap para nasabah terutama mengenai koperasi. Dengan demikian customer service harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik, agar nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup>Andri Soemitra, *Bank Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2018), hlm.470.

<sup>6</sup>Daryanto,ismanto settiobudi, *konsumen dan pelayanan prima*,(Yogyakarta: gava media,2014), hlm. 135.

<sup>7</sup>Ikatan BI, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,2015). hlm. 65.

Dalam pelayanan yang diberikan oleh seorang customer service mampu untuk menumbuh kepercayaan nasabah kepada koperasi sehingga nasabah dapat terlayani dengan baik dan ingin segera bergabung menjadi bagian di koperasi. Keputusan nasabah sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor budaya yang mempunyai pengaruh yang luas dan mendalam pada perilaku nasabah, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi.<sup>8</sup>

Keputusan nasabah adalah hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Atau suatu keputusan setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan melakukan evaluasi alternatif yang menyebabkan timbulnya keputusan yaitu keputusan konsumen untuk menjadi nasabah atau tidak.<sup>9</sup>

Koperasi Ngiring Tunas Paice di desa barejulat lombok tengah adalah suatu lembaga keuangan yang bergerak sebagai investor untuk memberikan pinjaman modal pada Usaha Mikro Kecil (UMK) hingga masyarakat bawah ke menengah untuk memenuhi kebutuhan. Koperasi Ngiring Tunas Paice berusaha memenuhi setiap kebutuhan dan keinginan dari nasabah dengan menawarkan berbagai jenis produknya sebagai jaminan penarikan dana. Hal tersebut bisa membantu dalam menentukan pilihan dan

---

<sup>8</sup>Daryanto, Ismanto Setiyobudi, *Konumen Dan Pelayanan Prima*,(Yogyakarta: Gava Media, 2014), hlm.83.

<sup>9</sup>Philip Kolter & Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Ed 12, Terj, Bob Sabrana, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm.179.

mengambil keputusan yang sesuai untuk menjadi nasabah dikoperasi tersebut.

Sebelum menentukan pilihan ada kendala yang sering terjadi di koperasi ngiring tunas paice mengenai pelayanan, dari hasil awal observasi sekaligus wawancara dari salah satu nasabah di Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah mengenai pelayanan customer service mengatakan bahwa pelayanan customer service kurang cepat sehingga mengakibatkan sebagian dari nasabah mengeluh akan hal tersebut<sup>10</sup>.

Dari pemaparan di atas penulis mencoba melakukan penelitian ilmiah tentang *customer service* dengan judul “*Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Koperasi Ngiring Tunas Paice Di Desa Barejulat Lombok Tengah*”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah pelayanan customer service berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Koperasi Ngiring Tunas Paice Di Desa Barejulat Lombok Tengah?
2. Berapa besar tingkat pengaruh pelayanan customer service terhadap keputusan menjadi nasabah di Koperasi Ngiring Tunas Paice Di Desa Barejulat Lombok Tengah?

## **C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan

Adapun tujuan yang ingin diperoleh dari penelitian ini yaitu:

---

<sup>10</sup> Siti Nurlaila, *Wawancara*, Jonggat, 09 april 2021

- a. Mengetahui pengaruh pelayanan customer service terhadap keputusan menjadi nasabah di Koperasi Ngiring Tunas Paice Di Desa Barejulat.
- b. Untuk mengetahui berapa besar tingkat pelayanan customer service terhadap keputusan menjadi nasabah di Koperasi Ngiring Tunas Paice Di Desa Barejulat.

## 2. Manfaat penelitian

Adapun manfaat yang ingin diperoleh dari penelitian ini yaitu:

- a. Secara Akademik
  - 1) Diharapkan bisa bermanfaat secara teori dan aplikasi terhadap pengembangan ilmu ekonomi, lebih khususnya ekonomi syariah.
  - 2) Dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan di bidang koperasi syariah, khususnya mengenai pengaruh customer service terhadap keputusan menjadi nasabah di Koperasi Ngiring Tunas Paice Di Desa Barejulat Lombok Tengah.
- b. Manfaat praktis
  - 1) Bagi penulis, Penelitian ini berguna untuk memberikan informasi pengetahuan dan menambah wawasan mengenai pelayanan customer service terhadap nasabah dalam mengambil keputusan di Koperasi Ngiring Tunas Paice Di Desa Barejulat Lombok Tengah.

- 2) Bagi pembaca, Sebagai bahan masukan pengetahuan yang dapat berguna bagi siapa saja yang membacanya.
- 3) Bagi lembaga koperasi, untuk membantu kinerja costumer service dalam mengambil peran penting bagi nasabah untuk mengambil keputusan sebagai calon nasabah dan membantu Koperasi Ngiring Tunas Paice untuk mengembangkan kekurangan-kekurangan yang ada.
- 4) Bagi masyarakat, untuk memberikan penilaian terhadap koperasi ngiring tunas paice, dan masyarakat mengetahui apa peran dan fungsi costumer service terhadap pelayanan yang diberikan sebelum menjadi nasabah yang sah di koperasi, serta mengetahui keuntungan maupun resiko yang diterima oleh masyarakat yang akan menjadi nasabah di Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### D. Kajian Teori

##### 1. Lembaga Keuangan Syariah

Lembaga keuangan syariah adalah lembaga yang mengelola keuangan dana pihak ketiga, baik dalam bentuk bank maupun non bank.<sup>11</sup> Lembaga keuangan non bank memiliki lebih banyak jenis masing-masing mempunyai ciri-ciri usahanya sendiri, salah satunya lembaga pembiayaan konsumen syariah adalah kegiatan pembiayaan untuk pengadaan barang berdasarkan kebutuhan konsumen dengan pembayaran secara angsuran sesuai dengan prinsip syariah seperti koperasi.<sup>12</sup>

##### 2. Koperasi

###### a. Pengertian Koperasi

Menurut Moh. Hatta. “bapak koperasi Indonesia” mendefinisikan koperasi lebih sederhana tetapi jelas, padat, dan mempunyai suatu visi misi yang terkandung dalam koperasi. Moh.Hatta mengatakan koperasi adalah usaha bersama untuk memperbaiki nasib penghidupan ekonomi berdasarkan tolong menolong.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup>Susianti Nurul. Aalisis Optimalisasi Prinsip Lembaga Keuangan Syariah Non-Bank, Anomaly Event Study January Effect Terhadap Abnormal Return Saham Syariah Di Pasar Modal Indonesia, Vol. Viii (2017), hlm.23.

<sup>12</sup>Andri Soemitri, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta:Prenada Media Group,2009), hlm.44.

<sup>13</sup>Sattar, *Buku Ajar Ekonomi Koperasi*, (Yogyakarta, Deepublish 2017), hlm.31.

Sedangkan, Menurut UU No. 25/1992 tentang perkoperasian, koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seseorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatan berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.<sup>14</sup>

Berdasarkan teori di atas bahwa koperasi merupakan usaha bersama yang beranggotakan orang atau badan hukum yang memberikan kebebasan kepada seluruh anggota koperasi dengan melandaskan kegiatan berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat.

### 3. Koperasi Syariah

#### a. Pengertian Koperasi Syariah

Koperasi merupakan kumpulan orang-orang yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi melalui usaha yang dijalankan anggota sebagai pemilik dan sekaligus pengguna jasa koperasi. Koperasi syariah adalah koperasi yang berlandaskan pada asas kekeluargaan dan Undang-Undang Dasar 1945. Koperasi didirikan bertujuan untuk memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang

---

<sup>14</sup>Sattar., *Buku Ajar Ekonomi Koperasi*, (Yogyakarta, Deepublish 2017), hlm.32.

maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang 1945.<sup>15</sup>

b. Prinsip-prinsip Koperasi

Adapun yang menjadi prinsip-prinsip koperasi adalah :

- 1) Anggota bersifat sukarela dan terbuka, sifat sukarela dalam keanggotaan koperasi mengandung makna bahwa menjadi anggota koperasi adalah atas dasar kesadaran tanpa adanya unsur paksaan dari siapapun.
- 2) Pengelolaan dilakukan secara demokratis. Prinsip demokratis menunjukkan bahwa pengelolaan koperasi dilakukan atas kehendak para anggotanya.
- 3) Pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil. Pembagian ini sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota. Pembagian sisa hasil usaha kepada anggota dilakukan tidak semata-mata berdasarkan pada modal yang disimpan atau disertakan oleh seseorang dalam koperasi, tetapi juga berdasarkan pertimbangan jasa usaha yang telah diberikan anggota terhadap koperasi.
- 4) Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal. Kedudukan modal pada koperasi pada umumnya dipergunakan untuk memulai usaha, sehingga diharapkan dapat segera memberikan manfaat kepada semua anggotanya.

---

<sup>15</sup>Ahmad Ihfam Sholihin, *Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Grandmedia Pustaka Utama, 2010), hlm. 424.

- 5) Kemandirian koperasi harus mampu berdiri sendiri, tanpa selalu bergantung pada pihak lain.<sup>16</sup>

#### 4. Pelayanan

##### a. Definisi Pelayanan

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang. Kata “pelayanan” adalah perihal atau cara melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan, Kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.<sup>17</sup>

Dalam definisi lain, menurut RA supriyono menyebutkan pelayanan adalah sebagai suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Layanan pelanggan adalah sebagai sebuah fungsi tentang sebaik apa sebuah organisasi bisa konsisten memenuhi dan melampaui kebutuhan pelanggan.<sup>18</sup>

##### b. Bentuk-bentuk Layanan

Dalam melayani nasabah, hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Puas artinya nasabah akan merasa semua keinginan dan kebutuhannya

---

<sup>16</sup>Hudiyanto, *Koperasi Syariah*, (Yogyakarta: UII Pres, 2002), hlm.12.

<sup>17</sup>Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm.647.

<sup>18</sup>Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), hlm.15

dapat dilakukan secara tepat waktu.<sup>19</sup> Adapun indikator dari pelayanan bagi berikut:

- 1) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik. Nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah salah satu yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki koperasi. Meja dan kursi nyaman untuk diduduki. Udara dalam ruangan harus tetap tenang, tidak berisik dan sejuk. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan mengakibatkan nasabah betah untuk berurusan dengan koperasi.
- 2) Tersedianya personil yang baik. Kenyamanan nasabah juga tergantung dari petugas *customer service* yang melayaninya. Petugas *customer service* harus ramah, sopan dan menarik. Petugas *customer service* juga harus mampu memikat dan mengambil hati nasabah, sehingga semakin tertarik.
- 3) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai dalam menjalankan kegiatan pelayanan. Petugas *customer service* harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai.
- 4) Mampu melayani secara cepat dan tepat. Dalam melayani nasabah diharapkan petugas *customer service* harus melakukan

---

<sup>19</sup>Kusnul K, 2019, "Pengaruh Lokasi Dan Peran Customer Service Terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi Anggota Di Koperasi Syariah Podojoyo Srengat Blitar", (IAIN Tulungagung,2019).

sesuai prosedur. Layanan yang diberikan harus sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan keinginan nasabah.<sup>20</sup>

- 5) Mampu berkomunikasi. Petugas *customer service* harus mampu berbicara kepada setiap nasabah dan petugas *customer service* pun mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Artinya petugas *customer service* harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.
- 6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi. Menjaga rahasia bank sama artinya menjaga rahasia nasabah. Oleh karena itu, petugas *customer service* harus mampu menjaga rahasia nasabah terhadap siapapun.
- 7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik. Untuk menjadi *customer service* harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas *customer service* selalu berhubungan dengan nasabah maka *customer service* perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.
- 8) Berusaha memahami kebutuhan nasabah. *Customer service* harus cepat dan tanggap dengan apa yang diinginkan oleh

---

<sup>20</sup>*Ibid.*

nasabah. Petugas *customer service* yang lamban akan membuat nasabah lari. Usahakan mengerti dan pahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

Sehingga pelayanan yang baik dapat menimbulkan sisi positif bagi koperasi. Karena pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.<sup>21</sup>

## 5. Customer Service

### a. Definisi *Customer Service*

Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabah, maka koperasi perlu menjaga citra positif di mata masyarakatnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan. Tanpa citra yang positif maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif. Untuk meningkatkan citra positifnya maka koperasi perlu menyiapkan personil yang mampu menangani dan melayani keinginan nasabahnya. Personil yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabahnya inilah yang disebut *Customer Service* atau ada juga yang disebut dengan *Service Assistance*.<sup>22</sup>

Secara umum, pengertian *customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang dapat

---

<sup>21</sup>*Ibid.*

<sup>22</sup>Risdayanti H.,2016. "Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah KCP Sungguminasa", (Universitas Islam Negeri Hidayatullah. Jakarta,2016).

memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Seorang *customer service* memegang peranan yang sangat penting di samping memberikan pelayanan juga sebagai pembina hubungan dengan masyarakat atau *public relation*.<sup>23</sup>

Dari penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa *customer service* adalah petugas yang bersentuhan langsung dengan nasabah maupun calon nasabah, oleh karena itu diharapkan selalu memberikan kesan yang menarik setiap waktu.

