

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA DI
KOPERASI SIMPAN PINJAM (KSP) ARTHA SEJATI CILACAP JAWA
TENGAH**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR STRATA
SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

SHAFIRA CHAERUNISA

NIM: 13810058

DOSEN PEMBIMBING:

**IBI SATIBI, S.H.I., M.Si
NIP. 19770910 200901 1 011**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2018

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA DI
KOPERASI SIMPAN PINJAM (KSP) ARTHA SEJATI CILACAP JAWA
TENGAH**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR STRATA
SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

SHAFIRA CHAERUNISA

NIM: 13810058

DOSEN PEMBIMBING:

IBI SATIBI, S.H.I., M.Si

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

YOGYAKARTA

2018

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
Nomor : B-103/Un.02/DEB/PP.05.3/01/2018

Tugas Akhir dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA DI
KOPERASI SIMPAN PINJAM (KSP) ARTHA SEJATI CILACAP JAWA
TENGAH**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Shafira Chaerunisa


NIM : 13810058

Telah dimunaqasyahkan pada: 27 Desember 2017

Nilai : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM UJIAN TUGAS AKHIR
Ketua Sidang



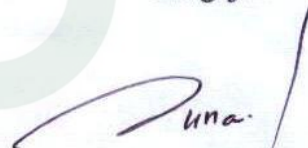
Ibi Satibi, S.H.I., M.Si
NIP. 19770910 200901 1 011

. Penguji 1



Lailatjs Syarifah, M.A.
NIP. 19820709 201503 2 002

Penguji 2



Sunarsih, S.E., M.Si.
NIP. 19740911 199903 2 001

Yogyakarta, 27 Desember 2017

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

DEKAN



Dr. H. Syaifuddin Mahmudah Hanafi, M.Ag
NIP. 19670518 199703 1 003

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Shafira Chaerunisa

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 berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Shafira Chaerunisa

NIM : 13810058

Judul Skripsi : **"Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Anggota di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati Cilacap Jawa Tengah"**

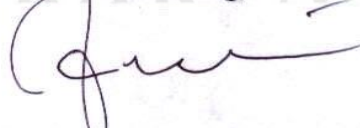
Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Ekonomi Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah.

Dengan demikian kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu"alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 13 Desember 2017

Pembimbing,



Ibi Satibi, S.H.I., M.Si

NIP. 19770910 200901 1 011

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Wr, Wb.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shafira Chaerunisa

NIM : 13810058

Prodi : Ekonomi Syari'ah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Anggota di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati Cilacap Jawa Tengah**" adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Wr, Wb.

Yogyakarta, 13 Desember 2017



Penyusun,

Shafira
Shafira Chaerunisa
NIM: 13810058

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai *civitas* akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shafira Chaerunisa
NIM : 13810058
Program Studi : Ekonomi Syaria^h
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Anggota di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati Cilacap Jawa Tengah”.

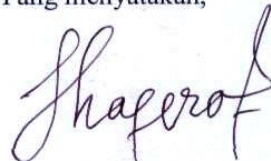
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada tanggal : 13 Desember 2017

Yang menyatakan,



(Shafira Chaerunisa)

MOTTO

“SELALU ADA HARAPAN BAGI MEREKA YANG SERING BERDOA DAN
SELALU ADA JALAN BAGI MEREKA YANG SERING BERUSAHA”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur atas limpahan rahmat dan ridho Allah SWT,
penulis persembahkan karya ini untuk:

1. Kedua orangtuaku (Bapak Marsono dan Ibu Siti Dyah Setiati), terima kasih karena telah mendidik dan membimbingku dengan penuh kesabaran. Terima kasih karena telah mendukungku baik moril maupun materiil. Terima Kasih untuk doa yang telah bapak dan ibu panjatkan sehingga selalu mengiringi setiap langkahku.
2. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.



PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba ^ˀ	b	be
ت	Ta ^ˀ	t	te
ث	Sā ^ˀ	s	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Hā ^ˀ	h _ˀ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha ^ˀ	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Zāl	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra ^ˀ	r	er
ز	Zaī	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye
ص	Sād	s _ˀ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dād	d _ˀ	de (dengan titik di bawah)
ط	Tā ^ˀ	t _ˀ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā ^ˀ	z _ˀ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fa ^ˀ	f	ef

ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāwu	w	we
ها	Haʿ	h	ha
ء	Hamzah	`	apostrof
ي	Yaʿ	y	ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

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

C. Tā'marbūṭah

Semua tā' marbūṭah ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kta-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Ḥikmah</i>
علة	Ditulis	<i>'illah</i>
الاولياء كرامة	Ditulis	<i>Karāmah al-auliyā'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

-----َ-----	Fathah	Ditulis	<i>a</i>
-------------	--------	---------	----------

-----◌-----	Kasrah	Ditulis	<i>i</i>
-----◌-----	Ḍammah	Ditulis	<i>u</i>

فعل	Fathah	Ditulis	<i>fa 'ala</i>
ذكر	Kasrah	Ditulis	<i>zūkira</i>
يذهب	Ḍammah	Ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. fathah + ya ⁷ mati	Ditulis	<i>ā</i>
تنسى	Ditulis	<i>tansā</i>
3. kasrah + ya ⁷ mati	Ditulis	<i>ī</i>
كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwu mati	Ditulis	<i>ū</i>
فروض	Ditulis	<i>furūḍ</i>

F. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya ⁷ mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>ainakum</i>
2. Fathah + wāwu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>qaul</i>

G. Vokal Pendek Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Apostrof

الانتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>

شكرتم لعن	Ditulis	<i>la' in syakartum</i>
-----------	---------	-------------------------

H. Kata Sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

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

2. Bila diikuti huruf *Samsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

الشماء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat Ditulis menurut Penulisannya

ذو الفروض	Ditulis	<i>ẓawi al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

J. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

- a. Kosakata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: al-Qur'an, hadis, mazhab, syariat, lafaz.
- b. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku *al-Hijab*.
- c. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab, Ahmad Syukri Sholeh.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya kepada penulis, sehingga penulis telah menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan lancar sebagai tugas akhir pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Sholawat serta salam tidak lupa saya panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penelitian ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya dukungan dari pihak lain baik dari segi moral maupun materi. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. K.H. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, S.Ag., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta jajarannya.
3. Ibu Sunaryati, S.E., M.Si., selaku Kaprodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Ibi Satibi, S.H.I., M.Si, selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dan memberikan arahan bagi penulis selama proses penyusunan skripsi.
5. Jajaran Dosen program pendidikan Ekonomi Syariah yang telah mengajarkan ilmunya kepada saya.
6. Bapak dan Ibu (Marsono & Siti Dyah Setiati) orang tua tersayang yang telah memberikan doa, nasehat, dukungan, dan semangat untuk menyelesaikan studi ini.
7. Sahabat dekatku Ridatul Jannah dan Ois Nuriana Febriati yang selalu memotivasi dan memberi semangat kepada penulis.
8. Teman seperjuanganku Dewi Rahayuningtyas, Resa Redisa, Triana Esti Supari yang telah banyak membantu penulis.
9. Teman-teman KKN angkatan 90 kelompok 148 yang telah banyak memberi pelajaran hidup bagi penulis.

9. Teman-teman KKN angkatan 90 kelompok 148 yang telah banyak memberi pelajaran hidup bagi penulis.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir serta menempuh studi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

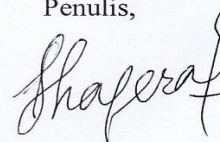
Semoga semua yang telah diberikan menjadi amal saleh dan diberi balasan melebihi apa yang telah diberikan oleh Allah SWT, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya, serta bagi para pembaca pada umumnya.

Amin Ya Rabbal'Alamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 13 Desember 2017

Penulis,



Shafira Chaerunisa
13810058



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	II
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	III
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	IV
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	V
HALAMAN MOTO	VI
HALAMAN PERSEMBAHAN	VII
PEDOMAN TRANSLITERASI	VIII
KATA PENGANTAR	XII
DAFTAR ISI	XIV
DAFTAR TABEL	XVII
DAFTAR GAMBAR	XVIII
DAFTAR LAMPIRAN	XIX
ABSTRAK	XX
<i>ABSTACT</i>	XXI

BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2.Rumusan Masalah	11
1.3.Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
1.4.Sistematika Pembahasan	13

BAB II LANDASAN TEORI

2.1.Kepuasan Anggota	15
2.2.Kualitas Pelayanan	21
2.3.Kepercayaan	29
2.4.Citra Merek	33
2.5.Kerangka Pemikiran	37
2.6.Telaah Pustaka	38
2.7.Hipotesis	40
2.7.1. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Anggota	41
2.7.2. Hubungan Kepercayaan dan Kepuasan Anggota	42
2.7.3. Hubungan Citra Merek dan Kepuasan Anggota	43

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel	46
3.1.1. Populasi	46
3.1.2. Sampel	46
3.2. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	47
3.2.1. Jenis dan Sumber Data	47
3.2.2. Teknik Pengumpulan Data	48
3.2.2.1. Deskripsi Data	48
3.2.2.2. Pengumpulan Data	49
3.3. Definisi Operasional Variabel	49
3.4. Teknik Analisis Data	51
3.4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	51
3.4.1.1. Uji Validitas	51
3.4.1.2. Uji Reliabilitas	52
3.4.2. Uji Asumsi Klasik	52
3.4.2.1. Uji Multikolonieritas	53
3.4.2.2. Uji Normalitas	53
3.4.2.3. Uji Heteroskedastisitas	54
3.4.3. Uji Regresi Linear Berganda	55
3.4.4. Pengujian Hipotesis	55
3.4.4.1. Uji Signifikansi Simultan (uji F)	55
3.4.4.2. Koefisien Determinasi (R^2)	56
3.4.4.3. Uji Signifikansi Parameter Individual (uji t)	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian	58
4.1.1. Sejarah KSP Artha Sejati	58
4.1.2. Deskripsi Data	58
4.1.2.1. Kualitas Pelayanan	59
4.1.2.2. Kepercayaan	60
4.1.2.3. Citra Merek	61
4.1.2.4. Kepuasan Anggota	62
4.1.3. Hasil Analisis	64
4.1.3.1. Uji Validitas	64
4.1.3.2. Uji Reliabilitas	66
4.1.4. Uji Asumsi Klasik	67
4.1.4.1. Uji Multikolonieritas	67
4.1.4.2. Uji Normalitas	68
4.1.4.3. Uji Heteroskedastisitas	68
4.1.5. Uji Regresi Linear Berganda	70
4.1.5.1. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	71
4.1.5.2. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	72
4.1.5.3. Hasil Uji t	73
4.2. Pembahasan	76
4.2.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota	76
4.2.2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Anggota	78
4.2.3. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Anggota	80
4.3. Perspektif Ekonomi Islam	81

BAB V PENUTUP

5.1.Simpulan	84
5.2.Implikasi.....	85
5.3.Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	90



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Koperasi di Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah	5
Tabel 3.1 Skala Likert pada Pertanyaan Tertutup	49
Tabel 3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	50
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan	59
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Kepercayaan	60
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Citra Merek.....	62
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Kepuasan Anggota.....	63
Tabel 4.5 Nilai Korelasi Indikator	65
Tabel 4.6 Nilai Cronbach Alpha	66
Tabel 4.7 Nilai Tolerance dan VIF untuk masing-masing variabel	67
Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	70
Tabel 4.9 Hasil Uji F.....	71
Tabel 4.10 Determinasi	72
Tabel 4.11 Hasil Uji t.....	73

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pertambahan Jumlah Koperasi di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Data Pertambahan Jumlah Koperasi di Provinsi Jawa Tengah	4
Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	16
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4.1 Histogram Distribusi Frekuensi Kualitas pelayanan.....	60
Gambar 4.2 Histogram Distribusi Frekuensi Kepercayaan	61
Gambar 4.3 Histogram Distribusi Frekuensi Citra Merek.....	62
Gambar 4.4 Histogram Distribusi Frekuensi Kepuasan Anggota.....	64
Gambar 4.5 Grafik Normal Plot.....	68
Gambar 4.6 Grafik Scatterplot	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner	90
Lampiran II Penelitian Terdahulu	95
Lampiran III Hasil Analisis.....	98
Lampiran IV Input Data	110
Lampiran V Terjemahan Al-Qur'an	116
Lampiran VI Dokumentasi.....	117



ABSTRAK

Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Citra Merek merupakan faktor yang mempengaruhi Kepuasan Anggota suatu instansi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Anggota di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati cabang Kroya Cilacap. Metode analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda dengan bantuan software Microsoft Excel 2010 dan SPSS 16.0. Data Primer yang digunakan adalah data yang diperoleh melalui wawancara atau kuesioner. Sampel pada penelitian ini adalah anggota koperasi yang sudah pernah melakukan transaksi simpan maupun pinjam dan sudah pernah dinyatakan lunas dari tahun 2014 sampai 2016. Variabel independen terdiri dari Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Citra Merek, sedangkan variabel dependen adalah Kepuasan Anggota.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Citra Merek secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati Cabang Kroya Cilacap. Nilai R^2 dalam penelitian ini 0,544. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 54,4 persen Kepuasan Anggota di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati Cabang Kroya Cilacap dipengaruhi oleh variabel-variabel independen dan sisanya 45,6 persen dipengaruhi oleh variabel di luar model.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Citra Merek, Kepuasan Anggota

ABSTRACT

Quality Service, Trust, and Brand Image is a factor that affects the satisfaction of members of an agency. The purpose of this research is to know the influence of Quality Service, Trust, and Brand Image to the satisfaction of members in Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati branch of Kroya Cilacap. The analysis method used is Multiple Linear Regression with the help of Microsoft Excel 2010 and SPSS 16.0 software. Primary data used is data obtained through interviews or questionnaires. The sample in this research is the member of cooperative which has been doing the transaction of saving and loan and has been stated paid off from 2014 until 2016. Independent variable consist of Quality Service, Trust, and Brand Image, while the dependent variable is Member Satisfaction.

The results showed that the variable Quality of Service, Trust, and Brand Image simultaneously and partially have a positive and significant impact on Membership Satisfaction in Savings and Loan Cooperative (KSP) Artha Sejati Branch Kroya Cilacap. The value of R^2 in this study is 0.544. This shows that 54.4 percent of Members' Satisfaction in Savings and Credit Cooperatives (KSP) Artha Sejati Branch of Kroya Cilacap is influenced by independent variables and the remaining 45.6 percent is influenced by variables outside the model.

Keywords: Quality of Service, Trust, Brand Image, Member Satisfaction



BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Koperasi Indonesia merupakan alat demokrasi ekonomi dan alat pembangunan masyarakat, yang dilandasi Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945. Kedudukan koperasi di Indonesia dalam perekonomian nasional mendapat tempat yang paling penting sesuai dengan Undang-undang Dasar 1945 pasal 33 ayat 1 yang menyatakan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan. Selanjutnya penjelasan pasal 33 antara lain menyatakan bahwa kemakmuran masyarakatlah yang diutamakan bukan merupakan orang seorang dan bangun perusahaan yang sesuai dengan itu ialah koperasi. Dengan demikian, Undang - Undang Dasar 1945 menempatkan koperasi sebagai soko guru perekonomian sekaligus sebagai bagian integral tata perekonomian nasional (Undang - Undang Dasar 1945, pasal 33 ayat 1).

Dalam Undang-undang (UU) No.17 tahun 2012 bahwa pengembangan dan pemberdayaan koperasi dalam suatu kebijakan perkoperasian harus mencerminkan nilai dan prinsip koperasi sebagai wadah usaha bersama untuk memenuhi aspirasi dan kebutuhan ekonomi anggota koperasi sehingga tumbuh menjadi kuat, sehat, mandiri, dan tangguh dalam menghadapi perkembangan ekonomi nasional dan global yang semakin dinamis dan penuh tantangan. Koperasi dituntut untuk mempertinggi taraf hidup anggotanya, meningkatkan produksi dan mewujudkan pendapatan yang adil dan kemakmuran yang merata. Selanjutnya, koperasi Indonesia wajib memiliki dan berlandaskan nilai-

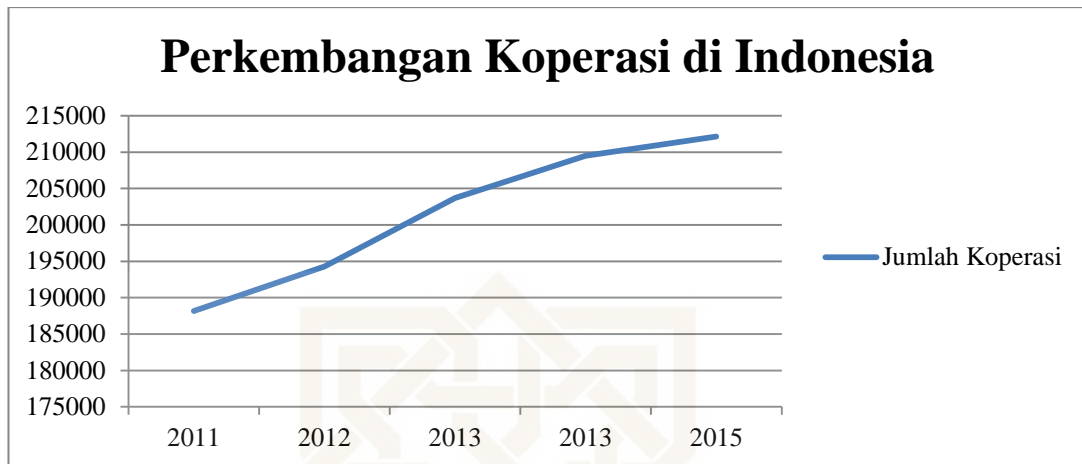
nilai menolong diri-sendiri, bertanggung jawab kepada diri-sendiri, demokrasi, persamaan, keadilan dan solidaritas.

Koperasi telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan ekonomi masyarakat. Karenanya agar praktik koperasi tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, diperlukan adanya upaya perbaikan secara konseptual melalui implementasi akad-akad muamalah. Dilihat dari usahanya yang dijalankan secara bersama-sama, koperasi identik dengan persekutuan (*syirkah*). *Syirkah* disyariatkan Allah SWT karena tidak semua kegiatan ekonomi atau bisnis mampu dijalankan melalui usaha perseorangan (Burhanuddin, 2013: 3-4).

Badan usaha koperasi selain bergerak di bidang produksi untuk menghasilkan barang dan atau jasa, juga dapat bergerak di bidang jasa keuangan atau simpan pinjam untuk penghimpunan dan penyaluran dana. Usaha yang berbasis koperasi simpan pinjam pada saat ini berkembang dengan pesat di Indonesia. Salah satunya adalah koperasi simpan pinjam artha sejati memiliki tujuan untuk mendidik anggotanya hidup berhemat dan juga menambah pengetahuan anggotanya terhadap perkoperasian. Berikut data pertambahan jumlah koperasi di Indonesia selama lima tahun terakhir:

Gambar 1.1

Data Pertambahan Jumlah Koperasi di Indonesia 5 Tahun Terakhir



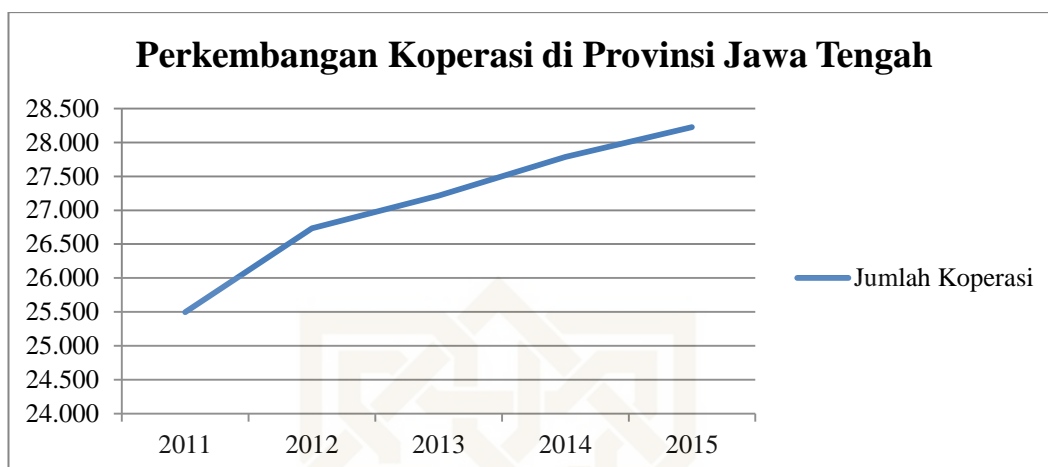
Sumber: www.depkop.go.id telah diolah.

Berdasarkan Gambar 1.1 selama periode lima tahun terakhir perkembangan jumlah koperasi di Indonesia selalu mengalami peningkatan dari segi kuantitas. Menurut data, pada tahun 2012 jumlah koperasi ada 192.443 unit koperasi naik dari tahun 2011 yang berjumlah 188.181 unit koperasi. Tahun 2013 jumlah koperasi naik menjadi 203.701 unit koperasi, sedangkan tahun 2014 jumlahnya naik menjadi 209.488 unit koperasi. dan jumlah koperasi sampai dengan tahun 2015 mengalami peningkatan menjadi 212.135 unit dengan jumlah anggota sebanyak 37.783.160 orang¹.

Provinsi Jawa Tengah adalah provinsi kedua terbanyak perkembangan koperasi setelah Provinsi Jawa Timur. Berikut data pertambahan jumlah koperasi di Jawa Tengah selama lima tahun terakhir:

¹ (<http://www.depkop.go.id>) diakses pada 2 Maret 2017 pukul 20.28 WIB.

Gambar 1.2
Data Pertambahan Jumlah Koperasi di Provinsi Jawa Tengah
5 Tahun Terakhir



Sumber: www.depkop.go.id telah diolah.

Berdasarkan Gambar 1.2 selama periode lima tahun terakhir perkembangan jumlah koperasi di Jawa Tengah selalu mengalami peningkatan dari segi kuantitas. Menurut data, pada tahun 2012 jumlah koperasi ada 26.735 unit koperasi naik dari tahun 2011 yang berjumlah 25.499 unit koperasi. Tahun 2013 jumlah koperasi naik menjadi 27.215 unit koperasi, sedangkan tahun 2014 jumlahnya naik menjadi 27.784 unit koperasi. dan jumlah koperasi sampai dengan tahun 2015 mengalami peningkatan menjadi 28.227 unit dengan jumlah anggota sebanyak 7.808.978 orang².

Jumlah koperasi di Kabupaten Cilacap berada pada posisi 17 dari 35 kabupaten atau kota yang ada di Provinsi Jawa tengah. Kabupaten Cilacap merupakan kabupaten yang berada di tengah, tidak terlalu sedikit dan tidak terlalu banyak jumlah koperasi yang ada. Berikut data jumlah koperasi di Kabupaten atau Kota Provinsi Jawa Tengah:

² (<http://www.depkop.go.id>) diakses pada 2 Maret 2017 pukul 20.28 WIB.

Tabel 1.1
Data Jumlah Koperasi di Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah

No.	Kabupaten/Kota	Jumlah
1	Kota Salatiga	176
2	Kota Tegal	190
3	Kota Magelang	216
4	Kab. Purbalingga	227
5	Kota Pekalongan	237
6	Kab. Batang	280
7	Kab. Purworejo	301
8	Kab. Brebes	328
9	Kab. Wonosobo	330
10	Kab. