

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
ANGGOTA KOPERASI ISLAM PATTANI DI THAILAND SELATAN**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU  
DALAM ILMU EKONOMI SYARIAH**

**OLEH**

**Nama : Miss Mareeyah Tohyoh  
12390088**

**PEMBIMBING**

**Drs. A Yusuf Khairuddin, SE., M.Si**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN U CTICJ  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2016**

คุณภาพการให้บริการ เพื่อความพึงพอใจ ของ สมาชิกสหกรณ์ อิสลาม ในประเทศไทย



วิทยานิพนธ์

ของคณะเศรษฐศาสตร์ และธุรกิจ ศาสนาอิสลาม มหาวิทยาลัยอิสลามนานาชาติ  
ชุนันกาลีจาทาเมือง ยอกยาكاتตา เพื่อตอบสนองความเงื่อนไข ถือเป็นระดับปริญญาตรี  
ในสาขาเศรษฐศาสตร์ อิสลาม

รวบรวมโดย

ชื่อ นางสาว มารีเยะ โตะโยะ

12390088

ผู้ดูแล

อาจารย์ ยูโซะ คอยรุคีน

หลักสูตร การเงินอิสลามคณะเศรษฐศาสตร์ และธุรกิจ ศาสนาอิสลาม

มหาวิทยาลัยอิสลามนานาชาติ ชุนันกาลีจาทาเมือง ยอกยาكاتตา

2016

## ABSTRAK

Kualitas pelayanan sebagaimana dirasakan pelanggan dapat diketahui dengan cara membandingkan persipsi atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau perolehan dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memhami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis factor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan mengaju kepada dasar-dasar teori yang diperoleh dari literature, jurnal maupun tulisan-tulisan lain yang mempunyai hubungan dengan masalah yang akan diteliti. Dengan melalui data primer yang diperoleh dari kuisisioner yang dibagikan anggota.

Berdasarkan hasil analisis dan diolah data, dapat diketahui bahwa variable *reliability*, *tangible*, dan *responsiveness* secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota koperasi Islam Pattani Berhad. Sedangkan untuk variable *assurance* dan *Emphaty* masing-masing berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan anggota koperasi Islam Pattani Berhad.

Kata kunci: *reliability*, *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, *Emphaty*, kepuasan anggota.

## **ABSTRACT**

Customer perceived service quality as can be seen by comparing the top persipi manifestly services they receive or acquisition with real service they expect or want.

Quality of service has a close relationship with the customer satisfaction. Quality of service provided the impetus to customers to establish strong ties companies. In the long term, this bond allows the company to understand carefully the customer's expectations and requirements.

The purpose of this study to analyze the factors that influence satisfaction institute for theoretical foundations derived from literature, journals and other writings that have relations with the matter to be investigated. With through primary data obtained from questionnaires distributed members.

Based on the analysis and processing of data, it can be seen that the variable reliability, tangible, and responsiveness partially no berpengaruh to satisfaction of Islam Pattani Berhad cooperative members. As for variable assurance and Emphaty each partial effect to satisfaction of Islam Pattani Berhad cooperative members.

Keywords: reliability, tangible, responsiveness, assurance, Emphaty, member satisfaction.



## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi  
Saudari Miss Mareeyah Tohyoh  
Lamp : -

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudari:

Nama : Miss Mareeyah Tohyoh  
NIM : 12390088  
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Islam Pattani Di Thailand Selatan**

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Keuangan Syariah Tarbiyah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 15 Juli 2016  
Pembimbing I

Drs. A. Yusuf Khoirudin, SE.,M.SI  
NIP. 19661119 199203 1 002



**PENGESAHAN SKRIPSI**  
**Nomor : B-996.1 /Un.02/DEB/PP.50.3/08/2016**

Skripsi/Tugas akhir dengan judul:

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Anggota Koperasi Islam Pattani di Thailand Selatan**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh,

Nama : Miss Mareeyah Tohyoh


NIM : 12390088

Telah dimunaqasyahkan pada : Jum'at, 22 Juli 2016

Nilai Munaqasyah : B+

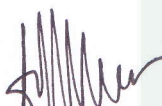
dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Keuangan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

**Tim Munaqasyah:**  
Ketua Sidang,



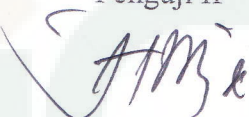
**Drs. Akh. Yusuf Khoiruddin, M.Si**  
NIP. 19661119 199203 1 002

Penguji I



**Joko Setyono, S.E., M.Si.**  
NIP. 19730702 200212 1 003


Penguji II



**H. Muh Yazid Afandi, M.Ag.**  
NIP. 19720913 200312 1 001

Yogyakarta, 8 Agustus 2016

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Dekan,



**Dr. H. Syaifiq Mahmadah Hanafi, S.Ag., M.Ag**  
NIP. 19670518 199703 1 003

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Miss Mareeyah Tohyoh

NIM : 12390088

Jurusan : Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya skripsi saya ini adalah asli karya atau penelitian saya sendiri dan bukan plangiasi dari hasil karya orang lain. Jika ternyata dikemudian hari terbukti plangiasi maka kami sedia untuk ditinjau kembali hak kesarjanaannya.

Yogyakarta, 15 Juli 2016

Yang Menyatakan,



Miss Mareeyah Tohyoh

NIM 12390088

## SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Miss Mareeyah Tohyoh  
NIM : 12390088  
Jurusan : Keuangan Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Alamat : 115 M.5 T. Khlongmai A. Yarang Ch. Pattani (Thailand)  
94160  
Telp Hp : 083869766358  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota  
Koperasi Islam Pattani di Thailand selatan

Demikian ini menerangkan bahwa saya keberatan untuk melepaskan Jilbab dalam foto Ijazah. Apabila ada kendala dikemudian hari, maka saya bersedia menanggung sendiri akibatnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 15 Juli 2016



Yang Menyatakan,

Miss Mareeyah Tohyoh

NIM 12390088

## PERSEMBAHAN

*Kepada kedua orang tuaku ayahanda dan ibunda sangat tercinta,*

*Yang tidak kenal lelah dalam mendidik hingga dewasa,  
Atas kasih sayang dengan mencintaiku.  
Terima kasih atas doa dan motivasi  
dalam memperjuangkan hidupku kesabaran yang tiada berhenti.*

*Kepada adik-adikku sedarah,*

*Yang mendoankan, dukungan dan kasih sayang.*

*Kepada para guru yang telah*

*Mendidik dan mengajarkanku  
segala ilmu yang dikorbankan tidak lupa jasmu.*

*Kepada teman-teman senasib,*

*dikampungku, pondok kecil, kota Serambi Mekah.*

*Kepada teman-teman sebangsa dan tanah air*

*PMIPPTJ Yogyakarta*

*Almamatunku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN sunan kalijaga Yogyakarta*

## MOTTO

*"Barang siapa yang bertaqwa kepada ALLAH s.w.t nescaya DIA akan mengadakan baginya jalan keluar. Dan memberikannya rezeki dari arah yang tidak disangka-sangka. Dan barang siapa yang bertawakal kepada ALLAH s.w.t nescaya ALLAH s.w.t akan mencukupkan (keperluan) nya. Sesungguhnya ALLAH s.w.t melaksanakan urusan (yang dikehendakjn) nya. Sesungguhnya ALLAH s.w.t telah mengadakan ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu."*

*(QS. AT TALAQ 65 : 2-3)*

*"Barang siapa keluar rumah untuk menuntut ilmu maka ia dalam jihad fisabilah hingga kembali"*

*(HR. Bukhari)*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
HALAMAN PERSETUAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN KEASLIAN.....	vi
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
HALAMAN MOTTO.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
KATA PENGANTAR.....	xv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xvii
BAB I      PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	6
D. Telaah Pustaka.....	7
BABII      KERANGAKA TEORI.....	25
A. Kualitas Pelayanan.....	25
1. Definisi Kualitas Pelayanan.....	25
2. Konsep Berkualitas.....	26
B. PEMASARAN.....	30
1. Pengertian Pemasaran.....	30

	2. Definisi Jasa.....	31
	C. KEPUASAN.....	33
	1. Definisi Kepuasan.....	33
	2. Faktor-Faktor Penentu Tingkat Kepuasan.....	34
	3. Metode Pengukur Kepuasan.....	35
	4. Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	36
	5. Kepuasan Dalam Pandangan Islam.....	38
BAB III	METODE PENELITIAN.....	43
	A. JENIS DAN SUMBER DATA.....	43
	1. Jenis Penelitian.....	43
	2. Populasi Dan Simple.....	43
	3. Teknik Pengambilan Sempel.....	43
	4. Metode Pengumpulan Data.....	44
	5. Teknik Analisis Data.....	47
	6. Uji Instrumen.....	48
	B. UJI PENYIMPANAN ASUMSI KLASIK.....	51
	C. UJI HEPOTESIS.....	54
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
	A. GAMBARAN UMUM KOPERASI.....	56
	1. Sejarah Singkat Negara Thailand Dan Koperasi.....	56
	2. Penduduk.....	57
	3. Sosio Ekonomi.....	58
	4. Wawasan, Tujuan, Struktur Dan Cawangan.....	62
	B. ANALISIS DATA.....	66
	C. PENGUJI KUISIONER.....	68

1. Uji Validitas .....	69
2. Uji Reliabilitas.....	70
D. Uji ASUMSI KLASIK.....	71
1. Multikolinearitas .....	71
2. Heteroskedastisitas .....	72
3. Autokorelasi .....	74
4. Normalitas .....	75
E. ANALISIS REGRESI BERGANDA.....	76
1. Uji Serentak F.....	76
2. Uji Determinansi ( $R^2$ ).....	77
3. Uji Parsial.....	78
BAB V      PENUTUP.....	85
A. Kesimpulan .....	85
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	91

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 3.1 Pengembangan Instrumen Kuisisioner .....	44
Tabel 3.2 Skala Likert .....	46
Tabel 4.1 Berdasar Usia .....	66
Tabel 4.2 Berdasar Jenis Kelamin .....	67
Tabel 4.3 Berdasar Tingkat Pendidikan .....	68
Tabel 4.4 Nilai korelasi Indikator .....	70
Tabel 4.5 Nilai Tolerance dan VIF .....	72
Tabel 4.6 Nilai Durban Watson .....	74
Tabel 4.7 Nilai Uji F .....	78
Tabel 4.8 Nilai Determinansi .....	78
Tabel 4.9 Nilai Uji T .....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar Struktur Organisasi Koperasi Islam Pattani.....	64
Gambar Histrogram.....	75
Gambar Normal.....	76



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَ أَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ  
اللَّهِ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ  
وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ.

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Shalawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang Sistem Pendidikan Agama Islam di Sekolah Puyudpracharak Dusong Blaga Provinsi Pattani Thailand Selatan. Penyusun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terimakasih kepada:

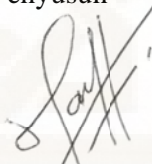
1. Prof. Drs. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, S.Ag., M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. H.M. Yazid Affandi., M.Ag., selaku ketua program Studi keuangan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Drs. A. Yusuf Khoirudin., SE, M.Si selaku Pembimbing yang telah memberikan saran, arahan dan bimbingan dalam proses penyusun skripsi ini.
5. Segenap Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Dan bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Bapak kepala Koperasi Abdulrohman Deawani Pattani Thailand Selatan, beserta bapak/ Ibu karyawan dan anggota Koperasi.
7. Bapak dan Ibuku tersayang, bapak Mr. Ali dalam do'a kami dan ibu Mrs.Hameedah yang tiada henti-hentinya memanjatkan doa suci kehadirat Allah SWT, memohon keselamatan, kebahagiaan, dan kesuksesan untuk putra-putrinya, serta kakakku Miss Sareena, Mr. Zakariya dan adik Miss Rayanee, terimakasih atas semangat dan dorongan yang kalian berikan.

8. Tema-teman keluarga besar di Persatuan Mahasiswa Islam Patani (Selatan Tahiland) Di Indonesia Yogyakarta, yang selalu bersama selama studi di kota istimewa Yogyakarta.
9. Sahabatku yang sejati yaitu Nooreehan, Zubaidah, Nurham, Fasiyah, Paridah, Hasanah, Meera, yang selalu memberi masukan dan juga bimbingan dalam proses penyelesaian skripsi.
10. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebut satu persatu.

Semoga amal baik yang telah kalian semua berikan diterima oleh Allah SWT dan mendapat limpahan rahmat dari-Nya. Amin.

Yogyakarta, 15 Juli 2016

Penyusun



Miss Mareeyah Tohyoh

NIM: 12390088

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB - LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 05936/U/1987.

### I. Konsonan Tunggal

HurufArab	Nama	HurufLatin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	□	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	□	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha'	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik diatas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Za'	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Sad	Ş	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	□	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta'	□	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za'	□	zet (dengan titik dibawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik diatas
غ	Gain	G	Ge

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

## II. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

## III. Ta' Marbutah di Akhir Kata

a. Bila dimatikan/sukunkan ditulis "h"

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

b. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis h

كرامة الولايا	Ditulis	<i>Karāmahal-aulyā'</i>
---------------	---------	-------------------------

c. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakāh al-fiṭri</i>
------------	---------	-----------------------

## IV. Vokal Pendek

-----	Fathah	ditulis	A
-----	Kasrah	ditulis	I
-----	Dammah	ditulis	U

## V. Vokal Panjang

ا	Fathah diikuti Alif Tak berharakat	جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
ي	Fathah diikuti Ya' Sukun (Alif layyinah)	تنسى	Ditulis	<i>Tansā</i>
ي	Kasrah diikuti Ya' Sukun	كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
و □	Dammah diikuti Wawu Sukun	فروض	ditulis	<i>Furūd</i>

## VI. Vokal Rangkap

ي	Fathah diikuti Ya' Mati	ditulis	<i>Ai</i>
و	Fathah diikuti Wawu Mati	ditulis	<i>Au</i>

## VII. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

انتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>'u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'insyakartum</i>

## VIII. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf *Qomariyah*

القران	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf 'l' (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

## IX. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>zawīl furūd aul-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahlussunnahatauahlas-sunnah</i>

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dalam kehidupan masyarakat sehari-hari manusia tidak terlepas dari masalah ekonomi. Begitupun juga dalam suatu masyarakat selalu ada hubungan perekonomian yang dilakukan oleh individu atau kelompok. Setiap kegiatan selalu memiliki tujuan masing-masing, oleh karena itu untuk memenuhi kebutuhan tersebut serta merealisasikan tujuan-tujuan yang diinginkannya. Ekonomi mempunyai nilai kedudukan yang tinggi bagi kalangan masyarakat umum maupun suatu negara untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Selama barang dan jasa masih dinilai dengan uang, maka untuk mendapatkan suatu benda barang dan jasa yang dibutuhkan manusia harus mengetahui terlebih dahulu hal-hal yang berkaitan dengan ekonomi. Salah satu lembaga untuk melakukan kegiatan ekonomi yaitu Koperasi.

Koperasi adalah usaha bersama untuk memperbaiki nasib penghidupan ekonomi berdasarkan tolong-menolong sebagaimana Firman Allah SWT.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

Artinya: “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran” (Al-Maidah: 2)

Sehingga dapat melahirkan rasa saling percaya kepada diri sendiri dalam persaudaraan koperasi yang merupakan semangat baru dan semangat

tolong menolong diri sendiri. Semangat tolong-menolong tersebut didorong oleh keinginan memberi jasa kepada orang lain berdasarkan prinsip seorang untuk semua dan semua untuk seorang.

Berdasarkan sejarah dan perkembangannya tujuan pendirian koperasi adalah untuk membantu meringankan beban masyarakat melalui anggota koperasi. Artinya keberadaan koperasi bukanlah didasarkan atas pertimbangan ekonomis atau mencari keuntungan semata, keberadaan koperasi ditujukan untuk membantu masyarakat golongan ekonomi lemah.

Koperasi juga adalah suatu lembaga perekonomian yang dapat menjadi mitra bagi perusahaan, badan-badan pemerintah, swasta maupun perorangan dalam memenuhi kebutuhannya. Jadi wajar jika setiap kejadian yang menimpa perekonomian pada suatu Negara maka berpengaruh terhadap perekonomian nasional, sehingga untuk memperbaiki keadaan perekonomian, pemerintah memerlukan keadaan perekonomian, selain lembaga perbankan.

Melalui kegiatan-kegiatan dan berbagai jasa yang diberikan, koperasi juga melayani kebutuhan masyarakat serta melancarkan mekanisme sistem peminjaman bagi setiap anggota masyarakat. Pelayanan merupakan salah satu fungsi yang menunjang keberhasilan suatu usaha. Bagi suatu perusahaan atau organisasi, pelayanan merupakan upaya untuk menjadikan orang lain merasa senang dengan hasil kerja, guna mencapai tujuan perusahaan.

Apabila dalam bisnis jasa, kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting sebagai pemberian mutu yang tertinggi kepada konsumen. Konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai

dengan yang ia harapkan. Sebaliknya konsumen akan merasakan kecewa jika pelayanan yang diberikan perusahaan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.

Kepuasan menjadi faktor penting untuk mengukur keberhasilan suatu perusahaan. Kualitas tersebut akan tercapai apabila produk dan jasa yang diberikan sesuatu dengan yang diinginkan oleh konsumen.

Kualitas merupakan sesuai atau kecocokan untuk pemakaian. Juran lebih menekankan pada pemenuhan harapan pelanggan. Sedangkan menurut Deming penekanan utama kualitas adalah perbaikan dan pengukuran kualitas secara terus menerus dan lebih mengutamakan perbaikan secara terus menerus terhadap sumber daya manusia. Apabila karyawan diberdayakan untuk memecahkan masalah, maka kualitas akan dapat disempurnakan.

Koperasi merupakan instansi atau lembaga yang bersandar pada jenis usaha jasa. Peningkatan nasabah ataupun tingkat perputaran keuangan koperasi berasal dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Peran karyawan koperasi dalam pelaksanaan yang baik, tutur kata yang sopan, keandalan pelayanan dan ketanggapan terhadap keluhan nasabah, dapat menjadi daya tarik masyarakat menjadi nasabah.

Kepuasan pelanggan dalam hal ini adalah nasabah, memang bukan saja berasal dari kinerja pelayanan saja, melainkan dari beban keuangan yang ditetapkan oleh koperasi. Namun hal ini dapat diselesaikan bila penanganan dan pelayanan karyawan yang diberikan kepada nasabah lebih baik. Kepuasan yang dirasakan nasabah tergantung dari persepsi mereka terhadap harapan dan

kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian nasabah terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan.

Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan dan mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya. Salah satu tolok ukur keberhasilan perusahaan yang bergerak di bidang jasa ini adalah banyak sedikitnya nasabah yang terjaring.

Hal ini dipengaruhi oleh sejauh mana perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kepuasan nasabahnya. Apabila kinerja pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan nasabah maka kepuasan nasabah akan tercapai dan semakin banyak jumlah nasabah yang terjaring.

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, banyak berdiri lembaga atau perusahaan bahkan atas nama individu yang menjalankan bisnis jasa. Semakin banyak pesaing, maka semakin banyak pilihan bagi konsumen. Bagi perusahaan yang tidak begitu mempertahankan kualitas pelayanan maka segera akan ditinggalkan pelanggan.

Begitu pula yang terjadi pada perkembangan koperasi di Thailand selatan. Anggota semakin mempunyai banyak pilihan untuk memanfaatkan

jasa koperasi. Apabila pelayanan suatu koperasi dirasakan kurang memuaskan anggota, maka secara tidak langsung anggota akan berpaling dan pindah pada badan usaha yang lain.

Sebagai usaha mempertahankan konsumen, koperasi harus memilih mana bentuk kebijakan teknologi yang paling tepat digunakan untuk mencapainya tujuan yang ditepatkan. Hal tersebut akan mempengaruhi ketepatan, keakuratan, kemampuan, dan kecepatan pelayanan koperasi dalam memberikan pelayanan terhadap anggota. Pelayanan yang diberikan kepada anggota akan mencerminkan baik tidaknya koperasi tersebut di mata anggota. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa salah satu faktor yang mendorong pangsa pasar suatu badan usaha dan juga perusahaan lain yang bergerak dibidang jasa adalah kualitas pelayanan.

Koperasi Islam Pattani sebagai lembaga pimpinan utama yang mengamalkan system muamalat Islam untuk kesejahteraan anggota dan masyarakat, serta mempertingkatkan yang setabil dalam dan luar Negara sebagai tempat tumpuan masyarakat. Koperasi Islam Pattani juga merupakan salah satu lembaga keuangan yang menawarkan berbagai macam produk kepada masyarakat, baik itu produk simpanan maupun pinjaman. Letaknya yang strategi dalam kota wilayah Pattani hamper jalan dan dekat dengan pasar membuat masyarakat banyak yang mengenal dan menggukan jasa Koperasi Islam Pattani.

Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan objek koperasi Islam Pattani yang terletak di jalan Yarang, T.Taklubuk A. Meang Ch. Pattani,

sedangkan populasinya adalah anggotanya. Berdasarkan uraian di atas penulis merasa tertarik untuk meneliti tentang pelayanan koperasi yang sangat erat hubungannya terhadap peningkatan kepuasan anggota koperasi yaitu:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI ISLAM PATTANI DI SELATAN THAILAND**

## **B. Rumusan Masalah**

Untuk memperlancarkan usaha koperasi, pengurus harus dapat mengelolakan koperasi tersebut dengan efektif, efisien, dan produktif, sehingga tujuan koperasi untuk kesejahteraan anggota dan masyarakat pada umumnya dapat tercapai.

Berdasarkan uraian di atas, penulis dapat merumuskan pokok masalah sebagai berikut:

1. Apakah bukti langsung, keandalan, tanggapan, jaminan, dan empati berpengaruh terhadap kepuasan anggota di koperasi Islam Pattani.
2. Bagaimanakah pengaruh bukti langsung, keandalan, tanggapan, jaminan, dan empati secara bersama terhadap kepuasan anggota koperasi Islam Pattani di Thailand selatan.

## **C. Tujuan dan kegunaan Penelitian**

1. Tujuan

- a) Untuk menganalisis serta menjelaskan pengaruh bukti langsung, keandalan, tanggapan, jaminan, dan empati koperasi Islam Pattani terhadap kepuasan anggota.
- b) Untuk menjelaskan pengaruh bukti langsung, keandalan, tanggapan, jaminan, dan empati secara bersama terhadap kepuasan anggota koperasi Islam Pattani di Thailand selatan.

## 2. Kegunaan Penelitian

- a) Dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk pengembangan pengetahuan tentang pengaruh pelayanan terhadap kepuasan anggota khususnya bagi koperasi-koperasi yang ada di selatan Thailand.
- b) Bagi praktisi, sebagai bahan masuk pengelolaan koperasi Islam Pattani untuk memperbaiki dan menyempurnakan sistem pelayanan kepada anggota.
- c) Memperkayakan khasanah keilmuan dan menjadi rujukan bagi penelitian yang selanjutnya.

## D. Talaah Pustaka

Berbagai penelitian maupun karya tulis yang mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota telah banyak dilakukan beberapa penelitian yang berhasil penyusun temukan sebagai berikut:

Sasongka, melakukan penelitian dengan judul “*Analisis Keputusan Pelanggan Terhadap Kredit PT Bank Perkreditan Rakyat Artha Sumber*

*Arum*”. Penelitian bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas BPR Artha Sumber Arum, dan untuk mengetahui menganalisis sampai sejauh mana tingkat kepuasan terhadap kinerja BPR Artha Sumber Arum. Dengan menggunakan analisis regresi berganda menghasilkan kesimpulan bahwa terhadap pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara simultan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai F hitung 42,344. Dari hasil uji yang telah dilakukan variabel daya tanggap mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah, keputusan terhadap berdasarkan analisis statistik dengan menggunakan koefisien regresi yang berstandar paling besar yaitu 0,426.(Agung Hari Sasongko, “Analisis Kepuasan Pelayanan Terhadap Kredit PT Bank Perkreditan Rakyat artha Sumber Arum” Yogyakarta: UNY 2003)

Penelitian yang dilakukan oleh Fadliyah dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada BMT Multazam Yogyakarta”. Adapun penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di BMT Multazam. Variabel-variabel dalam penelitian ini meliputi variabel kualitas pelayanan (x), yang terdiri dari lima dimensi yaitu : *tangibles*, *Reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* sebagai variabel independen dan kepuasan nasabah (y) sebagai dependen. Hasil penelitian ini, menyimpulkan bahwa terhadap pengaruh yang positif dan signifikan antara *tangible* terhadap kepuasan nasabah. Koefisien regresi sebesar

0,189 menyatakan bahwa jika nilai *tangible* ( $x_1$ ) naik 1% maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 18,9% dengan asumsi variabel yang lain tetap. (Fadliyah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bmt Multazam,” Yogyakarta: UIN 2007)

Penelitian tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota BMT Rizky Mandiri Yogyakarta yang dilakukan oleh Rahmawati bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi-dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan anggota BMT Rizky Mandiri Yogyakarta .

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, pada tingkat kepercayaan 95% : Dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota dan dimensi-dimensi kualitas pelyanan (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota sebesar 74,8% sedangkan sisanya yaitu 25,2% ditentukan oleh variable lain selain variable bebas dalam penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Iswahyudi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah (Studi kasus pada bank syari’ah mandiri Yogyakarta kantor kas parangtritis). Adapun penelitian ini pertama untuk menjelaskan tingkat kepentingan dimensi kualitas jasa yang terdiri dari variable *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* pada kualitas jasa pelayanan Bank Syari’ah

Mandiri Yogyakarta, kedua menjelaskan tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan Bank Syari'ah Mandiri Yogyakarta, serta ketiga untuk menjelaskan pengaruh lima dimensi tersebut terhadap kepuasan nasabah Bank Syari'ah Mandiri Yogyakarta. Dari penelitian yang dilakukan dapat dinyatakan bahwa: pertama, seluruh variable kualitas pelayanan memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, kedua, secara umumnya nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan ketiga, seluruh variable kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah, namun secara parsial variable tangible tidak berpengaruh positif pada kepuasan nasabah Bank Syari'ah Mandiri Yogyakarta.

Penelitian Yusmin karya timur yang berjudul "Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Nasabah untuk menabung di PT.BPRS Daya Artha Mentari Pasuruan Jawa Timur". Dengan pokok masalah bagaimana pengaruh bagi hasil, pelayanan, dan lokasi bank untuk menabung di BPRS Daya Artha Mentari Pasuruan Jawa Timur. Dengan menggunakan analisis regresi menghasilkan sebuah kesimpulan bahwa ketiga variable tersebut memiliki hubungan positif yang signifikan dengan jumlah nasabah. Factor yang paling dominan pengaruhnya adalah factor pelayanan, dengan hasil uji tes sebesar 2,176.

Berdasarkan beberapa penelitian tentang Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan anggota Koperasi pernah dilakukan. Seperti penelitian yang dilakukan Imroatul Khosanah dan Octarian Dina Pertiwi menunjukkan bahwa variable wujud fisik, kenadalan, daya tanggap,

jaminan, dan empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Dibyanto, alhushori dan rini gustriani menunjukkan bahwa dimensi kehandalan, daya tanggap dan jaminan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Gst. Ayu Oki Windarti juga menunjukkan bahwa tidak adanya Pengaruh yang signifikan dari dimensi emparty terhadap kepuasan nasabah. kualitas diatas, penelitian ini merupakan replikasikan atas penelitian sebelumnya, dengan perbedaan pada objek penelitiannya. Penelitian ini mengambil objek koperasi Islam Pattani di selatan Thailand.

#### **E. Kerangka Teoritik**

Banyak perusahaan jasa melakukan investasi besar-besar untuk mengembangkan pelayanan, namun kadang-kadang investasi yang dilakukan ini hanya menghasilkan sedikit keuntungan atau tidak sama sekali, karena pelayanan istimewa ini hanya akan memberikan keunggulan kompetif jika layanan yang dikembangkan berada dalam lingkup yang mempengaruhi keputusan nasabah dan jika nasabah bias memahami perkembangan yang dapat diukur (John Tschohl , 2003 : 10)

Istilah servis atau pelayanan sangat erat kaitannya dengan jasa, menurut Philip Kotler dalam buku *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, karya Husein Umar, jasa merupakan setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain pada

dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Husein Umar, 2002 : 3 )

Pelayanan dapat didefinisikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah, tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan atau nasabah, artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan dan melayani mereka berupa tindakan yang dilakukan guna memenuhi keinginan pelanggan akan suatu produk atau jasa yang mereka butuhkan (Kasmir, 2005: 15)

Sedangkan kualitas yang menurut Goetsch Davis adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai hubungan antara harapan konsumen tentang pelayanan dan persepsi yang diterimakan yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses, dan lingkungan.

Adapun studi yang mengenai kualitas pelayanan oleh Parasuraman Zaithamal, dan bitner, menemukan bahwa sepuluh dimensi yang ada dapat dirangkumkan menjadi hanya llima dimensi pelayanan sebagai berikut (Fandy Tjijtono, 1997: 70):

1. Bukti langsung (*tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopansantunan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
5. Empati (*empaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Dari lima variable di atas kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh lima dimensi kualitas pelayanan tersebut yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas (Johannes Supranto, 2006: 233)

Day menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan anggota adalah respon anggota terhadap evaluasi ketidak sesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Engel

mengungkapkan bahwa kepuasan anggota merupakan evaluasi pernabeli di mana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya membeli hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan (Fandy Tjiptono,2006 : 146 )

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan memberi beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberi dasar yang baik bagi pembelian ulang, terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut yang secara tidak langsung akan menguntungkan perusahaan (Fandi Tjiptono,1997 : 24 )

Pada umumnya harapan anggota merupakan perkiraan atau keyakinan anggota tentang apa yang akan diterimanya bila ia memberi atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi anggota terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli (Fandy Tjiptono,2006 : 147 )

Harapan anggota bibentuk dan didasarkan oleh beberapa factor, diantaranya pengalaman berbelanja di masa lampau, opini teman dan kerabat, serta informmasi dan janji-janji perusahaan dan para pesaing. Dalam konteks kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan telah tercapai consensus bahwa harapan anggota memiliki peranan yang besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas maupun kepuasan. Menurut Olson dan Dover harapan anggoata merupakan keyakinan

anggota sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk.

Menurut Kotler, beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan anggota, Metode tersebut antara lain :

#### 1. Sistem Pengaduan

Sistem pengaduan ini memberikan kesempatan kepada anggota untuk memberikan saran, keluhan dan bentuk ketidakpuasan lainnya dengan cara menyediakan kotak saran.

#### 2. Survey Anggota

Survey anggota merupakan cara yang umum digunakan dalam mengukur kepuasan anggota misalnya melalui pos, telepon, email, facebook, like, atau wawancara secara langsung.

#### 3. Panel Anggota

Perusahaan memanggil anggota yang setia terhadap produk dan mengundang anggota yang telah berhenti membeli atau pindah menjadi anggota perusahaan lain.

Upaya mewujudkan kepuasan anggota yang total bukanlah hal yang mudah. Namun upaya perbaikan atau penyempurnaan kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai strategi. Ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan anggota, diantaranya :

##### 1) Relationship marketing.

- 2) Strategi superior customer service.
- 3) Strategi penanganan keluruhan yang efektif.
- 4) Quality function deployment (Zulian Yamit,160-170 )

## F. Hipotesis

Menurut Parasuraman, Zeithamal dan Bitner, kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Penelitian yang menguatkan teori ini dilakukan oleh Rahmawati dan Fadliyah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kelima variabel kualitas pelayanan di atas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dari teori dan hasil penelitian tersebut maka diajukan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. H<sub>1</sub> : Terdapat Pengaruh yang positif dan signifikan antara dimensi *tangible* terhadap kepuasan anggota.
2. H<sub>2</sub> : Terdapat Pengaruh yang positif dan signifikan antara dimensi *reliability* terhadap kepuasan anggota.
3. H<sub>3</sub> : Terdapat Pengaruh yang positif dan signifikan antara dimensi *responsiveness* terhadap kepuasan anggota.
4. H<sub>4</sub> : Terdapat Pengaruh yang positif dan signifikan antara dimensi *assurance* terhadap kepuasan anggota.
5. H<sub>5</sub> : Terdapat Pengaruh yang positif dan signifikan antara dimensi *emphaty* terhadap kepuasan anggota.

6.  $H_6$  : Terdapat Pengaruh yang signifikan antara *variable tangible*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan anggota.

## G. Metode Penelitian

### 1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan. Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti ke lapangan dapat dilakukan dengan dua teknik pengumpulan data dan wawan cara. Objek kajian dalam penelitian ini adalah Koperasi Islam Pattani di wilayah Pattani selatan Thailand.

### 2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat eksplanasi yaitu penelitian yang bermaksud menjelaskan variable-variable yang diteliti kn serta hubungan antara variable satu dengan variable yang lain ( Sugiyono, Bandung 1999 : 10-11) Menjelaskan Pengaruh kualitas pelayanan sebagai variable independen terhadap kepuasan anggota pada koperasi Islam Pattani di selatan Thailand sebagai variable dependen.

### 3. Teknik pengambilan simple

Populasi adalah suatu kesatuan individu atau subyek pada tempat dan waktu serta dengan kualitas yang tertentu yang akan diamati/diteliti (Supardi, Yogyakarta 2005:101). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh anggota Koperasi Islam Pattani.

Metode pengambilan simple yang digunakan adalah *simple random sampling*, yaitu cara pengambilan simple yang dilakukan dengan cara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut ( Sugitono , Bandung 2005 : 57 )

Teknik ini digunakan bila populasi mempunyai unsur yang tidak homogeny dan setiap subjek mempunyai hak yang sama untuk dipilih menjadi simple ( Suharsimi Arikunto, Jakarta 1996: 107 )

#### 4. Teknik pengumpulan data

##### a. Dokumentasi

Metode dokumen adalah penelitian yang mencari dan mendapatkan data-data primer dengan melalui data-data dari prasasti-prasasti, data gambar(foto,*blue print*)dan lain sebagainya ( Supardi, 138 )

##### b. Angket

Angket (*questioner*) adalah sejumlah pertanyaan secara tertulis yang akan dijawab oleh responden penelitian, agar peneliti memperoleh data lapangan atau empiris untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dari instrument penelitian tersebut, kemudian disusun beberapa item pertanyaan kuisisioner untuk mengukur sikap, pendapatan dan presepsi reponden terhadap instrument kuisisioner yang di ajukan skala likert. Dengan skala likert titik tolak untuk menyusun item-item pertanyaan.

Interval skala likert tersebut yang digunakan menunjukkan nilai/skor sebagai berikut:

- 1) sangat tidak setuju (STS),diberi skor : 1
- 2) tidak setuju (TS),de beri skor: 2
- 3) netral (N),diberi skor : 3
- 4) setuju (S),deberi skor : 4
- 5) sangat setuju (SS),diberi : 5

#### 5. Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah atribut atau sifat nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari. Berdasarkan permasalahan dan hipotesis yang diajukan, maka variable yang dianalisis yang terdiri dari dua macam variable, yaitu variable bebas (*independent variable*) dan variabel tergantung (*dependent variable*)

##### a. Variabel bebas atau yang diberikan symbol (X)

Variabel bebas adalah gejala atau faktor-faktor yang menentu atau yang mempengaruhi munculnya gejala lain. Variable bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan.

##### b. Variabel terikat atau dependen variabel diberikan symbol (Y)

Variabel terikat adalah sejumlah gejala atau faktor yang timbul karena dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian adalah kepuasan anggota.

#### 6. Uji Insrtumen Penelitian

Pada penelitian ini instrumen yang digunakan adalah kuisioner atau angket yang berisi pertanyaan untuk diisi oleh responden yaitu para anggota pada koperasi Islam Pattani. Instrument ini digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas terhadap kepuasan anggota.

a. Uji Reliabilitas

Setelah pengujian validitas, selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas. Tujuan utama pengujian reliabilitas adalah untuk mengetahui konsistensi dan keteraturan hasil pengukuran suatu instrument apabila instrument tersebut digunakan lagi sebagai alat ukur objek atau responden. Hasil uji reliabilitas mencerminkan dapat dipercaya dan tidak suatu instrument penelitian berdasarkan tingkat kemantapan dan ketetapan suatu alat ukur dalam pengertian bahwa hasil pengukuran yang didapatkan merupakan ukuran yang benar dari sesuatu yang diukur.

Menurut Imam Ghozali, pengukuran reliabilitas dapat dilakukan salah satunya dengan cara *One Shot* atau pengukuran sekali saja. SPSS memberiakan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variable dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0,05$ . (Supardi, 42).

b. Uji Validitas

Uji validitas atau kesahihan untuk mengetahui seberapa tepat sebuah alat ukur mampu melakukan fungsi. Alat ukur yang

dapat digunakan dalam pengujian validitas suatu kuisioner adalah angka hasil korelasi antara skor pernyataan dan skor keseluruhan pertanyaan responden terhadap informasi dalam kuisioner.

Pengujian validita dapat dilakukan dengan melakukan korelasi bivariate antara masing-masing skor indicator dengan total skor konstruk. Apabila korelasi antara masing-masing indicator terhadap total skor menunjukkan hasil yang signifikan maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing indicator pertanyaan adalah valid (Imam Ghazali, 2001: 47).

## 7. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu cara untuk menginterpretasikan data yang telah diperoleh berdasarkan skala likert, kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya. Setelah uji data, data dianalisis dengan metode dibawah, sehingga dapat diperoleh suatu kesimpulan masalah.

### a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan satu sampel. Analisis deskriptif ini digunakan untuk memberikan gambaran demografi responden penelitian (jenis kelamin, usia, dan lain-lain).

### b. Analisis Kuantitatif

#### 1) Uji Asumsi Klasik

##### i. Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable independen. Jika terjadi korelasi maka terjadi problem multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variable independen. Untuk melihat ada tidaknya gejala multikolinearitas ini maka bisa melihat nilai tolerance dan lawannya yaitu variance inflation factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variable independen lainnya. Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance  $< 0,01$  atau sama dengan nilai VIF  $> 10$ .

ii. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah data mempunyai varian-varian yang sama. Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya. Artinya setiap observasi mempunyai reliabilitas yang berbeda akibat perubahan dalam kondisi yang melatarbelakangi tidak terangkum dalam spesifikasi model.

iii. Autokorelasi

Uji ini digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya residual tidak bebas dari suatu observasi ke observasi yang

lainnya. Untuk menguji ada atau tidaknya autokorelasi dalam penelitian ini digunakan uji Durbin-Watson.

Dasar pengambilan kesimpulan adalah sebagai berikut:

- i. Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- ii. Angka D-W diantara -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi.
- iii. Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negative (Singgih Santoso, 219).

## 2) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji salah satu asumsi dasar regresi berganda yaitu variable-variabel independen dan dependen harus berdistribusi normal atau mendekati normal (Imam Ghozali, 2001: 83). Dan uji normalitas ini bertujuan mengetahui sebuah data apakah mengikuti distribusi normal atau mendekati disrtibusi normal. Dan dalam penelitian ini digunakan pengujian normalitas data dengan cara analisis grafik. Dalam ini digunakan grafik histogram dan normal *probability plot*. Hasil yang didapat dari pengujian data dengan program SPSS 16.0.

## 3) Regresi liner berganda

Analisis linier ditunjukkan dengan persamaan regresi sebagai berikut ini :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Dimana

Y = kepuasan anggota

a = konstanta

b = koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Tangible

X<sub>2</sub> = Realibility

X<sub>3</sub> = Responsiveness

X<sub>4</sub> = Assurance

X<sub>5</sub> = Emphaty

e = kesalahan pengganggu, merupakan variabel acak dan mempunyai distribusi probabilitas, mewakili semua faktor yang mempunyai pengaruh terhadap Y, tetapi tidak masuk di dalam persamaan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Dari pengujian yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan bahwa menunjukkan variabel tangible koefisien uji  $t = 3,961$  sedangkan besarnya signifikansi  $0,000$  lebih kecil dari  $0,05$ . Ini berarti berpengaruh tangibel terhadap kepuasan anggota di signifikan. Hasil ini menunjukkan karyawan Koperasi Islam Pattani Berhad memperhatikan proses penyampaian jasa, keramahan, sopan santun dan etika dalam memberikan pelayanan daripada bukti fisik. Koefisieen uji  $t$  reliability adalah  $0.271$  sedangkan besar signifikansinya adalah  $0.787$ , lebih besar dari  $0,05$ . Ini berarti pengaruh reliability terhadap kepuasan anggota tidak signifikan atau tidak ada pengaruh reliability terhadap kepuasan anggota. Hasil ini disebabkan karena para respon sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberi oleh para karyawan koperasi Islam Pattani Berhad, respon puas dengan kecepatan karyawan dalam melayani transaksi dan dating tepat waktu. Selain itu karyawan juga selalu mengeti respon sebagai anggotanya dan prosedur koperasi Islam Pattani Berhad pun tidak berbelit-belit cepat dan tepatnya pemenuhan jadwal yang di tetapkan antara karyawan Koperasi Islam Pattani Berhad dengan anggotanya serta keakuratan dalam memberikan informasi mengenai produk-produk Koperasi Islam Pattani Berhad sangat menentukan kepuasan anggota.

Sedangkan untuk variabel responsiveness koefisien uji  $t = 5,506$  sedangkan besarnya signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dari analisis nilai tersebut dapat disimpulkan responsiveness berpengaruh terhadap kepuasan anggota koperasi Islam Pattani Berhad. Disebabkan karena karyawan selalu memberikan yang terbaik untuk nggotanya. Karyawan selalu siap membantu dan menjawab pertanyaan dengan penuh kesabaran dan perhatian. Para karyawan Koperasi Islam Pattani Berhad juga menguasai semua informasi tentang segala hal yang berkaitan dengan Koperasi. Karyawan tidak segan-segan memberikan saran dan solusi kepada anggota yang menghadapi masalah terutama dalam hal keuangan, maka anggota menganggap karyawan sudah memberikan tanggapan yang baik dalam melayani anggota.

Dari hasil analisis data di atas variabel assurance sebesar 1,628 dengan tinggi signifikansi sebesar 0,108 lebih besar dari 0,05. Sehingga dari analisis nilai tersebut dapat disimpulkan assurance tidak pengaruh terhadap kepuasan anggota koperasi Islam Pattani Berhad. Bahwa kondisi keamanan masyarakat Islam di Thailand selatan khususnya di propinsi Pattani yang masih belum stabil dan sering terjadi tindakan deskriminal, di mana kepercayaan anggota salah satu disebabkan oleh jaminan yang ditawarkan oleh Koperasi Islam Pattani Berhad jaminan baik merupakan jaminan atas keamanan uang yang disimpan. Kerahasiaan besarnya simpanan

pembiayaan anggota, dan jaminan pengetahuan dan kepribadian dari para karyawan Koperasi Islam Pattani Berhad.

Sedangkan untuk nilai koefisien regresi variabel *emphaty* sebesar  $t = 0.271$  dengan tingkat signifikansi sebesar 0.146 lebih besar dari 0.05. sehingga dari analisis nilai tersebut dapat disimpulkan secara parsial variabel *emphaty* tidak Pengaruh terhadap kepuasan anggota. Hal ini disebabkan anggota koperasi Islam Pattani Berhad memrasa memerlukan perhatian secara individual dari karyawan selain itu anggota koperasi Islam Pattani juga memiliki kebutuhan-kebutuhan yang harus dipahami oleh karyawan di mana perhatian dan memahami dari karyawan akan mempengaruhi kepuasan anggota.

2. Uji F atau *F test* menunjukkan bahwa semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai Pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya. Dan bahwa besarnya F hitung adalah 19,082. Sedangkan besarnya F tabel pada tingkat  $\alpha = 0,05$  dengan *df1* 5 dan *df2* 65 yaitu sebesar 2,36. Karena F hitung > tabel, yaitu  $19,082 > 2,36$ , maka dapat di ambil kesimpulan bahwa variabel independen *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* secara serentak mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap variabel dependen kepuasan anggota.

## **B. Saran-saran**

1. Hendaknya atasan di koperasi Islam Pattani menciptakan pelayanan yang benar-benar selaras/sesuai dengan keinginan para anggota agar tujuan atau pekerjaan yang dilakukan oleh bawahan dapat dilakukan berdasarkan standard an kinerja yang baik.
2. Untuk menciptakan hasil kerja yang efektif hendaknya seluruh jajaran pegawai koperasi Islam Pattani menciptakan suatu pelayanan yang kondusif, karena pelayanan tersebut akan menciptakan kepuasan para anggota.
3. Untuk meningkatkan kepuasan anggota diperlukan adanya suatu usaha dari pihak atasan untuk dapat memadukan individu bahwanya dengan tujuan agar selaras dan sejalan dengan tujuan organisasi.
4. Menempatkan pegawai dalam jabatan harus benar-benar disesuaikan dengan ketentuan yang berlaku dan sesuai dengan pengetahuan dan kemampuannya.
5. Agar terciptakan kepuasan pelanggan, pegawai dalam melaksanakan tugas-tugas yang dipercayakan kepadanya dan usaha pimpinan untuk menciptakan hubungan kerja atasan dengan bawahan.

## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Buku:

Abidullah, Mokhtar, Rosminah, Dewani, Suhardjo, PROSIDING BENGKAL SERANTAU INOVASI AR RAHNU 2011, Kuala Lumpur, Malaysia

Fandy Tjiptono, Manajemen Jasa, Yogyakarta: Andi Offset 2006.

Fandi Tjiptono, Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Andi 1997.

John Tschohl dan Steve Franzmeier, Achieving Excellence Through Customer Service, alih bahasa: Tjita Singo Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2003.

Johannes Supranto, Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar, Jakarta: penerbit rineka cipta, 2006.

Kasmir, *Etika Customer service*, Jakarta: Rajawali Pers, 2005.

Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM Program SPSS 19, Semarang: Badan Universitas Diponegoro, 2001.

Sugiyono, Metode penelitian bisnis, Bandung: alfabeta, 1999.

Sugitono. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta, 2005.

Suharsimi Arikunto, Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek, Jakarta: Rineka Cipta, 1996.

## **2. Jurnal**

Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Palembang), Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (JENIUS)

Imroatul Khosanah Dan Octarina Dina Pertiwi, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rss St. Elisabeth Semarang

Gst. Ayu Oki Windarti, Pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk kantor Cabang Utama (KCU) Palembang, Jurnal Ekonomi dan informasi (JENIUS).

## **3. Skripsi**

Dinyanto, Alhushori Dan Rini Gustriani,"Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Tabungan BTN Batara

Fadliyah "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BMT Multazam," Skripsi Dipublikasikan," Yogyakarta: UIN 2007.

Muji Haryono, "Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di BMT Al Kuatsar Kebumen," Skripsi UIN 2006.

## LAMPIRAN

Statistics				
		Jenis Kelamin	Usia Anggota	Tingkat Pendidikan
N	Valid	71	71	71
	Missing	0	0	0
Mean		1.46	37.30	3.04
Std. Error of Mean		.060	1.227	.162
Median		1.00	37.00	3.00
Mode		1	35 <sup>a</sup>	3
Std. Deviation		.502	10.340	1.367
Variance		.252	106.926	1.870
Minimum		1	18	1
Maximum		2	58	7
Sum		104	2648	216
Percentiles	25	1.00	30.00	2.00
	50	1.00	37.00	3.00
	75	2.00	45.00	4.00
a. Multiple modes exist. The smallest value is shown				

### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lelaki	38	53.5	53.5	53.5
	Perempuan	33	46.5	46.5	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

### Usia Anggota

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	2	2.8	2.8	2.8
	19	1	1.4	1.4	4.2
	21	2	2.8	2.8	7.0
	22	1	1.4	1.4	8.5
	23	2	2.8	2.8	11.3
	24	3	4.2	4.2	15.5
	26	1	1.4	1.4	16.9
	27	2	2.8	2.8	19.7
	28	3	4.2	4.2	23.9
	30	2	2.8	2.8	26.8
	32	3	4.2	4.2	31.0
	33	2	2.8	2.8	33.8

34	2	2.8	2.8	36.6
35	6	8.5	8.5	45.1
36	1	1.4	1.4	46.5
37	4	5.6	5.6	52.1
38	2	2.8	2.8	54.9
39	1	1.4	1.4	56.3
40	6	8.5	8.5	64.8
42	4	5.6	5.6	70.4
43	3	4.2	4.2	74.6
45	3	4.2	4.2	78.9
46	2	2.8	2.8	81.7
47	2	2.8	2.8	84.5
48	2	2.8	2.8	87.3
52	2	2.8	2.8	90.1
53	2	2.8	2.8	93.0
54	1	1.4	1.4	94.4
57	2	2.8	2.8	97.2
58	2	2.8	2.8	100.0
Total	71	100.0	100.0	

#### Tingkat Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMP	7	9.9	9.9	9.9
SMA	20	28.2	28.2	38.0
S1	22	31.0	31.0	69.0
S2	13	18.3	18.3	87.3
D1	5	7.0	7.0	94.4
D2	2	2.8	2.8	97.2
D3	2	2.8	2.8	100.0
Total	71	100.0	100.0	

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.419	2.676		1.277	.206
	Tangibel	.244	.062	.346	3.961	.000
	Reliability	.031	.114	.025	.271	.787
	Responsiveness	.384	.070	.515	5.506	.000
	Assurance	.152	.093	.163	1.628	.108
	Emphaty	-.017	.119	-.014	-.146	.884

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.771 <sup>a</sup>	.595	.564	3.638	1.928

a. Predictors: (Constant), Emphaty, Tangibel, Responsiveness, Reliability, Assurance

b. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	255.876	5	51.175	19.082	.000 <sup>a</sup>
	Residual	174.322	65	2.682		
	Total	430.197	70			

a. Predictors: (Constant), Emphaty, Tangibel, Responsiveness, Reliability, Assurance

b. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

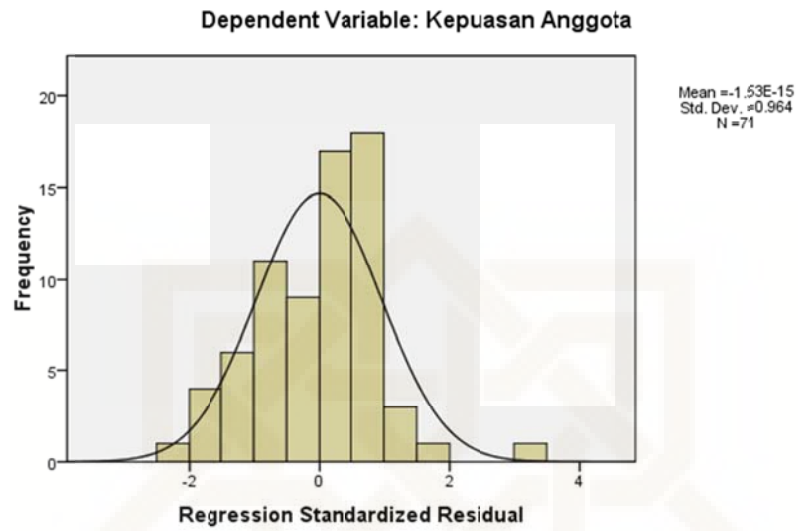
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.771 <sup>a</sup>	.595	.564	3.638	1.928

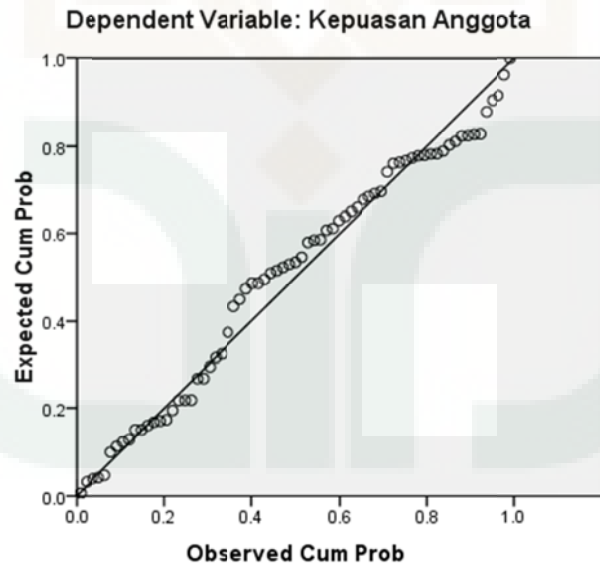
a. Predictors: (Constant), Emphaty, Tangibel, Responsiveness, Reliability, Assurance

b. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

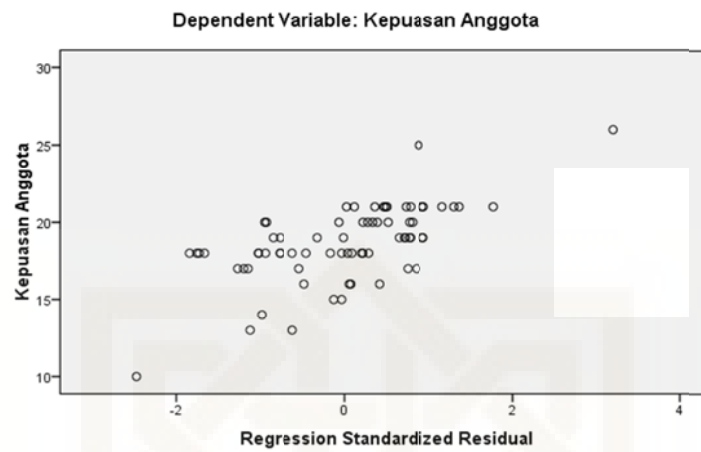
### Histogram



### Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



### Scatterplot



### Correlations

#### Correlations

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Total
Q1	Pearson Correlation	1	.367**	.317**	.322**	.465**	.709**
	Sig. (2-tailed)		.002	.007	.006	.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71
Q2	Pearson Correlation	.367**	1	.269*	.254*	.226	.541**
	Sig. (2-tailed)	.002		.023	.032	.058	.000
	N	71	71	71	71	71	71
Q3	Pearson Correlation	.317**	.269*	1	.584**	.479**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.007	.023		.000	.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71
Q4	Pearson Correlation	.322**	.254*	.584**	1	.419**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.006	.032	.000		.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71
Q5	Pearson Correlation	.465**	.226	.479**	.419**	1	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.058	.000	.000		.000
	N	71	71	71	71	71	71
Total	Pearson Correlation	.709**	.541**	.768**	.706**	.781**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	71	71	71	71	71	71

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

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

## Correlations

Correlations					
		Q6	Q7	Q8	Total_Reliability
Q6	Pearson Correlation	1	.479**	.093	.776**
	Sig. (2-tailed)		.000	.439	.000
	N	71	71	71	71
Q7	Pearson Correlation	.479**	1	.045	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000		.711	.000
	N	71	71	71	71
Q8	Pearson Correlation	.093	.045	1	.534**
	Sig. (2-tailed)	.439	.711		.000
	N	71	71	71	71
Total_Reliability	Pearson Correlation	.776**	.747**	.534**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	71	71	71	71

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

## Correlations

Correlations							
		Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Total_Responsiveness
Q9	Pearson Correlation	1	.390**	.309**	.183	.425**	.571**
	Sig. (2-tailed)		.001	.009	.126	.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71
Q10	Pearson Correlation	.390**	1	.481**	.297	.382**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.012	.001	.000
	N	71	71	71	71	71	71
Q11	Pearson Correlation	.309**	.481**	1	.436**	.678**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000		.000	.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71
Q12	Pearson Correlation	.183	.297	.436**	1	.669**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.126	.012	.000		.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71
Q13	Pearson Correlation	.425**	.382**	.678**	.669**	1	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000
	N	71	71	71	71	71	71
Total_Responsiveness	Pearson Correlation	.571**	.718**	.778**	.737**	.856**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	71	71	71	71	71	71

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

## Correlations

Correlations								
		Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Total_Assurance
Q14	Pearson Correlation	1	-.089	.011	.127	.082	.056	.362**
	Sig. (2-tailed)		.460	.929	.291	.497	.645	.002
	N	71	71	71	71	71	71	71
Q15	Pearson Correlation	-.089	1	.455**	.120	.342**	.576**	.580**
	Sig. (2-tailed)	.460		.000	.320	.003	.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71
Q16	Pearson Correlation	.011	.455**	1	.491**	.623**	.616**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.929	.000		.000	.000	.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71
Q17	Pearson Correlation	.127	.120	.491**	1	.290	.421**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.291	.320	.000		.014	.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71
Q18	Pearson Correlation	.082	.342**	.623**	.290	1	.697**	.690**
	Sig. (2-tailed)	.497	.003	.000	.014		.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71
Q19	Pearson Correlation	.056	.576**	.616**	.421**	.697**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.645	.000	.000	.000	.000		.000
	N	71	71	71	71	71	71	71
Total_Assurance	Pearson Correlation	.362**	.580**	.713**	.639**	.690**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	71	71	71	71	71	71	71
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

## Correlations

Correlations						
		Q20	Q21	Q22	Q23	Total_Empathy
Q20	Pearson Correlation	1	.128	.098	.642	.669**
	Sig. (2-tailed)		.286	.418	.000	.000
	N	71	71	71	71	71
Q21	Pearson Correlation	.128	1	.776**	.457**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.286		.000	.000	.000
	N	71	71	71	71	71
Q22	Pearson Correlation	.098	.776**	1	.368	.688**
	Sig. (2-tailed)	.418	.000		.002	.000
	N	71	71	71	71	71

Q23	Pearson Correlation	.642**	.457**	.368**	1	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002		.000
	N	71	71	71	71	71
Total_Empathy	Pearson Correlation	.669**	.711**	.688**	.862**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	71	71	71	71	71

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

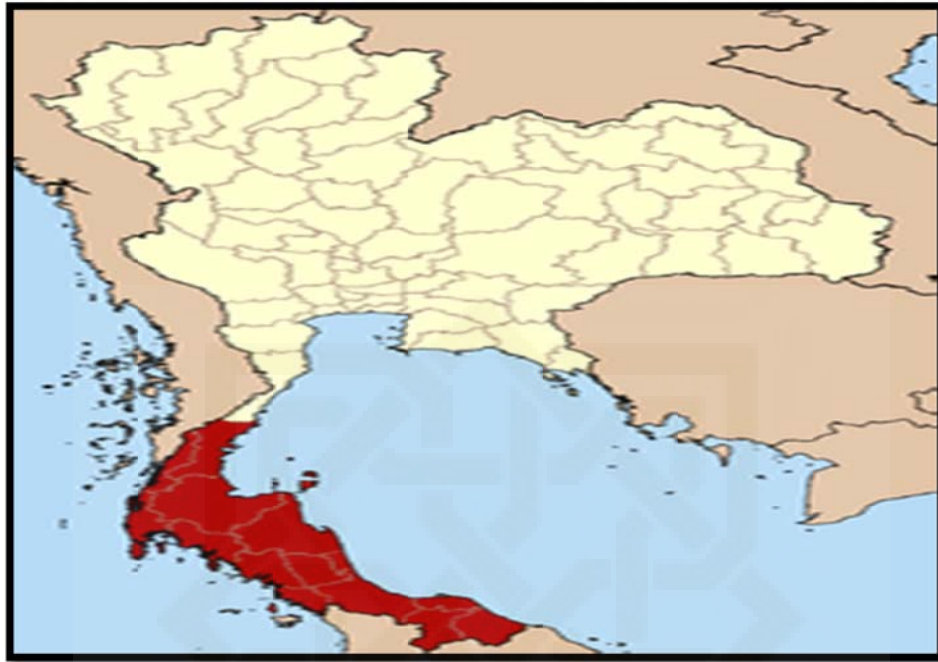
## Correlations

Correlations								
		Q24	Q25	Q26	Q27	Q28	Q29	Total_Kepuasan
Q24	Pearson Correlation	1	.669**	.515**	-.425**	-.251*	-.181	.551**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.034	.131	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71
Q25	Pearson Correlation	.669**	1	.705**	-.471**	-.052	-.043	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.665	.725	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71
Q26	Pearson Correlation	.515**	.705**	1	-.340**	.063	.127	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.004	.605	.292	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71
Q27	Pearson Correlation	-.425**	-.471**	-.340**	1	.046	.151	.026
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004		.701	.210	.830
	N	71	71	71	71	71	71	71
Q28	Pearson Correlation	-.251*	-.052	.063	.046	1	.438**	.318*
	Sig. (2-tailed)	.034	.665	.605	.701		.000	.007
	N	71	71	71	71	71	71	71
Q29	Pearson Correlation	-.181	-.043	.127	.151	.438**	1	.444**
	Sig. (2-tailed)	.131	.725	.292	.210	.000		.000
	N	71	71	71	71	71	71	71
Total_Kepuasan	Pearson Correlation	.551**	.680**	.756**	.026	.318**	.444**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.830	.007	.000	
	N	71	71	71	71	71	71	71

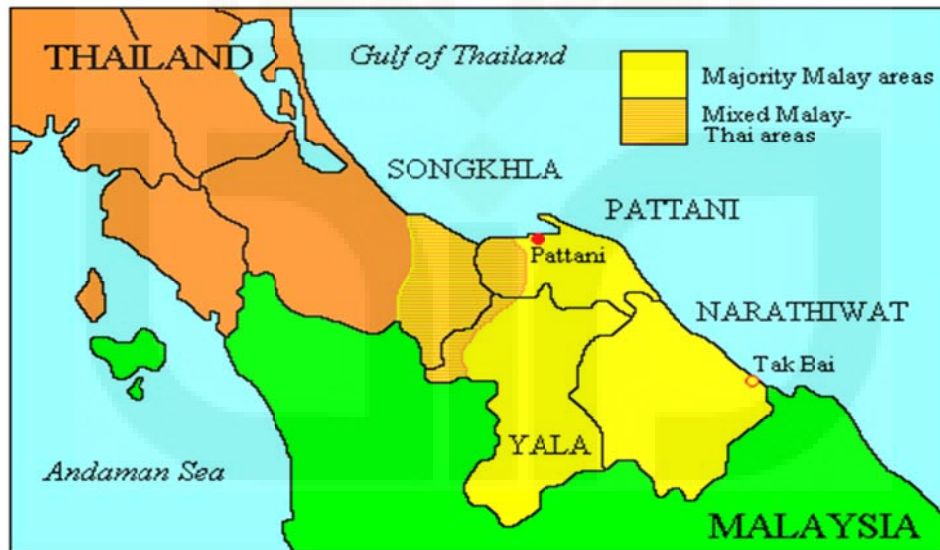
\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

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

## Peta Negara Thailand



## Peta Terletak Koperasi Islam Pattani di Thailand Selatan



no	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q1 0	Q1 1	Q1 2	Q1 3	Q1 4	Q1 5	Q1 6	Q1 7	Q1 8	Q1 9	Q2 0	Q2 1	Q2 2	Q2 3	Q2 4	Q2 5	Q2 6	Q2 7	Q2 8	Q2 9		
1	4	4	4	1	5	1	2	2	4	2	4	2	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	
2	2	5	2	1	1	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	2	
3	5	4	3	2	3	4	4	5	5	5	3	2	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	2	1	1	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	5	4	3	5	5	4	4	3	4		
5	3	4	2	2	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	
6	3	4	3	2	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	
7	2	4	2	1	1	2	2	2	5	2	2	2	2	2	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	2	
8	1	4	1	1	1	1	1	4	4	2	4	1	2	2	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	1	
9	5	5	4	2	3	1	3	5	5	2	4	2	4	5	4	5	4	5	5	2	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	
10	5	5	4	3	3	3	3	4	5	5	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	
11	4	3	2	1	4	4	3	5	5	3	4	4	4	4	4	5	3	5	4	3	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	
12	3	3	3	1	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	
13	2	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	3	4	5	2		
14	4	3	4	2	4	2	2	5	4	3	4	5	4	4	3	2	3	3	2	2	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	
15	5	4	2	2	4	2	2	4	5	2	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	
16	4	5	1	1	4	1	1	4	4	2	3	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
17	2	2	2	1	1	1	3	2	3	2	4	3	3	2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	2
18	4	4	2	2	2	1	2	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	2	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	
19	5	5	3	2	4	2	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	3	3	3	5	
20	4	4	1	1	1	2	2	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	3	5	4	5	4	4	3	4	4	4	
21	4	4	2	2	2	2	2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	
22	3	5	3	2	4	3	3	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	
23	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	3	3	
24	4	4	2	2	2	2	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
25	4	4	3	2	2	3	3	5	4	3	3	4	3	3	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	
26	4	4	4	4	4	3	5	3	4	5	4	3	3	4	5	5	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	
27	4	4	2	2	2	2	2	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	



58	2	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2
59	4	3	4	2	4	2	2	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
60	5	4	2	2	4	2	2	4	5	2	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5		
61	4	5	1	1	4	1	1	4	4	2	3	4	3	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4			
62	2	2	2	1	1	1	3	2	3	2	4	3	3	2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2		
63	4	4	2	2	2	1	2	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	3	5	5	4	4	3	4				
64	5	5	3	2	4	2	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5			
65	4	4	1	1	1	2	2	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4			
66	4	4	2	2	2	2	2	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4				
67	3	5	3	2	4	3	3	4	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	3				
68	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	5	5	2	4	5	5	5	5	4	4	4	3				
69	4	4	2	2	2	2	2	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4			
70	4	4	3	2	2	3	3	5	4	3	3	4	3	3	4	5	3	5	4	3	4	5	5	5	5	4	4	3	4				
71	4	4	4	4	4	3	5	3	4	5	4	3	3	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4			



## LAMPIRAN

Statistics				
		Jenis Kelamin	Usia Anggota	Tingkat Pendidikan
N	Valid	71	71	71
	Missing	0	0	0
Mean		1.46	37.30	3.04
Std. Error of Mean		.060	1.227	.162
Median		1.00	37.00	3.00
Mode		1	35 <sup>a</sup>	3
Std. Deviation		.502	10.340	1.367
Variance		.252	106.926	1.870
Minimum		1	18	1
Maximum		2	58	7
Sum		104	2648	216
Percentiles	25	1.00	30.00	2.00
	50	1.00	37.00	3.00
	75	2.00	45.00	4.00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lelaki	38	53.5	53.5	53.5
	Perempuan	33	46.5	46.5	100.0
Total		71	100.0	100.0	

### Usia Anggota

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	2	2.8	2.8	2.8
	19	1	1.4	1.4	4.2
	21	2	2.8	2.8	7.0
	22	1	1.4	1.4	8.5
	23	2	2.8	2.8	11.3
	24	3	4.2	4.2	15.5
	26	1	1.4	1.4	16.9
	27	2	2.8	2.8	19.7
	28	3	4.2	4.2	23.9
	30	2	2.8	2.8	26.8
	32	3	4.2	4.2	31.0
	33	2	2.8	2.8	33.8

	34	2	2.8	2.8	36.6
	35	6	8.5	8.5	45.1
	36	1	1.4	1.4	46.5
	37	4	5.6	5.6	52.1
	38	2	2.8	2.8	54.9
	39	1	1.4	1.4	56.3
	40	6	8.5	8.5	64.8
	42	4	5.6	5.6	70.4
	43	3	4.2	4.2	74.6
	45	3	4.2	4.2	78.9
	46	2	2.8	2.8	81.7
	47	2	2.8	2.8	84.5
	48	2	2.8	2.8	87.3
	52	2	2.8	2.8	90.1
	53	2	2.8	2.8	93.0
	54	1	1.4	1.4	94.4
	57	2	2.8	2.8	97.2
	58	2	2.8	2.8	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

**Tingkat Pendidikan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMP	7	9.9	9.9	9.9
SMA	20	28.2	28.2	38.0
S1	22	31.0	31.0	69.0
S2	13	18.3	18.3	87.3
D1	5	7.0	7.0	94.4
D2	2	2.8	2.8	97.2
D3	2	2.8	2.8	100.0
Total	71	100.0	100.0	

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.419	2.676		1.277	.206
	Tangibel	.244	.062	.346	3.961	.000
	Reliability	.031	.114	.025	.271	.787
	Responsiveness	.384	.070	.515	5.506	.000
	Assurance	.152	.093	.163	1.628	.108
	Emphaty	-.017	.119	-.014	-.146	.884

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.771 <sup>a</sup>	.595	.564	3.638	1.928

a. Predictors: (Constant), Emphaty, Tangibel, Responsiveness, Reliability, Assurance

b. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	255.876	5	51.175	19.082	.000 <sup>a</sup>
	Residual	174.322	65	2.682		
	Total	430.197	70			

a. Predictors: (Constant), Emphaty, Tangibel, Responsiveness, Reliability, Assurance

b. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

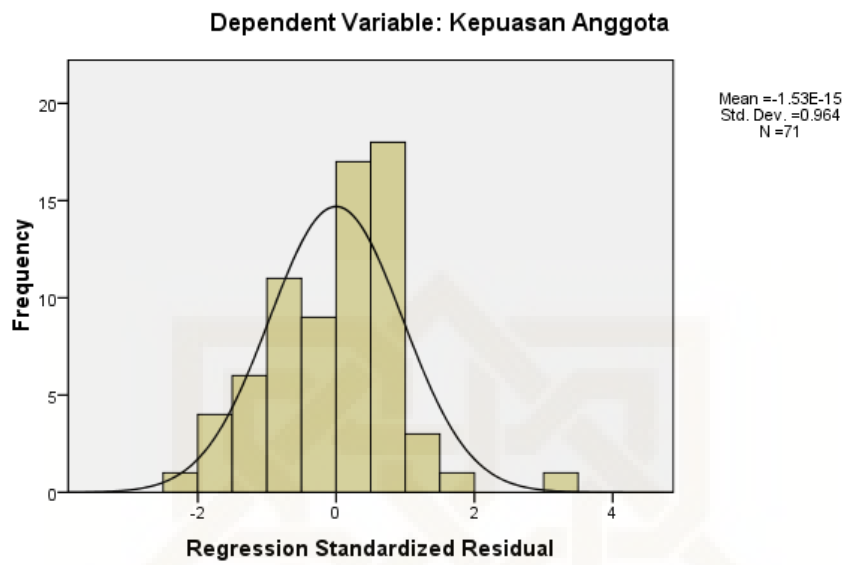
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.771 <sup>a</sup>	.595	.564	3.638	1.928

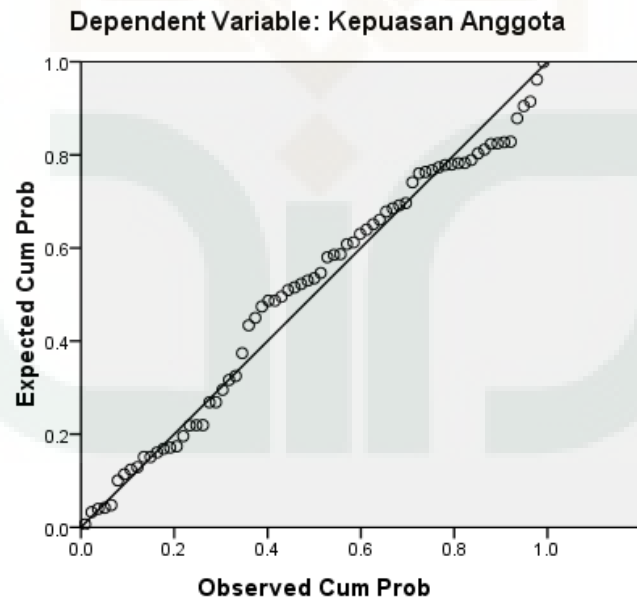
a. Predictors: (Constant), Emphaty, Tangibel, Responsiveness, Reliability, Assurance

b. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

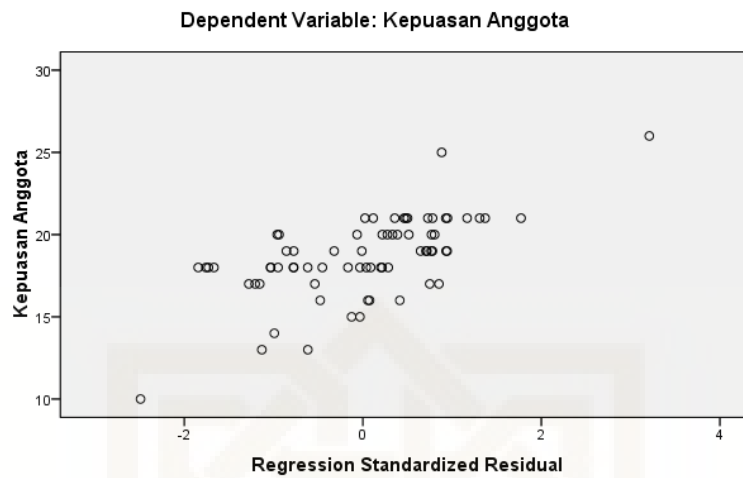
### Histogram



### Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



### Scatterplot



### Correlations

#### Correlations

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Total
Q1	Pearson Correlation	1	.367**	.317**	.322**	.465**	.709**
	Sig. (2-tailed)		.002	.007	.006	.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71
Q2	Pearson Correlation	.367**	1	.269*	.254*	.226	.541**
	Sig. (2-tailed)	.002		.023	.032	.058	.000
	N	71	71	71	71	71	71
Q3	Pearson Correlation	.317**	.269*	1	.584**	.479**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.007	.023		.000	.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71
Q4	Pearson Correlation	.322**	.254*	.584**	1	.419**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.006	.032	.000		.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71
Q5	Pearson Correlation	.465**	.226	.479**	.419**	1	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.058	.000	.000		.000
	N	71	71	71	71	71	71
Total	Pearson Correlation	.709**	.541**	.768**	.706**	.781**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	71	71	71	71	71	71

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

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

## Correlations

Correlations					
		Q6	Q7	Q8	Total_Reliability
Q6	Pearson Correlation	1	.479**	.093	.776**
	Sig. (2-tailed)		.000	.439	.000
	N	71	71	71	71
Q7	Pearson Correlation	.479**	1	.045	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000		.711	.000
	N	71	71	71	71
Q8	Pearson Correlation	.093	.045	1	.534**
	Sig. (2-tailed)	.439	.711		.000
	N	71	71	71	71
Total_Reliability	Pearson Correlation	.776**	.747**	.534**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	71	71	71	71

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

## Correlations

Correlations							
		Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Total_Responsiveness
Q9	Pearson Correlation	1	.390**	.309**	.183	.425**	.571**
	Sig. (2-tailed)		.001	.009	.126	.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71
Q10	Pearson Correlation	.390**	1	.481**	.297*	.382**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.012	.001	.000
	N	71	71	71	71	71	71
Q11	Pearson Correlation	.309**	.481**	1	.436**	.678**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000		.000	.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71
Q12	Pearson Correlation	.183	.297*	.436**	1	.669**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.126	.012	.000		.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71
Q13	Pearson Correlation	.425**	.382**	.678**	.669**	1	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000
	N	71	71	71	71	71	71
Total_Responsiveness	Pearson Correlation	.571**	.718**	.778**	.737**	.856**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	71	71	71	71	71	71

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

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

## Correlations

Correlations								
		Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Total_Assurance
Q14	Pearson Correlation	1	-.089	.011	.127	.082	.056	.362**
	Sig. (2-tailed)		.460	.929	.291	.497	.645	.002
	N	71	71	71	71	71	71	71
Q15	Pearson Correlation	-.089	1	.455**	.120	.342**	.576**	.580**
	Sig. (2-tailed)	.460		.000	.320	.003	.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71
Q16	Pearson Correlation	.011	.455**	1	.491**	.623**	.616**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.929	.000		.000	.000	.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71
Q17	Pearson Correlation	.127	.120	.491**	1	.290*	.421**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.291	.320	.000		.014	.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71
Q18	Pearson Correlation	.082	.342**	.623**	.290*	1	.697**	.690**
	Sig. (2-tailed)	.497	.003	.000	.014		.000	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71
Q19	Pearson Correlation	.056	.576**	.616**	.421**	.697**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.645	.000	.000	.000	.000		.000
	N	71	71	71	71	71	71	71
Total_Assurance	Pearson Correlation	.362**	.580**	.713**	.639**	.690**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	71	71	71	71	71	71	71

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

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

## Correlations

Correlations						
		Q20	Q21	Q22	Q23	Total_Emphyty
Q20	Pearson Correlation	1	.128	.098	.642**	.669**
	Sig. (2-tailed)		.286	.418	.000	.000
	N	71	71	71	71	71
Q21	Pearson Correlation	.128	1	.776**	.457**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.286		.000	.000	.000
	N	71	71	71	71	71
Q22	Pearson Correlation	.098	.776**	1	.368**	.688**
	Sig. (2-tailed)	.418	.000		.002	.000
	N	71	71	71	71	71

Q23	Pearson Correlation	.642**	.457**	.368**	1	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002		.000
	N	71	71	71	71	71
Total_Emphaty	Pearson Correlation	.669**	.711**	.688**	.862**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	71	71	71	71	71

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

## Correlations

Correlations								
		Q24	Q25	Q26	Q27	Q28	Q29	Total_Kepuasan
Q24	Pearson Correlation	1	.669**	.515**	-.425**	-.251*	-.181	.551**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.034	.131	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71
Q25	Pearson Correlation	.669**	1	.705**	-.471**	-.052	-.043	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.665	.725	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71
Q26	Pearson Correlation	.515**	.705**	1	-.340**	.063	.127	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.004	.605	.292	.000
	N	71	71	71	71	71	71	71
Q27	Pearson Correlation	-.425**	-.471**	-.340**	1	.046	.151	.026
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004		.701	.210	.830
	N	71	71	71	71	71	71	71
Q28	Pearson Correlation	-.251*	-.052	.063	.046	1	.438**	.318**
	Sig. (2-tailed)	.034	.665	.605	.701		.000	.007
	N	71	71	71	71	71	71	71
Q29	Pearson Correlation	-.181	-.043	.127	.151	.438**	1	.444**
	Sig. (2-tailed)	.131	.725	.292	.210	.000		.000
	N	71	71	71	71	71	71	71
Total_Kepuasan	Pearson Correlation	.551**	.680**	.756**	.026	.318**	.444**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.830	.007	.000	
	N	71	71	71	71	71	71	71

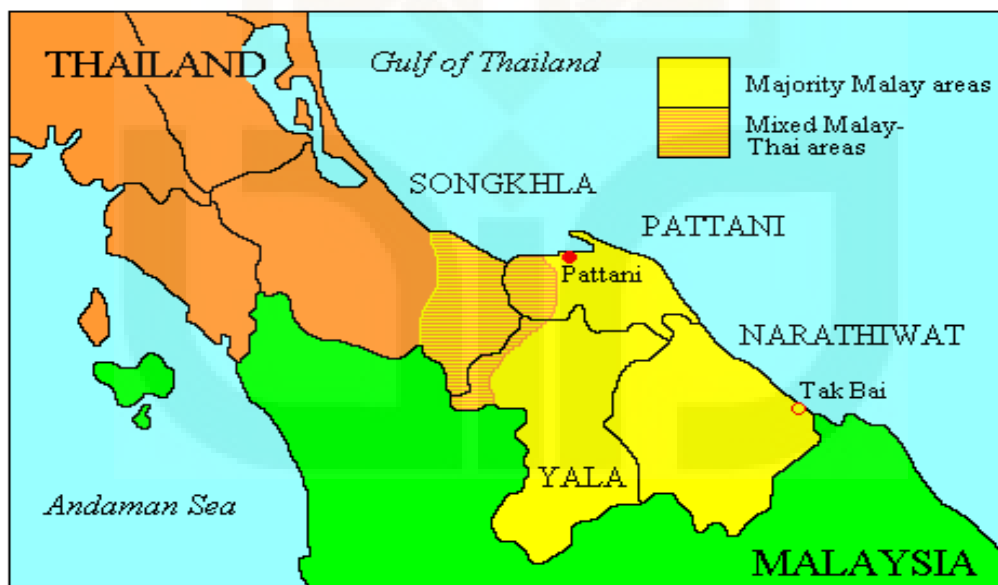
\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

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

## Peta Negara Thailand



## Peta Terletak Koperasi Islam Pattani di Thailand Selatan



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas diri

Nama : Miss Mareeyah Tohyoh  
Tempat tanggal lahir : Pattani, 05 May 1992  
Warga Negara : Thailand  
Nama Ayah : Ali  
Nama Ibu : Hameedah  
Alamat di Yogyakarta : Gowok Nolobangsan No.279 C Rt.08 Rw.04 55281  
Alamat Asal : 115 M.5 T.Khlongmai A.Yarang Ch.Pattani 94160  
Telp Hp : 083869766358  
Email : [dhuha2251@gmail.com](mailto:dhuha2251@gmail.com)

### B. Pendidikan

1. Sekolah Dasar (Prathom) di Watkhokyakha school, Yarang, Pattani, Thailand.
2. Sekolah Menengah Pertama (Mathayom Ton) di Phiktaksad School, Yarang, Pattani, Thailand.
3. Sekolah Menengah Pertama (Mathayom Plai) di Phiktaksad School, Yarang, Pattani, Thailand
4. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Keuangan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (UIN) Yogyakarta, Indonesia.

Yogyakarta, 18 Agustus 2016

Penyusun

Miss Mareeyah Tohyoh

NIM 12390088