#### b. Peran Customer Service

Tugas utama seorang *customer service* adalah melayani dan membina hubungan yang baik dengan masyarakat. Cara yang digunakan oleh *customer service* untuk menarik nasabah sangatlah banyak salah satunya melalui pelayanan yang memuaskan, tidak hanya menarik nasabah baru, tetapi membuat nasabah lama menjadi lebih aman dan nyaman dengan kinerja serta pelayanan dari *customer service*.<sup>24</sup>

- 1) Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.
- 2) Berusaha untuk mendapatkan nasabah baru, melalui berbagai pendekatan. Misal dengan meyakinkan nasabah untuk menjadi

---

<sup>23</sup>*Ibid.*

<sup>24</sup>Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo, 2005), hal.181.

nasabah kita dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk dari koperasi tersebut.<sup>25</sup>

c. Tugas Customer Service

Sebagai seorang *customer service* tentu ditetapkan tugas harus diembannya. Tugas ini harus dilaksanakan dengan sebaik mungkin dalam arti dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu nasabah. Dalam praktiknya tugas *customer service*<sup>26</sup> yaitu:

- 1) Sebagai *receptionist* (penerima tamu) seorang customer service harus ramah tamah, sopan, tenang, simpatik, menarik dan menyenangkan. Dalam hal ini customer service harus memberikan perhatian, berbicara dengan tutur kata yang lemah lembut dan bahasa yang mudah dimengerti oleh nasabah.
- 2) Sebagai *deksman* (orang yang melayani berbagai aplikasi) dalam hal ini *customer service* memberikan informasi mengenai produk-produk, menjelaskan manfaat dan ciri-ciri produk serta membantu nasabah mengisi formulir aplikasi.<sup>27</sup>
- 3) Sebagai *salesman* sekaligus sebagai *cross selling*, mengadakan pendekatan dan mencari nasabah baru, mengatasi setiap keluhan dan masalah nasabah serta sebagai

---

<sup>25</sup> *Ibid.*, hal. 182

<sup>26</sup> Kasmir, *Pemasaran BANK*, (Jakarta: prenadamedia group), hlm.180.

<sup>27</sup> Awaluddin, *Manajemen Bank Syariah*, (Makasar: Alauddin University Press, 2011), hlm.25.

solusi bagi nasabah yang masih minim pengetahuannya terhadap koperasi .

- 4) Sebagai *costumer relation officier* (orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah), termasuk membujuk atau merayu agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari koperasi yang bersangkutan apabila menghadapi masalah.<sup>28</sup>
- 5) Sebagai komunikator (orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi) tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara anggota dengan nasabah.

Inilah antara lain tugas-tugas *customer service*, sehingga *customer service* dituntut menggunakan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti pada saat proses pelayanan kepada calon nasabah atau nasabah<sup>29</sup>

#### d. Sikap Melayani Nasabah

Dalam melayani sangat diperlukan berbagai sikap *customer service* yang mampu menarik minat nasabah dalam berhubungan dengan *customer service*. Sebagai berikut:

- a. Beri kesempatan nasabah berbicara untuk mengemukakan keinginannya. Dalam hal ini petugas harus dapat menyimak dan berusaha memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

---

<sup>28</sup>*Ibid.*

<sup>29</sup>*Ibid.*, hlm.26

- b. Dengarkan baik-baik. Selama nasabah mengungkapkan pendapatnya dengar dan simak baik-baik tanpa membuat gerakan yang dapat menyinggung nasabah, terutama gerakan tubuh yang dianggap kurang sopan.
- c. Jangan menyela pembicaraan sebelum nasabah selesai bicara. Sebelum nasabah selesai bicara petugas *customer service* dilarang memotong dan menyela pembicaraan. Usahakan nasabah sudah benar-benar selesai bicara baru petugas *customer service* menanggapi.
- d. Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai bicara. Pengajuan pertanyaan kepada nasabah baru dilakukan apabila nasabah sudah selesai bicara, Pengajuan pertanyaan hendaknya dengan bahasa yang baik, singkat dan jelas.
- e. Jangan marah dan mudah tersinggung. cara bicara, sikap atau nada bicara, jangan sekali-kali menyinggung nasabah.
- f. Jangan debat dengan nasabah. Jika ada hal-hal yang akan disetujui usahakan beri penjelasan dengan sopan dan jangan sekali-kali berdebat atau memberikan argumen yang tidak dapat diterima oleh nasabah.
- g. Jaga sikap sopan, ramah, dan selalu berlaku tenang. Dalam melayani nasabah sikap sopan santun, ramah tamah harus selalu dijaga. Begitupula dengan emosi harus tetap terkendali

dan selalu berlaku tenang dalam menghadapi nasabah yang kurang menyenangkan.<sup>30</sup>

- h. Jangan menangani hal-hal yang bukan merupakan pekerjaannya. Sebaiknya petugas *customer service* tidak menangani tugas-tugas yang bukan menjadi wewenangnya. Serahkan kepada petugas yang berhak, sehingga tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi.
- i. Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu Nasabah yang datang ke koperasi pada prinsipnya ingin dibantu. Oleh karena itu berilah perhatian seperlunya dan tunjukkan bahwa memang kita ingin membantu nasabah.<sup>31</sup>

## 6. Keputusan Menjadi Nasabah

### a. Pengertian Keputusan

Keputusan adalah tahap-tahap aktivitas yang menghasilkan keputusan. Dalam praktiknya, Keputusan merupakan sarana atau alat untuk mencapai hasil tertentu atau untuk memecahkan masalah. Jadi, keputusan sendiri hanyalah sarana mencapai tujuan. Menurut Angel et al (1995) yang mengatakan bahwa tahap pengambilan keputusan nasabah terdiri dari 5 tahap yaitu

---

<sup>30</sup>Awaluddin, *Manajemen Bank Syariah*, (Makasar: Alauddin University Press, 2011), hlm. 26.

<sup>31</sup>*Ibid.*, hlm.27.

pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian<sup>32</sup>.

b. Keputusan Nasabah

Dari pengertian keputusan dan pengertian nasabah di atas dapat di ambil kesimpulan bahwa keputusan nasabah adalah hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Atau suatu keputusan setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan melakukan evaluasi alternatif yang menyebabkan timbulnya keputusan yaitu keputusan konsumen untuk menjadi nasabah atau tidak.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah<sup>33</sup>.

1) Faktor budaya, mempunyai pengaruh yang luas dan mendalam pada perilaku konsumen, meliputi :

- a) Budaya, merupakan kumpulan nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari oleh anggota masyarakat dari keluarga dan institute penting lainnya
- b) Subbudaya, merupakan kelompok orang yang mau berbagi system nilai berdasarkan pengalaman hidup dan situasi

---

<sup>32</sup>Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pusaka Utama), hlm.15.

<sup>33</sup>Kurniati, "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Tabungan Di BRI Syariah Cabang Mataram", (Universitas Islam Negeri Mataram,2017).

yang umum. Subbudaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis.<sup>34</sup>

## 2) Faktor sosial

Faktor sosial seperti kelompok yang berpengaruh langsung dan didalam mana seseorang menjadi anggotanya disebut kelompok keanggotaanya. Anggota keluarga pembeli dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli. Status dan peran sosial posisi seorang dalam setiap kelompok dapat ditentukan dari segi peran dan status..<sup>35</sup>

## 3) Faktor pribadi

Keputusan seorang juga dipengaruhi oleh ciri-ciri kepribadiannya termasuk usia dan daur hidupnya, pekerjaanya, kondisi ekonomi, gaya hidup dan konsep diri.

## 4) Faktor psikologi, meliputi

a) Motivasi, merupakan kebutuhan dengan ekanan kuat yang mengarahkanseseorang mencari kepuasan. Kebutuhan setiap orang beragam, seperti kebutuhan akan sandang, pangan, papan yang disebut juga kebutuhan biologis, dan kebutuhan yang berhubungan dengan suatu pengakuan dari masyarakat, memperoleh penghargaan, dan sebagainya yang merupakan kebutuhan psikologis.

---

<sup>34</sup>Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: PT.Refrika Aditama,2015). hlm.39.

<sup>35</sup>Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pusaka Utama), hlm.9.

- b) Persepsi, adalah proses dimana orang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang berarti, persepsi seseorang timbul akibat pola pikir individu itu sendiri.
- c) Keyakinan dan sikap, keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu, sikap menggambarkan evaluasi, perasaan, dan tendensi yang relative konsisten dari seorang terhadap sebuah objek atau ide<sup>36</sup>

d. Tahap Proses Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan adalah proses yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative dan memilih satu diantaranya<sup>37</sup>:

- 1) Pengenalan masalah proses pengambilan dimulai saat pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan, sehingga kebutuhan tersebut mendorong minat konsumen untuk melakukan pembelian.
- 2) Pencarian informasi setelah menganalisis masalah-masalah yang dihadapi, konsumen akan mencari informasi lebih lanjut mengenai barang yang dibutuhkan, jika dorongan dari konsumen kuat maka keinginan tersebut akan disimpan dalam ingatannya.

---

<sup>36</sup>*Ibid.*, hlm.10

<sup>37</sup>Kurniati, "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Tabungan Di BRI Syariah Cabang Mataram", (Universitas Islam Negeri Mataram, 2017)

- 3) Evaluasi alternatif Setelah dilakukan pencarian informasi mengenai barang yang dibutuhkan maka konsumen akan mengidentifikasi dan mengevaluasi cara-cara untuk memenuhi kebutuhan dirinya maupun organisasinya, mencari pilihan yang terbaik menyangkut kualitas, harga, waktu, pengiriman, dan faktor-faktor lain yang dianggap penting. Dalam tahap ini seruan-seruan periklanan yang rasional dan emosional memainkan peran penting.<sup>38</sup>
- 4) Keputusan pembelian Dalam melaksanakan niat pembelian konsumen dapat membuat suatu keputusan pembelian seperti keputusan merek, pemasok, kuantitas, waktu, metode pembayaran.
- 5) Prilaku Pasca Pembayaran. Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami level kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Dan para pemasar harus memantau kepuasan pasca pembelian, tindakan pasca pembelian, dan pemakaian produk pasca pembelian<sup>39</sup>

Keputusan konsumen untuk membeli atau tidak membeli suatu produk atau jasa merupakan saat yang penting bagi perusahaan maupun pemasarnya. Karena keputusan itu menandai apakah suatu strategi pemasaran telah efektif atau

---

<sup>38</sup>Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Ed 12, Terj, Bob Sabrana*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm.179.

<sup>39</sup>*ibid.*, hlm.181.

apakah kurang baik direncanakan atau keliru dalam menetapkan sasaran pemasaran.

#### E. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian Reny Alfiatul Azizah yang meneliti tentang pengaruh peran customer service dan promosi terhadap keputusan menjadi nasabah pada BTM Mentari Ngunut. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana metode yang digunakan lebih menekankan pada aspek pengukuran secara obyektif terhadap aspek sosial. Hasil penelitian disimpulkan bahwa F hitung sebesar 72,612 dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 artinya keputusan untuk menjadi nasabah dipengaruhi oleh variabel peran customer service dan promosi sebesar 59,1%.<sup>40</sup>

Perbedaan dari peneliti sebelumnya dengan penulis yang akan diteliti yaitu peneliti sebelumnya lebih menekankan terhadap peran customer service sedangkan penulis akan meneliti lebih menekankan tentang pelayanan customer service terhadap keputusan menjadi nasabah.

2. Skripsi yang berjudul "Pengaruh Pelayanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bri Syariah Kcp Sungguminasa". Tahun 2016 ditulis oleh Risdianti Harun, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Alauddin Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pelayanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah

---

<sup>40</sup>Reny Alfiatul Azizah, "Pengaruh Peran Customer Service Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada BTM Mentari Ngunut", (Institut Agama Islam Negeri Tulungagung).

Pada Bank Bri Syariah Kcp Sungguminasa, penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dimana pelayanan yang diberikan bank BRI syariah sudah optimal berdasarkan olah data variable kepuasan nasabah dari 3 variabel mayoritas responden yang menyatakan sangat puas, terutama dalam hal kepuasan keseluruhan dengan memiliki ilai rata-rata tertinggi sebesar 4,27.<sup>41</sup>.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian Risdiyanti ini lebih menekankan pada pelayanan customer service terhadap kepuasan nasabah sehingga nasabah tetap merasa puas terhadap layanan di Bank BRI syariah, Sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih menekankan pada pengaruh pelayanan customer service terhadap keputusan menjadi nasabah di koperasi Ngiring Tunas Paice, Barejulat Lombok tengah

3. Penelitian kurniati yang meneliti tentang pengaruh promosi terhadap keputusan menjadi nasabah produk tabungan di BRI SYariah cabang mataram. Penelitian ini menggunakan metode kuatitatif dimana menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antara variabel. Hasil penelitian ini di simpulkan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah dimana  $Y=2,089 + 0,420X$  dari persamaan ini dihasilkan ada pengaruh positif promosi terhadap

---

<sup>41</sup>Risdayant,. "Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah KCP Sungguminasa", (Universitas Islam Negeri Hidayatullah. Jakarta, 2016)

keputusan menjadi nasabah produk tabungan pada BRI Syariah cabang mataram.<sup>42</sup>

Perbedaan dari peneliti sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu peneliti sebelumnya lebih menekankan pada pengaruh promosi sedangkan peneliti yang akan dilakukan lebih menekankan pengaruh pelayanan customer service terhadap keputusan menjadi nasabah di koperasi ngiring tunas paice Lombok tengah

4. Penelitian Puspitasari, Eka dan Nailis yang meneliti Pengaruh lokasi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada konsumen KFC dermaga point Palembang). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu suatu metode yang berusaha untuk memberikan gambaran sistematis, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 54.168 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan F tabel 3.089203 dari perhitungan tersebut dapat di ambil kesimpulan  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa ada pengaruh signifikan antara pengaruh lokasi, citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen.<sup>43</sup>

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah penelitian eka dan nailis lebih menekankan pada citra merek dari makanan KFC sebagai keputusan konsumen dalam pembelian, Sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih menekankan pada

---

<sup>42</sup>Kurniati, "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Tabungan Di BRI Syariah Cabang Mataram", ( Universitas Islam Negeri Mataram, 2017).

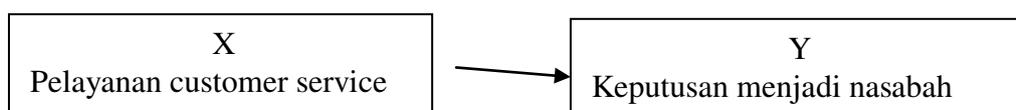
<sup>43</sup>Puspitasari, Dian Eka Dan Welly Nailis, 2018 " Pengaruh Lokasi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen", Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan Tahun XV.

pengaruh pelayanan customer service terhadap keputusan menjadi nasabah di koperasi Ngiring Tunas Paice, Barejulat Lombok tengah

5. Penelitian Kurniati yang meneliti tentang pengaruh promosi terhadap keputusan menjadi nasabah produk tabungan di BRI Syariah cabang mataram. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana data dalam bentuk jumlah dituangkan untuk menerangkan satu-satu kejelasan dari angka-angka atau perbandingan sehingga memperoleh gambaran bagi kemudian dijelaskan kembali dalam bentuk kalimat atau uraian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai coefficient yang dihasilkan sebanyak 2.089 dan  $Y = 0,420$  dimana ada pengaruh positif promosi terhadap keputusan menjadi nasabah, dilihat dari uji  $R^2$  bahwa sebanyak 69% yang artinya tingkat pengaruh promosi terhadap keputusan menjadi nasabah.<sup>44</sup>

Perbedaan dari penelitian yang akan penulis lakukan adalah peneliti sebelumnya lebih menekankan terhadap kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan yang penulis akan teliti lebih menekankan tentang kualitas pelayanan customer service terhadap keputusan menjadi nasabah di koperasi ngiring tunas paice desa barejulat Lombok tengah.

#### F. Kerangka Berpikir



<sup>44</sup>Kurniati, "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Tabungan Di BRI Syariah Cabang Mataram", (Universitas Islam Negeri Mataram, 2017)

Ada beberapa indikator dari pelayanan(X).

1. Tersedianya sarana dan prasarana yang prima
2. Tersedianya personil yang baik
3. Bertanggung jawab
4. Melayani secara cepat dan tepat
5. Komunikasi
6. Memberikan jaminan kerahasiaan
7. Memahami kebutuhan nasabah

Beberapa indikator dari keputusan menjadi nasabah(Y).

1. Pengenalan masalah.
2. Pencarian informasi.
3. Perilaku pasca pembelian
4. Evaluasi alternatif

Dimana : X (Independen) = pelayanan

Y (dependen) = keputusan menjadi nasabah

Maksud dari tanda panah di atas adalah menunjukkan bahwa apakah ada pengaruh atau tidak antara variable X (pelayanan customer service) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y).

#### **G. Hipotesis**

Hipotesis berasal dari dua kata yaitu hypo (belum tentu benar) dan tesis (kesimpulan). Hipotesis merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian. Dengan demikian, ada keterkaitan antara perumusan

masalah dengan hipotesis, karena perumusan masalah merupakan pertanyaan penelitian, jenis hipotesis yang digunakan penelitian ini adalah hipotesis statistic dimana menguji hipotesis penelitian harus terlebih dahulu diterjemahkan menjadi *term statistic*, yakni:

Ho: menyatakan tidak ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan customer service variabel X terhadap keputusan menjadi nasabah variabel Y.

Ha: menyatakan adanya hubungan antara pelayanan customer service variabel X terhadap keputusan menjadi nasabah variabel Y.<sup>45</sup>



---

<sup>45</sup>Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group,2013), hlm.79-88.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Metode dan Jenis Penelitian

##### 1. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah langkah yang dimiliki dan dilakukan oleh peneliti dalam rangka untuk mengumpulkan informasi atau data serta melakukan investigasi pada data yang telah didapatkan tersebut. Metode penelitian memberikan gambaran rancangan penelitian yang meliputi antara lain : prosedur dan langkah-langkah yang harus ditempuh, waktu penelitian, sumber data, dan dengan langkah apa data-data tersebut diperoleh dan selanjutnya diolah dan di analisis<sup>46</sup>.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numerik/angka.<sup>47</sup>

##### 2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis pendekatan penelitian kuantitatif asosiatif, dimana yaitu pendekatan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variable atau lebih. penelitian Kuantitatif adalah metode penelitian yang dapat di artikan sebagai metode yang menyajikan data-data dalam bentuk angka secara sepintas dan lbih mudah untuk diketahui ma upun

---

<sup>46</sup>I Wayan Suendra, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dalam Ilmu Sosial, Pendidikan Kebudayaan Dan Keagamaan*, (Bandung; Nilacakra,2018), hlm. 35-36.

<sup>47</sup>Suryani Dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif*, (Jakarta: Prenadamedia Group,2015), hlm.109.

dibandingkan satu dengan yang lainnya dengan tujuan menentukan hipotesis yang ditetapkan.<sup>48</sup> Peneliti bermaksud untuk menganalisis pengaruh pelayanan customer service terhadap keputusan menjadi nasabah di koperasi Ngiring Tunas Paice desa barejulat lombok tengah.

## B. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya. Sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.<sup>49</sup> Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah banyak nasabah periode desember 2020 sebanyak 3672 nasabah<sup>50</sup>.

### 2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan di ambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan. Dengan demikian sampel dapat dinyatakan sebagai bagian dari populasi yang di ambil dengan tehnik atau metode tertentu untuk diteliti dan digeneralisasi terhadap populasi<sup>51</sup>.

---

<sup>48</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung; Alfabeta, 2017), hlm.11.

<sup>49</sup>Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Social Dan Ekonomi*, (Jakarta : Prenada Media Group,2013), hlm.100.

<sup>50</sup>Kartini eka, Wawancara, Barejulat, 20 desember 2020

<sup>51</sup>Suryani, Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif*, (Jakarta : Prenadademia Group,2015), hlm.207.

Untuk menentukan besarnya sampel yang dicari maka digunakan rumus Slovin.

$$n = N / 1 + N(d^2)$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = populasi

d = Error Level (tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel)<sup>52</sup>

Dalam penelitian ini jumlah populasi adalah 3672 dengan batas kesalahan yang digunakan adalah 10%, maka

$$n = N / 1 + N(d^2)$$

$$n = 3672 / 1 + 3672(0,1^2)$$

$$n = 3672 / 1 + 3672(0,01)$$

$$n = 3672 / 37,72$$

$$n = 97,3488865323 \text{ (dibulatkan menjadi 98)}$$

Dari hasil perhitungan di atas jumlah sampel yang digunakan sebanyak 98 nasabah Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah.

### C. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Di hitung sejak tanggal 10 desember tahun 2020 untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan terkait penelitian tentang “*Pengaruh Playanan Customer Service Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah*” maka penulis memilih lokasi penelitian di Koperasi

---

<sup>52</sup>Tri Wahyudi S, *Stsistika Ekonomi*, (Malang: UB Pres,2017), hlm.17.

Ngiring Tunas Paice di Desa Barejulat Kecamatan Jonggat Lombok Tengah

#### D. Variabel Penelitian

Variable adalah suatu konsep atau konstruk yang akan dipelajari dan diambil kesimpulannya dari kegiatan penelitian, variable yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu : variable bebas (*independen*) adalah variable yang mempengaruhi variable lain, yang biasanya dinotasikan dengan symbol X dan variable terikat (*dependen*) adalah variable yang memberikan reaksi atau espon jika dihubungkan dengan variable bebas, yang dinotasikan dengan symbol Y.<sup>53</sup>

1. Independen untuk mengukur variable pelayanan customer service (X)
2. Dependen untuk mengukur variable keputusan menjadi nasabah (Y)

#### E. Instrumen Penelitian

Instrument dalam penelitian mempunyai kedudukan yang sangat penting, karena instrument menentukan lancar dan validnya hasil penelitian dengan kata lain “Instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun social yang diamati”.<sup>54</sup> Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (Angket). Kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi

---

<sup>53</sup>Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif*, (Jakarta: Prenadamedia Group,2011), hlm. 90.

<sup>54</sup>Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm.84.

seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>55</sup>

## F. Prosedur Penelitian

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan dalam upaya memperoleh dan mengumpulkan data yang diperlukan dalam suatu penelitian, adapun metode-metode yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

### 1. Wawancara

Wawancara adalah tehnik pengumpulan data menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian, wawancara dapat dilakukan secara tersuktur maupun tidak terstruktur dan dapat dilakukan melalui tatap muka maupun melalui telepon. Peneliti langsung mewawancarai pihak Koperasi Ngiring Tunas Paice yang berada Di Desa Barejulat Kecamatan Jonggat Lombok Tengah

### 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, rapat dan sebagainya.<sup>56</sup> Peneliti menggunakan metode dokumentasi dengan tujuan untuk mengumpulkan data-data tertulis yang dibutuhkan dilokasi peneliti yakni struktur organisasi Koperasi Ngiring Tunas Paice di Desa Barejulat Lombok Tengah dan berbagai berkas dan berbagai dokumen

---

<sup>55</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013) hlm.149.

<sup>56</sup>Suharsimi Arikanto, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, (Jakarta: Bina Aksara, 1989), hlm.224.

lainnya yang terkait dengan penelitian tentang pengaruh pelayanan customer service terhadap keputusan menjadi nasabah

### 3. Kuesioner (Angket)

Koesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pertanyaan dalam angket berpedoman pada indikator-indikator variable, pengerjaannya dengan memiliki salah satu alternative jawaban yang telah disediakan.<sup>57</sup>

Kuesioner yang digunakan peneliti adalah kuesioner tertutup, yaitu pertanyaan yang diberikakn kepada responden sudah dalam bentuk pilihan ganda setiap pertanyaan disediakan lima jawaban dengan skor masing-masing.

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala *Likert* yaitu skala untuk mengukur pendapat orang atau sekelompok orang tentang fenomenal social, penulisan analisis kuantitatif menggunakan pertanyaan dan skor dengan rumus sebagai berikut :

- |                             |      |     |
|-----------------------------|------|-----|
| 1. Sangat Setuju(SS)        |      | : 5 |
| 2. Setuju(S)                |      | : 4 |
| 3. Netral                   | (N)  | : 3 |
| 4. Tidak Setuju             | (TS) | : 2 |
| 5. Sangat tidak setuju(STS) |      | : 1 |

---

<sup>57</sup>Vivi Herlina, *Panduan Prkatis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*, (Jakarta : Grandmedia, 2019), hlm 1-2.

## G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh peneliti setelah data terkumpul, adapun alat yang digunakan dalam analisis data adalah :

### 1. Uji Instrument

#### a) Uji Validitas

Uji Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan instrument, uji validitas berkaitan dengan ketepatan dan alat ukur, instrument dikatakan valid apabila instrument tersebut dapat dengan tepat mengukur apa yang akan di ukur. Uji validitas dilakukan menggunakan metode korelasi pearson.

Perpustakaan UIN Mataram

dimana :  $r_{xy}$  = koefisien korelasi

$x$  = skor butir pertanyaan

$y$  = skor total

setiap instrument itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor tiap butir dengan skoor total.

Dalam penelitian ini pengujian validitas menggunakan SPSS.<sup>58</sup>

---

<sup>58</sup>Yusuf, "Pengaruh Eksperiental Marketing Agrowisata Kampoeng Jamboe Terhadap Word Of Mouth Pengunjung", (Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten,2019).

## b) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk memenuhi konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat di andalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Untuk menghitung Reliabilitas dapat menggunakan

$$r_i = 2r_b / (1 + r_b)$$

ket :  $r_i$  = reliabilitas instrument

$r_b = r_{xy}$  yang disebutkan indeks korelasi antar dua belahan instrument

instrument penelitian dikatakan reliable jika koefisien  $> 0,6$ .

Dalam penelitian reliabilitas kusioner menggunakan SPSS.<sup>59</sup>

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bisa dan konsisten. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas yang dimana menggunakan metode *sampel kolmogrow smirnov* metode ini digunakan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal atau tidak.

### Uji Normalitas

Normalitas adalah Pengujian distribusi data yang bertujuan untuk pengujian suatu data penelitian dalam model statistik, variabel terikat dan variabel bebas berdistribusi normal atau tidak normal.

---

<sup>59</sup>Yusuf, "Pengaruh Eksperiental Marketing Agrowisata Kampoeng Jamboe Terhadap Word Of Mouth Pengunjung", (Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten,2019).

Distribusi normal menggunakan statistik parametrik sebagai alat pengujian, sedangkan tidak normal digunakan untuk analisis pengujian statistik no parametrik. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji normalitas data dari masing-masing variabel dengan metode *sampel kolmogrow smirnov* metode ini digunakan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal atau tidak jika signifikan lebih dari 0,05 menggunakan SPSS.<sup>60</sup>

### 3. Analisis Linear Sederhana

Analisis linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Dalam penelitian ini persamaan regresi yang diperoleh dapat digunakan untuk melihat sejauh mana pengaruh pelayanan customer service terhadap keputusan menjadi nasabah di Koperasi Ngiring Tunas Paice desa barejulat Lombok Tengah.

Dalam penulisan ini menggunakan regresi linear sederhana yang digunakan untuk mengetahui variabel independen (pelayanan customer service) terhadap variabel dependen (keputusan menjadi nasabah).

Persamaan umum regresi linear sederhana sebagai berikut :<sup>61</sup>

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

X= variabel pelayanan customer service

---

<sup>60</sup>Gunawan, SPSS *Panduan Prakis Mengolah Data Penelitian*,(Yogyakarta: Depublish2020),hlm. 108.

<sup>61</sup>*Ibid.*, hlm.163.

a = angka konstan koefisien regresi

b = koefisien arah regresi

Y= variable keputusan menjadi nasabah

#### 4. Uji Hipotesis

##### a) Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variable independen secara persial berpengaruh signifikan terhadap variable dependen. Dalam pengujian hipotesis ini peneliti menggunakan alat bantu SPSS dengan ketentuan bahwa jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara variable independen terhadap variable dependen, dan sebaliknya jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima, yaitu tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variable independen terhadap variable dependen.

##### b) Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan ukuran untuk mengetahui persentase kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variable independen dengan variable dependen dalam suatu persamaan regresi. Koefisien regresi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable terikat. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Deskripsi Lokasi Penelitian

Koperasi Syari'ah Ngiring Tunas Paice berkedudukan di Desa Barejulat Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah berawal dari koperasi konvensional yang berlangsung selama 33 tahun sejak tahun 1985 sampai tahun 2018 dan pada bulan September tahun 2018 berubah menjadi koperasi syariah sampai sekarang dengan Badan Hukum Nomor 001040/PAD/M.KUKM.2/IV/2019 Tanggal 26 April 2019<sup>62</sup>.

Koperasi Syari'ah Ngiring Tunas Paice Berdiri sejak tahun 1985 yang berawal dari koperasi keluarga yang beranggotakan 10 orang termasuk pimpinannya, kemudian berkembang dengan mengeluarkan iuran sebesar Rp.2.500 perorang sehingga dikembangkan melalui rapat anggota setiap minggu dengan kenaikan sesuai dengan simpanan awal yang sudah ditentukan. Kesimpulan dari rapat anggota terakhir bulan Desember tahun 2020 bahwa anggota/karyawan/masyarakat yang menabung dihitung bagi hasil, 50% untuk anggota dan 50% penabung (masyarakat) dan untuk system pembagiannya yaitu:<sup>63</sup>

- a. Simpanan berjangka satu tahun : bagi hasil perbulan + 0,2 %,
- b. Simpanan berjangka tiga tahun : bagi hasil perbulan + 0,4 %.

---

<sup>62</sup> Kusri jayadi, *Wawancara, Jonggat*, 9 april 2021

<sup>63</sup> Kartini Eka, *Wawancara, Jonggat*, 9 april 2021

## 2. Visi & Misi

### a. Visi

Terwujudnya Koperasi Syariah “*NGIRING TUNAS PAICE*”  
Barejulat Yang Mandiri, Merakyat Dan Bermartabat

### b. Misi

- 1) Mewujudkan Tertib Administrasi
- 2) Mewujudkan Kelembagan Yang Kuat
- 3) Mewujudkan Usaha Yang Sehat<sup>64</sup>

## 3. Letak Geografis

Koperasi Simpan Pinjam Ngiring Tunas Paice terletak di jalan raya Barejulat Lombok Tengah dengan batas-batas sebagai berikut

Sebelah barat : Perumahan masyarakat Barejulat

Sebelah timur : Sekolah Dasar Negeri Barejulat

Sebelah utara : Kantor Desa Barejulat

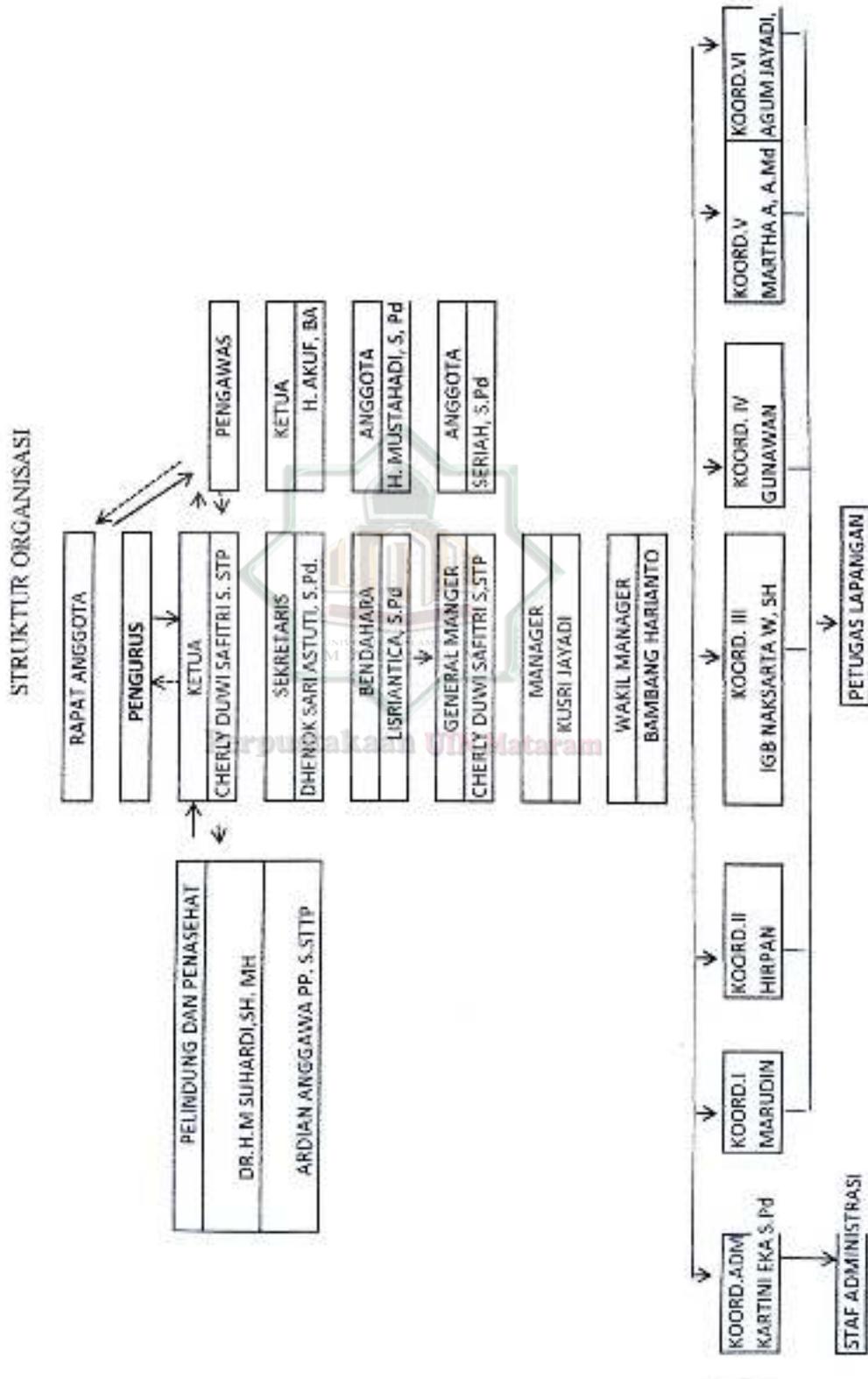
Sebelah selatan : jalan raya barejulat<sup>65</sup>

---

<sup>64</sup>Dokumen, “Profil Koperasi Ngiring Tunas Paice, Jonggat Lombok Tengah”, 1985, hlm. 2.

<sup>65</sup>*Ibid*, hlm.3.

#### 4. Struktur Organisasi



## 5. Penyajian Data

Berdasarkan dari hasil kuesioner yang sudah di kumpulkan, selanjutnya akan dilakukan analisis data yang didasarkan dengan pengujian kuantitatif sesuai dengan rumusan masalah yang akan diteliti. Dari penyebaran angket kepada 98 responden, dari data tersebut diberikan identitas setiap responden seperti jenis kelamin, umur, jenis pekerjaan dan pendidikan. Untuk lebih jelasnya dari hasil setiap identitas responden sebagai berikut.

### 1. Jenis Kelamin Responden

Dilihat dari penyebaran 98 responden menunjukkan bahwa identitas responden dari jenis kelamin sebagai berikut.

**Tabel 4.1**

Jenis  
Kelamin

Jenis	Jumlah	Persent
Laki-Laki	59	60%
Perempuan	39	40%
Jumlah	98	100%

Dilihat dari tabel di atas bahwa jenis kelamin dari 98 responden dari nasabah koperasi ngiring tunas paice didominasi dengan jenis kelamin laki-laki.

### 2. Usia Responden

Dilihat dari penyebaran kuesioner terhadap 98 responden di klasifikasikan sebagai berikut.

**Tabel 4.2**  
**Hasil jumlah usia responden**

Usia		
Usia	Jumlah	Persent
17-25	26	27%
26-35	34	35%
36-45	22	22%
46-50	16	16%
51>	0	0%
Jumlah	98	100%

Dilihat dari tabel di atas hasil dari penyebaran kusioner terhadap rentan usia dari 98 responden nasabah koperasi ngiring tunas paice mendominasi dari usia 26-35 tahun lalu diikuti oleh usia rentan 36-45 tahun, kemudian dari usia 36-45 tahun lalu dari rentan usia 46-50 tahun dan yang terakhir usia lebih dari 51 tahun.

### 3. Pendidikan Terakhir

Dari penyebaran kuesioner terhadap 98 responden di klasifikasikan terhadap pendidikan terakhir nasabah diperoleh

**Tabel 4.3**  
**Hasil jumlah rata-rata pendidikan terakhir responden**

Pendidikan	Jumlah	Persent
SD	5	5%
SMP	31	32%
SMA	34	35%
SARJANA	27	27%
TDKSEKOLAH	1	1%
Jumlah	98	100%

Dilihat dari tabel di atas hasil dari penyebaran kusioner terhadap tingkat pendidikan responden dapat diketahui bahwa pendidikan terakhir dari nasabah Koperasi Ngiring Tunas Paice di dominasikan

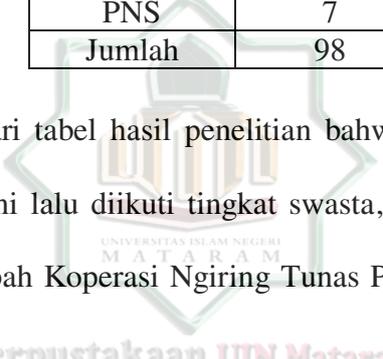
kepada tingkat SMA lalu diikuti dari tingkat SMP, tingkat PNS dan terakhir SD.

#### 4. Pekerjaan

Dari penyebaran kusioner terhadap 98 responden dapat di klasifikasika sebagai berikut.

**Tabel 4.4**  
**Hasil jumlah pekerjaan responden**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Jumlah</b>
Mahasiswa	9	9%
Swasta	29	30%
Tani	53	54%
PNS	7	7%
Jumlah	98	100%

Dilihat dari tabel hasil penelitian bahwa dapat didominasi oleh tingkat tani lalu diikuti tingkat swasta, PNS dan terakhir mahasiswa dari nasabah Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah. 

Hasil perhitungan dari Analisis deskriptif dari setiap kusioner dijelaskan pada setiap jawaban terdapat berbagai pendapat tentang pengaruh pelayanan customer service, yaitu:

Hasil dari setiap pernyataan variabel X (pelayanan customer service.

1. Item pertama “koperasi ngiring tunas paice memiliki sarana dan prasaranan yang lengkap.

**Tabel 4.5**  
**Jawaban responden pada item pertama**

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	SS	22	22%
2	S	35	36%
3	N	27	28%
4	TS	7	7%
5	STS	7	7%
jmlh		98	100%

Berdasarkan hasil pada tabel di atas bahwa sebanyak 36% nasabah menyatakan setuju dengan sarana dan prasarana yang ada di Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah.

Dari hasil di atas dapat disimpulkan bahwa nasabah setuju dengan pelayanan customer di Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat dengan adanya sarana dan prasarana yang baik.

- Item kedua “customer service melayani nasabah dengan cepat”

**Tabel 4.6**  
**Jawaban nasabah pada item kedua**

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	SS	13	13%
2	S	34	35%
3	N	29	30%
4	TS	12	12%
5	STS	10	10%
jmlh		98	100%

Berdasarkan nilai dari tabel di atas bahwa 35% dari 98 responden setuju dengan customer service melayani setiap nasabah dengan cepat di Koperasi Giring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah.

3. Item ketiga “customer service berkomunikasi dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami”

**Tabel 4.7**  
**Jawaban nasabah pada item ke tiga**

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	SS	24	26%
2	S	30	30%
3	N	30	30%
4	TS	9	9%
5	STS	5	5%
jmlh		98	100%

Berdasarkan hasil dari tabel di atas bahwa sebanyak 31% nasabah dari 98 responden setuju dengan pernyataan bahwa customer service berkomunikasi dengan bahasa yang mudah dimengerti.

4. Item keempat “customer service memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi”

**Tabel 4.8**  
**Jawaban nasabah pada item keempat**

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	SS	19	19%
2	S	34	35%
3	N	33	33%
4	TS	7	7%
5	STS	5	5%
Jmlh		98	99%

Berdasarkan hasil dari tabel di atas menerangkan bahwa sebanyak 34% nasabah dari 98 responden setuju dengan jaminan kerahasiaan yang diberikan oleh customer service kepada nasabah Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah.

5. Item kelima “customer service mampu memahami kebutuhan nasabah”

**Tabel 4.9**  
**Jawaban nasabah dari item kelima**

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	SS	24	25%
2	S	33	34%
3	N	22	22%
4	TS	12	12%
5	STS	7	7%
Jmlh		98	100%

Berdasarkan hasil dari tabel di atas menerangkan bahwa sebanyak 33% nasabah dari 98 responden setuju dengan pemahaman customer service terhadap setiap kebutuhan nasabah yang ada di Koperasi Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah.

6. Item keenam “customer service bersikap baik terhadap nasabah”

**Tabel 4.10**  
**Jawaban nasabah pada item ke enam**

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	SS	22	22%
2	S	34	35%
3	N	28	28%
4	TS	7	7%
5	STS	7	7%
jmlh		98	99%

Dari hasil di atas menerangkan bahwa sebanyak 34% nasabah dari 98 responden setuju dengan pelayanan customer service sangat baik terhadap setiap nasabah yang ada di Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah.

7. Item ketujuh “customer service bersifat sopan dan ramah terhadap nasabah”

**Tabel 4.11**  
**Jawaban nasabah pada item ke enam**

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	SS	30	31%
2	S	29	30%
3	N	30	30%
4	TS	5	5%
5	STS	4	4%
jmlh		98	100%

Berdasarkan hasil dari tabel di atas menerangkan bahwa sebanyak 36% nasabah dari 98 responden sangat setuju dengan sikap sopan dan ramah seorang customer service terhadap nasabah di Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat.

8. Item ke delapan “customer service memiliki kemampuan dan pengetahuan memadai untuk menjawab setiap pertanyaan nasabah”

**Tabel 4.12**  
**Jawaban nasabah pada item kedelapan**

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	SS	24	25%
2	S	34	35%
3	N	29	29%
4	TS	7	7%
5	STS	4	4%
jmlh		98	100%

Berdasarkan tabel di atas menerangkan bahwa sebanyak 34% nasabah dari 98 responden setuju dengan kemampuan dan pengetahuan setiap customer service terhadap setiap jawaban yang dilontarkan ketika nasabah memberikan pertanyaan kepada customer service Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah.

9. Item Sembilan “penampilan customer service sangat sopan sesuai dengan pola syariah”

**Tabel 4.13**  
**Jawaban nasabah pada item Sembilan**

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	SS	30	30%
2	S	39	39%
3	N	21	22%
4	TS	4	5%
5	STS	4	4%
Jmlh		98	100%

Berdasarkan hasil dari tabel di atas menerangkan bahwa sebanyak 39% nasabah setuju dengan penampilan dari customer service sangat sopan sesuai dengan pola syariah yang sudah diterapkan oleh Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah.

10. Item sepuluh “pelayanan customer service sesuai dengan apa yang di inginkan”

**Tabel 4.14**  
**Jawaban nasabah dari item sepuluh**

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	SS	20	21%
2	S	46	47%
3	N	19	19%
4	TS	6	6%
5	STS	7	7%
Jmlh		98	100%

Berdasarkan hasil dari tabel di atas menyatakan bahwa sebanyak 46% nasabah dari 98 responden setuju dengan pelayanan customer service

yang sesuai dengan keinginan nasabah di Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah.

11. Item sebelas “saya memutuskan menjadi nasabah dengan kebutuhan dan kesadaran diri tanpa paksaan.

**Tabel 4.15**  
**Jawaban nasabah dari item sebelas**

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	SS	29	30%
2	S	30	31%
3	N	31	31%
4	TS	6	6%
5	STS	2	2%
jmlh		98	100%

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 31% nasabah dari 98 responden netral atau setuju dengan keputusan menjadi nasabah tanpa da paksaan di Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah.

12. Item dua belas “saya memutuskan menjadi nasabah karena koperasi ngiring tunas paice memberikan kemudahan kepada saya”

**Tabel 4.16**  
**Jawaban nasabah dari item dua belas**

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	SS	30	31%
2	S	31	31%
3	N	29	30%
4	TS	6	5%
5	STS	2	3%
Jmlh		98	100%

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 31% nasabah dari 98 responden setuju dengan kemudahan yang diberikan di Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah.

13. Item tiga belas “saya memutuskan menjadi nasabah berdasarkan informasi pengalaman teman/keluarga di sekitar”

**Tabel 4.17**  
**Jawaban nasabah dari item tiga belas**

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	SS	26	27%
2	S	35	36%
3	N	25	26%
4	TS	5	5%
5	STS	7	6%
Jmlh		98	100%

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 35% nasabah dari 98 responden setuju dengan keputusan menjadi nasabah karena pengalaman dari teman atau saudara yang sudah bergabung terlebih dahulu di Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah.

14. Item empat belas “saya memutuskan menjadi nasabah karena waktu pencairan sangat cepat”

**Tabel 4.18**  
**Jawaban nasabah pada item empat belas**

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	SS	21	22%
2	S	45	45%
3	N	20	21%
4	TS	7	8%
5	STS	5	4%

Jmlh		98	100%
------	--	----	------

Berdasarkan hasil dari tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 45% nasabah dari 98 responden setuju dengan waktu pencairan di Koperasi Ngiring Tunas Paice sangat cepat, kurang dari 5 hari.

15. Item lima belas “Saya merasa puas menjadi nasabah koperasi ngiring tunas paice”

**Tabel 4.19**  
**Jawaban nasabah pada item lima belas**

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	SS	28	29%
2	S	34	34%
3	N	24	25%
4	TS	8	8%
5	STS	4	4%
Jmlh		98	100%

Berdasarkan hasil dari tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 34% nasabah setuju dengan kepuasan yang didapat sesuai dengan keinginan para nasabah di Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah.

## 6. Uji Instrumen

### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan kepada 98 responden dari nasabah koperasi ngiring tunas paice desa barejulat lombok tengah. Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana ketepatan suatu alat ukur dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat dengan tepat mengukur apa yang seharusnya di ukur sesuai fungsinya, uji validitas menggunakan

metode *korelasi pearson* dan di olah menggunakan *SPSS 25*. Hasil pengujian validitas dari masing-masing variabel memiliki tingkat terhadap seluruh pernyataan lebih besar dari  $r_{tabel}$ , dimana nilai  $r_{tabel}$  adalah 0.202 hal ini menunjukkan bahwa seluruh pernyataan benar dan nyata, responden mengerti maksud dari setiap pernyataan yang di berikan dalam kuesioner.

**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji Validitas**  
**Data**

Variabel	Item	Nilai r tabel	Nilai r hitung	Keterangan
Pelayanan Customer Service	Per1	0.202	0.598	Valid
	Per2	0.202	0.680	Valid
	Per3	0.202	0.635	Valid
	Per4	0.202	0.520	Valid
	Per5	0.202	0.544	Valid
	Per6	0.202	0.591	Valid
	Per7	0.202	0.625	Valid
	Per8	0.202	0.609	Valid
	Per9	0.202	0.704	Valid
	Per10	0.202	0.674	Valid
Keputusan Menjadi Nasabah	Kep1	0.202	0.683	Valid
	Kep2	0.202	0.709	Valid
	Kep3	0.202	0.619	Valid
	Kep4	0.202	0.695	Valid
	Kep5	0.202	0.583	Valid

Sumber setelah di olah *SPSS 25*.

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai-nilai pada kolom *pearson correlation* pada setiap pernyataan rhitung lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel X dan variabel Y adalah Valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas di lakukan kepada 98 responden atau nasabah di Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah. Uji reabilitas digunakan untuk memenuhi konsistensi suatu alat ukur. Berdasarkan hasil dari pengujian reabilitas menggunakan program *SPSS* 25. Diketahui nilai *Coefficient Cronbach Alpha* dari pelayanan customer service sebesar 0.819 dan pada *Coefficient Cronbach Alpha* dari keputusan menjadi nasabah diketahui sebesar 0.699. dikatakan reliabel jika koefisien *Cronbach Alpha*  $>0,60$ .

Dengan demikian, nilai hitung dari masing-masing variabel lebih besar dari nilai koefisien *Cronbach Alpha*  $>0,60$ . Artinya semua pernyataan dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data.

**Tabel 4.21**  
**Hasil Uji Reabilitas Data**

Variabel	Nilai Kritis	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Pelayanan Customer Service	0,60	0,819	Reliabel
Keputusan Menjadi Nasabah	0,60	0,669	Reliabel

*Sumber setelah diolah SPSS 25.*

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa dari instrument angket dapat dinyatakan reliabel dan dapat dipergunakan sebagai suatu alat ukur untuk pengambilan data.

## 7. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan kepada 98 responden di Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah. Uji normalitas digunakan untuk menguji normalitas dari data masing-masing variabel apakah berdistribusi normal atau tidak menggunakan metode sampel *kolmogrow smirnov* menggunakan SPSS 25.

**Gambar 4.22**  
**Hasil uji normalitas menggunakan uji kolmogrov smirnof**

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	3.03972816
Most Extreme Differences	Absolute	0.103
	Positive	0.103
	Negative	-0.062
Test Statistic		0.103
Asymp. Sig. (2-tailed)		.013 <sup>c</sup>

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa pada kedua variabel diperoleh nilai signifikan sebesar 0,013. Diketahui nilai signifikan variabel adalah  $>0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian kolmogrov smirnov dari kedua variabel sebesar 0,013 lebih besar dari nilai signifikan 0,05 sehingga kedua variabel berdistribusi normal.

## 8. Regresi Linear Sederhana

Analisis linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Dalam perhitungan regresi linear sederhana peneliti menggunakan program SPSS 25. Nilai signifikan yang digunakan adalah 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ).

**Gambar 4.24**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.726	1.484		4.533	0.000
PELAYANA CS	0.328	0.042	0.628	7.904	0.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

Dari hasil pengujian menggunakan SPSS 25 dilihat dari nilai a dan b dapat diperoleh dari kolom *constant* nilai a sebesar 6,726 sedangkan nilai b dari kolom pelayanan CS sebesar 0,328, sehingga persamaan regresi linear yang terbentuk dari rumus sebagai berikut.

rumus :  $Y = a + bX$

$$Y = 6,726 + 0,328X$$

Dari nilai konstanta a sebesar 6,726 menunjukkan nilai X (pengaruh pelayanan customer service) dan nilai koefisien b sebesar 0,328 yang menunjukkan nilai dari Y (keputusan menjadi nasabah). Jika pelayanan customer service koperasi ngiring tunas paice mengalami peningkatan satu tingkat maka keputusan menjadi nasabah akan naik sebesar 0,328 dengan arah yang positif, artinya terjadi hubungan positif antara variabel independen dengan variabel dependen

## 9. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam pengujian ini peneliti menggunakan alat bantu SPSS 25 dengan ketentuan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka hipotesis diterima artinya ada pengaruh signifikan terhadap variabel independen dengan variabel dependen, jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka hipotesis ditolak artinya tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel independen dengan variabel dependen.

**Gambar 4.25**  
**Hasil Uji t**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	6.726	1.484		4.533	.000
	PELAYANA CS	.328	.042	.628	7.904	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

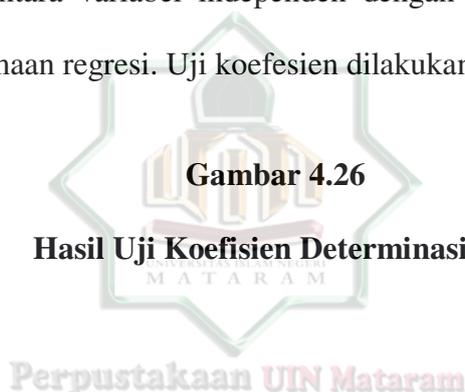
Dari hasil menggunakan SPSS 25 terdapat hasil dari  $t_{hitung}$  sebesar 7,904, dan nilai signifikan  $t_{tabel}$  sebesar 0,202. Jika nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dapat disimpulkan bahwa  $7,904 > 0,202$  terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel independen dengan variabel dependen.

Berdasarkan pada tabel *coefficient* dikatakan bahwa nilai signifikan variabel pelayanan (X) = 0,000 < 0,05 sehingga  $H_a$  diterima, yang berarti

variabel independen pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Dengan kata lain  $H_a$  “ada pengaruh signifikan variabel X (pelayanan customer service) terhadap variabel Y (keputusan menjadi nasabah) di Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah dapat diterima. Semakin tinggi tingkat pelayanan maka semakin tinggi keputusan menjadi nasabah.

#### 10. Uji Koefisien Determinasi $R^2$

Uji koefisien dilakukan untuk mengetahui persentase ketetapan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Uji koefisien dilakukan menggunakan SPSS 25.



**Gambar 4.26**

#### Hasil Uji Koefisien Determinasi $R^2$

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.628 <sup>a</sup>	.394	.388	2.83040

a. Predictors: (Constant), PELAYANA CS

Dari model summary di atas dapat dianalisis hubungan korelasi antara pelayanan customer service dengan keputusan menjadi nasabah sangat kuat, dengan nilai 0,628 yang berarti positif dengan kata lain hubungan antara variabel X dan Y searah, semakin efektif pelayanan customer service maka semakin meningkat keputusan menjadi nasabah di Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat. Sedangkan kontribusi dari

pengaruh pelayanan customer service terhadap keputusan menjadi nasabah dapat dilihat dari nilai R square sebesar 0,349 dengan persentase 34,9% dan sisanya selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain.

## **B. PEMBAHASAN**

Pelayanan customer service merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang dalam suatu organisasi untuk memberikan pelayanan dan kepuasan kepada pelanggan. Seorang customer service harus mampu membina hubungan baik dengan nasabah sehingga dapat memenuhi semua keinginan dari nasabah.

Keputusan menjadi nasabah merupakan langkah awal untuk mencapai hasil tertentu atau untuk memecahkan masalah. Jadi, keputusan sendiri hanyalah sarana mencapai tujuan. keputusan nasabah terdiri dari 5 tahap yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa kualitas variabel pelayanan customer service(X) berpengaruh terhadap variabel keputusan menjadi nasabah(Y), pengaruh yang diberikan variabel bebas bersifat positif dan signifikan, dilihat dari hasil hipotesis yang diajukan variabel pelayanan customer service(X) dinyatakan bahwa:

pada item pertama koperasi memiliki sarana yang lengkap yang menghasilkan jawaban sebesar 22 responden menyatakan sangat setuju, 35 responden menyatakan setuju, 27 responden menyatakan netral(ragu-ragu), 7 responden menyatakan tidak setuju, dan 7 responden menyatakan sangat tidak

setuju. Dari hasil jawaban pada item pertama dapat disimpulkan bahwa koperasi memiliki sarana yang lengkap. Hal ini dapat dibuktikan pada jawaban setuju mengeni pernyataan pada item pertama.

Pada item kedua customer service melayani nasabah dengan cepat yang menghasilkan jawaban sebanyak 10 responden menyatakan sangat tidak setuju, 12 responden menyatakan tidak setuju, 29 responden menyatakan netral/ragu, 34 responden menyatakan setuju, dan 13 responden menyatakan sangat setuju. Dari hasil jawaban pada item kedua dapat disimpulkan bahwa customer service melayani nasabah dengan cepat. Hal ini dibuktikan pada jawaban responden setuju dengan pernyataan pada item kedua.

Pada item ketiga pelayanan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti yang menghasilkan jawaban sebanyak 5 responden menyatakan sangat tidak setuju, 9 responden menyatakan tidak setuju, 30 responden menyatakan netral/ragu, 30 responden menyatakan setuju, dan 24 responden menyatakan sangat setuju. Dari hasil jawaban pada item ketiga pelayanan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti. Hal ini dibuktikan pada jawaban setiap responden dengan jawaban setuju pernyataan pada item ketiga.

Pada item keempat customer service memberikan jaminan kerahasiaan yang menghasilkan jawaban sebanyak 5 responden menyatakan sangat tidak setuju, 7 responden menyatakan tidak setuju, 19 responden menyatakan netral/ragu, 34 responden menyatakan setuju dan 33 responden menyatakan sangat setuju. Dari hasil jawaban pada item keempat customer

service memberikan jaminan kerahasiaan. Hal ini dapat dibuktikan banyaknya jawaban responden dengan jawaban setuju pada pernyataan item ke-4.

Pada item kelima customer service mampu memahami kebutuhan nasabah yang menghasilkan jawaban sebanyak 7 responden menyatakan sangat tidak setuju, 12 responden menyatakan tidak setuju, 22 responden menyatakan netral/ragu, 33 responden menyatakan setuju dan 24 responden menyatakan sangat setuju. Dari hasil jawaban pada item keenam customer service mampu memahami kebutuhan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya jawaban responden menjawab setuju pada pernyataan item ke-5.

Pada item keenam customer service bersikap baik terhadap nasabah yang menghasilkan jawaban sebanyak 7 responden menyatakan sangat tidak setuju, 7 responden menyatakan tidak setuju, 28 responden menyatakan netral/ragu, 34 responden menyatakan setuju dan 22 responden menyatakan sangat setuju. Dari hasil jawaban pada item ke enam dapat disimpulkan bahwa customer service bersikap baik terhadap nasabah. Hal ini dibuktikan pada banyaknya jawaban setuju dengan pernyataan pada item ke-6.

Pada item ketujuh customer service bersikap sopan sesuai keinginan nasabah yang menghasilkan jawaban sebanyak 4 responden menyatakan sangat tidak setuju, 5 responden menyatakan tidak setuju, 28 responden menyatakan netral/ragu, 31 responden menyatakan setuju dan 30 responden menyatakan sangat setuju. Dari hasil jawaban pada item ketujuh dapat disimpulkan bahwa customer service bersikap sopan sesuai keinginan

nasabah. Hal ini dapat dibuktikan pada banyaknya jawaban setuju pada pernyataan item ke-7.

Pada item kedelapan customer service mampu menjawab setiap pernyataan yang diajukan oleh nasabah yang menghasilkan jawaban sebanyak 4 responden menyatakan sangat tidak setuju, 7 responden menyatakan tidak setuju, 29 responden menyatakan netral/ragu, 34 responden menyatakan setuju dan 24 responden menyatakan sangat setuju. Dari hasil jawaban responden pada item kedelapan dapat disimpulkan bahwa customer service mampu menjawab setiap pernyataan yang diajukan oleh nasabah. Hal ini dibuktikan pada banyaknya jawaban setuju pada pernyataan item ke-8.

Pada item kesembilan penampilan dari customer service sesuai dengan pola syariah yang diterapkan di koperasi yang menghasilkan jawaban sebanyak 4 responden menyatakan sangat tidak setuju, 4 responden menyatakan tidak setuju, 21 responden menyatakan netral/ragu, 39 responden menyatakan setuju dan 30 responden menyatakan sangat setuju. Dari hasil jawaban setiap responden dapat disimpulkan bahwa penampilan dari customer service sesuai dengan pola syariah. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan pada item ke-9.

Pada item kesepuluh pelayanan sesuai dengan apa yang diinginkan nasabah yang menghasilkan jawaban sebanyak 7 responden menyatakan sangat tidak setuju, 6 responden menyatakan tidak setuju, 16 responden menyatakan netral/ragu, 39 responden menyatakan setuju dan 20 responden menyatakan sangat setuju. Dari hasil jawaban pada item kesepuluh dapat

disimpulkan bahwa pelayanan sesuai dengan apa yang diinginkan nasabah. Hal ini dibuktikan pada banyaknya jawaban responden menjawab setuju dengan pernyataan pada item ke-10.

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan pada variabel Y(keputusan menjadi nasabah) menyatakan bahwa

pada item pertama saya memutuskan menjadi nasabah dengan kebutuhan dan kesadaran diri tanpa paksaan yang menghasilkan jawaban sebanyak 2 responden menyatakan sangat tidak setuju, 6 responden menyatakan tidak setuju, 29 responden menyatakan netral, 30 responden menyatakan setuju dan 31 responden menyatakan sangat setuju. Dari hasil jawaban pada item pertama dapat disimpulkan bahwa keputusan menjadi nasabah karna kesadaran diri tanpa paksaan. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya jumlah responden/ nasabah menjawab setuju dan sangat setuju mengenai pernyataan pada item pertama.

Pada item kedua saya memutuskan menjadi nasabah karena koperasi ngiring tunas paice memberikan kemudahan kepada saya yang menghasilkan nilai sebanyak 2 responden menyatakan sangat tidak setuju, 6 responden menyatakan tidak setuju, 29 responden menyatakan netral/ragu, 31 responden menyatakan setuju dan 30 responden menyatakan sangat setuju. Dari hasil jawaban responden pada item kedua dapat ditarik kesimpulan bahwa memutuskan menjadi nasabah karna koperasi memberikan kemudahan. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya responden yang menjawab setuju dan sangat setuju dengan pernyataan pada item kedua.

Pada item ketiga saya memutuskan menjadi nasabah berdasarkan informasi pengalaman teman/keluarga di sekitar yang menghasilkan jawaban sebanyak 7 responden menyatakan sangat tidak setuju, 5 responden menyatakan tidak setuju, 20 responden menyatakan netral/ragu, 40 responden menyatakan setuju dan 26 responden menyatakan sangat setuju. Dari hasil jawaban setiap responden dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memutuskan menjadi nasabah berdasarkan informasi dari teman/keluarga. Hal ini dapat dibuktikan banyaknya responden menjawab setuju dan sangat setuju pada pernyataan item ketiga.

Pada item keempat saya memutuskan menjadi nasabah karna waktu pencairan sangat cepat yang menghasilkan nilai sebanyak 5 responden menyatakan sangat tidak setuju, 7 responden menyatakan tidak setuju, 20 responden menyatakan netral/ragu, 45 responden menyatakan setuju dan 21 responden menyatakan sangat setuju. Dari hasil jawaban pada item pertama dapat disimpulkan bahwa memutuskan menjadi nasabah karna waktu pencairan sangat cepat. Hal ini dibuktikan pada banyaknya responden yang menjawab setuju pada item pernyataan keempat.

Pada item kelima saya merasa puas menjadi nasabah koperasi ngiring tunas paice yang menghasilkan jawaban sebanyak 4 responden menyatakan sangat tidak setuju, 8 responden menyatakan tidak setuju, 14 responden menyatakan netral/ragu, 34 responden menyatakan setuju dan 38 responden menyatakan sangat setuju. Dari hasil jawaban pada item kelima dapat disimpulkan bahwa nasabah merasa puas menjadi nasabah koperasi ngiring

tunas paice. Hal ini dapat dibuktikan pada banyaknya responden yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan pada item kelima.

Dari hasil pengolahan menggunakan SPSS 25 pada uji validitas variabel pelayanan customer service diperoleh hasil  $r_{hitung} > t_{tabel}$  sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pada pernyataan angket variabel X dinyatakan valid. Dari pengolahan SPSS hasil uji reabilitas pelayanan diperoleh hasil dari nilai *cronbach alpha* = 0,819 yang berarti reliable.

Jika dilihat dari hasil yang diajukan kepada responden pada pertanyaan variabel keputusan menjadi nasabah (Y) menyatakan bahwa, pada item pertama nasabah memutuskan menjadi anggota dengan kesadaran diri tanpa paksaan, pada item kedua koperasi mampu memberikan kemudahan kepada nasabah, pada item ketiga memutuskan menjadi nasabah berdasarkan pengalaman teman sejawat, pada item ke empat koperasi melakukan pencairan secara cepat, pada item kelima nasabah puas dengan pelayanan di koperasi ngiring tunas paice. Dan dari hasil pengujian menggunakan SPSS dari uji validitas variabel keputusan menjadi nasabah terdapat hasil  $r_{hitung} > t_{tabel}$  sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pada pernyataan variabel Y dinyatakan valid. Dari pengolahan uji reabilitas keputusan menjadi nasabah diperoleh hasil dari nilai *cronbach alpha* = 0,669 yang berarti reliable.

Berdasarkan uji asumsi klasik, dari hasil uji normalitas yang menggunakan metode *Kolmogrov Smirnov* diperoleh hasil signifikan sebesar 0,013 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikan 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil pada uji normalitas berdistribusi normal. Dari

hasil menggunakan uji regresi linear sederhana dilihat hasil nilai a dan b dapat diperoleh pada *constant* nilai a = 6,726 menunjukkan nilai variabel X dan nilai b = 0,328 menunjukkan nilai variabel Y sehingga dapat disimpulkan bahwa jika pelayanan customer service mengalami peningkatan satu tingkat maka keputusan nasabah akan naik sebesar 0,328 dengan arah yang positif, artinya terdapat hubungan positif antara variabel independen dengan variabel dependen.

Jika dilihat dari uji t tentang pengaruh pelayanan customer service terhadap keputusan menjadi nasabah diperoleh pada hasil variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai  $t_{hitung} = 7,904$  lebih besar dari  $t_{tabel} = 0,202$ , dapat disimpulkan bahwa jika  $7,904 > 0,202$  terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel independen dengan variabel dependen. Jika dilihat dari nilai koefisien determinasi  $R^2$  hubungan korelasi antara pelayanan customer service dengan keputusan menjadi nasabah sangat kuat dengan nilai 0,628 jika di ubah dalam persen sebanyak 62% yang berarti positif dengan kata lain hubungan antara variabel X dan Y searah, dan selebihnya dipengaruhi oleh hal lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Kurnia tentang *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Tabungan Di BRI Syariah Cabang Mataram* yang menyatakan bahwa kualitas promosi berpengaruh signifikan terhadap

keputusan menjadi nasabah<sup>66</sup>. Dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Risdianti tentang *Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah KCP Sungguminasa*, yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara pelayanan terhadap kepuasan menjadi nasabah pada BRI Syariah KCP Sangguminas<sup>67</sup>. Dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Reny Alfiatul Azizah tentang *Pengaruh Peran Customer Service Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada BTM Mentari Ngunut*, yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara peran customer service dan promosi terhadap keputusan menjadi nasabah<sup>68</sup>.




---

<sup>66</sup>Kurniati, “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Tabungan Di BRI Syariah Cabang Mataram”, (Universitas Islam Negeri Mataram,2017).

<sup>67</sup>Risdianti Harun, “Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah KCP Sangguminasa”, (Universitas Islam Negeri Hidayatullah Jakarta,2019).

<sup>68</sup>Reny Alfiatul Azizah, “Pengaruh Peran Customer Service dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada BTM Mentari Ngunut”, (Institut Agama Islam Negeri Tulungagung).

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada pembahasan bab sebelumnya maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelayanan customer service berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di koperasi ngiring tunas paice desa barejulat Lombok tengah, dilihat dari persamaan regresi dari setiap variabel menggunakan SPSS 25,  $Y = 6,726$  dan  $X = 0,328$ . Jika pelayanan customer service mengalami peningkatan satu tingkat maka keputusan menjadi nasabah akan naik sebesar 0,328 dengan arah yang positif, artinya terjadi hubungan positif antara pelayanan customer service dengan keputusan menjadi nasabah di Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah. Dilihat dari uji t diketahui ada pengaruh signifikan antara pelayanan customer service terhadap keputusan menjadi nasabah di Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah yang dilihat dari nilai  $t_{hitung} 7,902 > t_{tabel} 0,202$  artinya hubungan korelasi antara pelayanan customer service dengan keputusan menjadi nasabah sangat kuat, semakin efektif tingkat pelayanan maka semakin meningkat untuk menjadi nasabah di Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah.
2. Besarnya pengaruh pelayanan customer service (variabel X ) terhadap tingkat keputusan menjadi nasabah di koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah, dilihat dari nilai  $R^2$  sebesar 0,628 dengan

jumlah persen sebanyak 62%, artinya besar pengaruh pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah sebesar 62%. Selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, ada beberapa saran yang peneliti berikan terkait pelayanan customer service Koperasi Ngiring Tunas Paice Desa Barejulat Lombok Tengah.

1. Untuk koperasi, penambahan anggota pada bagian pelayanan customer service agar pelayanan di Koperasi Ngiring Tunas Paice lebih cepat ketika melakukan pelayanan transaksi maupun lainnya.
2. Untuk masyarakat, dalam menentukan keputusan untuk bergabung pada suatu lembaga, terlebih dahulu harus melakukan survey ke lokasi tersebut supaya kedepannya tidak menimbulkan keluhan.
3. Untuk peneliti, pahami lebih dan analisis lebih dalam tentang apa yang diteliti selanjutnya mengenai pelayanan customer service.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andri Soemitra, Edisi Kedua Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah, Jakarta: Kencana,2009.
- Agung Feryanto, *Koperasi Dan Perannya Dalam Perkeonomian*, Klaten:SM Kompetensi, 2018.
- Arifin Sitio,Et.,Al, *Koperasi Teori Dan Praktik*, Jakarta: Erlangga,2011.
- Ahmad Ihfam Sholihin, *Ekonomi Syariah*, Jakarta: PT. Grandmedia Pustaka Utama, 2010.
- Awaluddin, *Manajemen Bank Syariah*, Makassar: Alauddin University Press, 2011.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2007.
- Hudiyanto, *Koperasi Syariah* , Yogyakarta: UII Pres, 2002.
- Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gajah Mada University Pres,2012.
- Irawan Soeharto, *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011 .
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group,2013.
- Kurniati, “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Tabungan Di BRI Syariah Cabang Mataram”, Universitas Islam Negeri Mataram.
- Kasmir, *Etika Service*,Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.

- Moh Nazir, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Muladi Wibowo, “*Perilaku Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Kopwan Syariah*” *Dinamika Manajemen*, Vol.1 No.1,2010.
- Philip Kolter & Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Ed 12, Terj, Bob Sabrana*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Philip Kolter & Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Ed 12, Terj, Bob Sabrana*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Puspitasari, Dian Eka Dan Welly Nailis, “Pengaruh Lokasi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan Tahun XV No1, April, 2018*.
- Risdayanti H.,2016. ”Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah KCP Sungguminasa”, Universitas Islam Negeri Hidayatullah. Jakarta.
- Reny Alfiatul Azizah, “Pengaruh Peran Customer Service Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada BTM Mentari Ngunut”, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung
- Sattar, *Buku Ajar Ekonomi Koperasi*, Yogyakarta, 2017
- Sugiono, *Sistematika Untuk Penelitian*, Bandung : Alfabeta,2006.
- Suryani Dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif*, Jakarta: Prenadamedia Group,2011.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi, Kuantitatif Dan Mixed Methos,*

Bandung: Alfabeta,2014.

Suharsimi Arikanto, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif,* Jakarta: Bina

Aksara, 198.



Perpustakaan UIN Mataram

**LAMPIRAN**



**Perpustakaan UIN Mataram**

*Lampiran 1 kuesioner penelitian***KUESIONER PENELITIAN**

**PENGARUH PELAYANAN CUSTOMER SERVICE TERHADAP  
KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI KOPERASI NGIRING TUNAS  
PAICE DI DESA BAREJULAT LOMBOK TENGAH**

Mohon kesedian Bapak/ibu untuk mengisi identitas di bawah ini  
Berilah tanda checklist (√) pada kolom untuk jawaban yang dianggap sesuai.

**IDENTITAS RESPONDEN**

1. Nama : .....
2. Alamat : .....
3. Jenis Kelamin  
 Laki-laki     Perempuan
4. Umur :  
 17 – 25 tahun     26 – 35 tahun     36 – 45 tahun  
 46 – 55 tahun     >55 tahun
5. Pendidikan terakhir  
 SD     SMP/Mts     SMA/MA     Sarjana  
 Tidak Sekolah
6. Pekerjaan  
 Mahasiswa     Swasta     Tani     PNS

**PETUNJUK PENGISIAN.**

1. Jawablah semua pertanyaan sesuai dengan kenyataan.
2. Berilah tanda checklist (√) pada kolom untuk jawaban yang dianggap sesuai.
3. Dalam satu pertanyaan TIDAK BOLEH ada jawaban atau tanda checklist (√) lebih dari satu.

### Keterangan Nilai Setiap Jawaban

Sangat Setuju	= 5
Setuju	= 4
Netral	= 3
Tidak Setuju	= 2
Sangat Tidak Setuju	= 1

### VARIABEL PELAYANAN CUSTOMER SERVICE(X)

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Koperasi ngiring tunas paice memiliki sarana dan prasarana yang lengkap					
2	Customer service melayani nasabah secara cepat					
3	Customer service berkomunikasi dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti					
4	Customer service memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi					
5	Customer service mampu memahami kebutuhan nasabah.					
6	Customer service selalu bersikap baik terhadap nasabah.					
7	Customer service bersikap sopan dan ramah terhadap nasabah.					
8	Customer service memiliki pengetahuan dan kemampuan memadai untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan pelanggan					
9	penampilan customer service sangat sopan sesuai dengan pola syariah					
10	Pelayanan customer service sesuai dengan apa yang diinginkan					

### VARIABEL KEPUTUSAN MENJADI NASABAH(Y)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memutuskan menjadi nasabah dengan kebutuhan dan kesadaran diri tanpa ada paksaan.					
2	Saya memutuskan menjadi nasabah karena koperasi ngiring tunas paice memberikan kemudahan kepada saya.					
3	Saya memutuskan menjadi nasabah berdasarkan informasi pengalaman teman/keluarga disekitar.					
4	Saya memutuskan menjadi nasabah karna waktu pencairan sangat cepat.					
5	Saya merasa puas menjadi nasabah koperasi ngiring tunas paice					

#### Lampiran 2 jawaban responden

#### Hasil jawaban variabel X

Respon nden	Perpustakaan DIN Mataram										hasil
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	4	3	4	5	5	4	4	4	4	42
2	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	41
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	5	5	5	4	3	2	4	43
5	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	43
6	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	41
7	4	4	5	3	5	4	2	3	5	4	39
8	5	4	3	2	4	3	5	4	4	4	38
9	4	3	3	4	1	2	3	5	4	3	32
10	3	4	3	4	2	4	3	3	5	3	34
11	4	4	4	4	5	4	3	2	5	5	40
12	4	5	5	4	3	2	3	4	5	4	39
13	5	3	4	5	4	2	3	3	4	4	37
14	4	5	4	5	2	3	4	4	5	5	41
15	4	5	3	3	2	3	4	4	5	3	36
16	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	39
17	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	40

18	5	3	3	3	3	3	4	4	5	5	38
19	4	5	5	4	5	3	5	3	4	5	43
20	4	4	4	3	4	4	5	5	5	3	41
21	4	3	5	5	3	4	5	3	5	5	42
22	4	3	5	3	4	5	3	4	4	4	39
23	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	41
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
25	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	36
26	5	4	5	3	3	4	4	5	5	4	42
27	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	39
28	4	5	3	3	3	3	4	4	4	3	36
29	5	5	3	3	4	4	5	3	4	4	40
30	5	5	5	4	3	3	4	4	4	5	42
31	3	4	3	4	4	5	3	5	5	3	39
32	3	3	3	3	3	4	4	3	4	2	32
33	3	3	5	4	3	3	3	2	4	3	33
34	4	2	3	3	1	2	2	3	4	4	28
35	3	3	3	4	5	5	3	2	3	4	35
36	3	3	3	5	3	3	2	3	4	4	33
37	4	4	4	3	2	4	5	5	3	5	39
38	4	2	3	5	3	4	2	3	1	1	28
39	3	3	3	4	4	4	5	3	4	2	35
40	5	2	2	2	3	4	3	3	4	1	29
41	3	3	4	4	5	3	5	2	2	5	36
42	4	5	2	5	2	3	5	3	4	4	37
43	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	35
44	4	1	2	4	2	5	3	5	3	3	32
45	3	4	2	3	4	5	4	5	4	2	36
46	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	13
47	3	4	3	3	5	4	3	2	3	4	34
48	4	1	3	2	4	3	5	3	3	4	32
49	4	2	3	3	2	4	3	5	5	4	35
50	4	2	2	4	4	3	3	4	3	4	33
51	5	3	3	4	2	4	2	3	2	3	31
52	4	1	2	3	2	3	5	4	3	4	31
53	3	4	2	5	1	2	3	4	3	5	32
54	2	3	4	3	5	3	4	2	3	4	33
55	3	3	4	3	5	3	2	5	3	5	36
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
57	4	2	3	2	3	4	5	2	4	2	31
58	3	3	5	3	2	4	5	3	3	4	35



VARIABEL Y (KEPUTUSAN MENJADI NASABAH)

Responden						Hasil
	1	2	3	4	5	
1	4	3	5	4	5	21
2	3	4	4	4	4	19
3	4	4	3	5	5	21
4	4	5	5	4	5	23
5	5	5	4	4	5	23
6	4	3	4	4	5	20
7	2	5	5	4	4	20
8	5	3	4	4	5	21
9	3	3	1	3	4	14
10	3	3	2	3	3	14
11	5	5	5	5	5	25
12	3	5	3	4	4	19
13	3	4	4	4	5	20
14	4	4	2	5	4	19
15	4	3	2	3	4	16
16	4	4	3	4	4	19
17	4	3	4	5	3	19
18	4	3	5	5	5	20
19	5	5	5	5	4	24
20	5	4	4	3	4	20
21	5	5	3	5	4	22
22	3	5	4	4	4	20
23	4	4	4	4	5	21
24	4	4	3	4	5	20
25	3	3	3	4	3	16
26	4	5	3	4	5	21
27	3	4	4	4	4	19
28	4	3	3	3	4	17
29	5	3	4	4	5	21
30	4	5	3	5	5	22
31	3	3	4	3	3	16
32	4	3	3	2	5	17
33	3	5	3	3	3	17
34	2	3	1	4	4	14
35	3	3	5	4	3	18
36	2	3	3	4	3	15
37	5	4	2	5	4	20

38	2	3	3	1	4	13
39	5	3	4	2	3	17
40	3	2	3	1	5	14
41	5	4	5	5	3	22
42	5	5	5	5	5	25
43	4	3	4	4	2	17
44	3	2	2	3	4	14
45	4	2	4	2	3	15
46	1	2	1	1	1	6
47	3	3	5	4	3	18
48	5	3	4	4	4	20
49	3	3	2	4	4	16
50	3	2	4	4	4	17
51	2	3	2	3	5	15
52	5	2	2	4	4	17
53	3	2	1	5	3	14
54	4	4	5	4	2	19
55	2	4	5	5	3	19
56	3	3	3	4	3	16
57	5	3	3	2	4	17
58	5	5	2	4	3	19
59	3	2	4	5	5	17
60	4	4	1	5	4	18
61	2	3	4	4	4	17
62	5	5	5	5	5	25
63	3	4	4	3	3	17
64	4	4	5	3	5	21
65	4	4	4	4	4	20
66	3	5	3	2	2	15
67	4	3	4	3	4	18
68	2	2	2	2	2	10
69	5	5	5	5	1	21
70	5	5	4	3	3	20
71	5	3	4	4	4	20
72	3	4	4	4	4	19
73	5	4	5	3	3	20
74	4	5	1	4	5	19
75	3	4	3	5	3	18
76	3	2	3	3	3	14
77	4	4	2	4	4	18
78	2	5	4	4	4	19

79	5	2	4	1	3	15
80	4	4	4	4	4	20
81	5	5	5	5	5	25
82	3	4	5	4	2	18
83	5	5	5	5	5	25
84	3	2	3	4	4	16
85	4	4	4	4	4	20
86	1	1	1	1	1	5
87	3	5	4	5	3	20
88	5	5	5	5	5	25
89	3	5	4	3	5	20
90	2	2	2	2	2	10
91	4	4	5	4	3	20
92	4	2	4	3	2	15
93	3	3	3	4	3	16
94	3	5	4	3	5	20
95	4	2	5	4	1	16
96	2	5	4	3	2	16
97	3	1	3	4	5	16
98	4	4	4	4	4	20

*Lampiran 3 hasil uji validitas variabel X*

HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL X

Correlations												
		per_1	per_2	per_3	per_4	per_5	per_6	per_7	per_8	per_9	per_10	total_per
per_1	Pearson Correlation	1	.419 <sup>**</sup>	.313 <sup>**</sup>	.271 <sup>**</sup>	0.169	.200 <sup>*</sup>	.292 <sup>**</sup>	.380 <sup>**</sup>	.376 <sup>**</sup>	.292 <sup>**</sup>	.598 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		0	0.002	0.007	0.096	0.048	0.004	0	0	0.004	0
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
per_2	Pearson Correlation	.419 <sup>**</sup>	1	.430 <sup>**</sup>	.363 <sup>**</sup>	.282 <sup>**</sup>	.213 <sup>*</sup>	.398 <sup>**</sup>	.290 <sup>**</sup>	.479 <sup>**</sup>	.319 <sup>**</sup>	.680 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	0		0	0	0.005	0.036	0	0.004	0	0.001	0
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
per_3	Pearson Correlation	.313 <sup>**</sup>	.430 <sup>**</sup>	1	0.179	.354 <sup>**</sup>	.299 <sup>**</sup>	.254 <sup>**</sup>	.238 <sup>**</sup>	.393 <sup>**</sup>	.423 <sup>**</sup>	.635 <sup>**</sup>



N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

### HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL Y

		Correlations					
		per1	per2	per3	per4	per5	totalper
per1	Pearson Correlation	1	.275**	.353**	.362**	.299**	.683**
	Sig. (2-tailed)		0.005	0	0	0.002	0
	N	105	105	105	105	105	105
per2	Pearson Correlation	.275	1	.339	.422	.274	.710
	Sig. (2-tailed)	0.005		0	0	0.005	0
	N	105	105	105	105	105	105
per3	Pearson Correlation	.353**	.339**	1	.265**	0.052	.620**
	Sig. (2-tailed)	0	0		0.006	0.6	0
	N	105	105	105	105	105	105
per4	Pearson Correlation	.362**	.422**	.265**	1	.279**	.695**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0.006		0.004	0
	N	105	105	105	105	105	105
per5	Pearson Correlation	.299**	.274**	0.052	.279**	1	.583**
	Sig. (2-tailed)	0.002	0.005	0.6	0.004		0
	N	105	105	105	105	105	105
totalper	Pearson Correlation	.683**	.710**	.620**	.695**	.583**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	
	N	105	105	105	105	105	105
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

*Lampiran 4. Hasil uji reabilitas*

*HASIL UJI REABILITAS VARIABEL X*

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.819	10

*HASIL UJI REABILITAS VARIABEL Y*

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.669	5



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Gajah Mada No. 100 Tlp. (0370) 621298-623809 Fax. (0370) 625337 Jempang Mataram  
website : <http://febi.uinmataram.ac.id>, email : [febi@uinmataram.ac.id](mailto:febi@uinmataram.ac.id)

**KARTU KONSULTASI PROPOSAL/SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Yunita Anggraini  
NIM : 170501090  
Pembimbing I : Hj. Siti Nurul Khairani, M.M.  
Judul Penelitian : pengaruh pelayanan customer service terhadap nasabah dalam mengambil keputusan di koperasi ngiring tunas palce di desa barejulat lombok tengah

Tanggal	Materi Konsultasi/Catatan/Saran/Perbaikan	Tanda Tangan
30-6-2021	⊕ hasil Observasi / wawancara ⊕ perbaikan sistem penulisan. ⊕ pembetulan.	H
1-7-2021	- perbaikan sistem penulisan. Ikuti sesuai pedoman. - perbaikan abstrak. - perbaikan kesimpulan.	H
	- perbaikan daftar pustaka.	
2/8/2021	ACC	H

Mengetahui,  
Dekan,

Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag  
NIP. 197111041997031001

Mataram, 2/2/21  
Pembimbing I

Hj. Siti Nurul Khairani, M.M.  
NIP. 197504122003122002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Gajah Mada No. 100 Tlp. (0370) 621298-623899 Fax. (0370) 625337 Jempong Mataram  
website : <http://febi.uinmataram.ac.id>, email : [febi@uinmataram.ac.id](mailto:febi@uinmataram.ac.id)

**KARTU KONSULTASI PROPOSAL/SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Yunita Anggraini  
NIM : 170501090  
Pembimbing II : Dahlia Bonang, M.Si.  
Judul Penelitian : pengaruh pelayanan customer service terhadap nasabah dalam mengambil keputusan di koperasi ngiring tunas paice di desa barejulat lombok tengah

Tanggal	Materi Konsultasi/Catatan/Saran/Perbaikan	Tanda Tangan
14-6-2021	Pembahasan @ penulisan lain yg relevan	
21-6-2021	Kesimpulan diperbaiki	
29-6-2021	Abstrak diperbaiki	
30-6-2021	Acc pembimbing II	

Perpustakaan UIN Mataram

Mengetahui,  
Dekan,

Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag  
NIP. 197111041997031001

Mataram,  
Pembimbing II

Dahlia Bonang, M.Si.  
NIP. 198505172011012010



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pendidikan No. 35 Mataram, Telp. (0370) 621298, 634498 Fax. (0370) 625337 Mataram - NTB  
website : <http://feb@uinmataram.ac.id>, email : [feb@uinmataram.ac.id](mailto:feb@uinmataram.ac.id)

**KARTU KONSULTASI PROPOSAL/SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Yunita Anggraini  
NIM : 170501090  
Pembimbing I : Hj. Siti Nurul Khairani, M.M.  
Judul Penelitian : pengaruh pelayanan customer service terhadap nasabah dalam mengambil keputusan di koperasi ngiring tunas paice di desa barejulat lombok tengah.

Tanggal	Materi Konsultasi/Catatan/Saran/Perbaikan	Tanda Tangan
12 / 2021 /02	Melengkapi sumber - sumber dari teori	H
20 / 2021 /02	perbaiki Metode penelitian, tambahkan sumber teori	H
01 / 2021 /03	perbaiki kata-kata dan Membuat abstrak.	H
15/04/2021	Acc	H

Mengetahui,  
Dekan,

Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag  
NIP. 197111041997031001

Mataram,  
Pembimbing I

Hj. Siti Nurul Khairani, M.M.  
NIP. 197504122003122002

Perpustakaan UIN Mataram



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pendidikan No. 36 Mataram, Telp. (0370) 621288, 634480 Fax. (0370) 625337 Mataram - NTB  
website : <http://feb.uinmataram.ac.id>, email : [feb@uinmataram.ac.id](mailto:feb@uinmataram.ac.id)

**KARTU KONSULTASI PROPOSAL/SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Yunita Anggraini  
NIM : 170501090  
Pembimbing II : Dahlia Bonang, M.Si.  
Judul Penelitian : pengaruh pelayanan customer service terhadap nasabah dalam mengambil keputusan di koperasi ngiring tunas paice di desa barejulat lombok tengah

Tanggal	Materi Konsultasi/Catatan/Saran/Perbaikan	Tanda Tangan
06/11/2020	- Revisi materi penelitian belum sesuai pedoman - populasi, sampel, indikator, hipotesis	
18/12/2020	- Revisi materi penelitian perbaikan - uji instrument, uji Asumsi statistik	
4/1/2021	Introduktoris perbaikan	
6/1/2021	penulisan perbaikan	
12/1/2021	Aceppu pembimbing UIN Mataram	

Mengetahui,  
Dekan,

Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag  
NIP. 197111041997031001

Mataram,  
Pembimbing II

Dahlia Bonang, M.Si.  
NIP. 198505172011012010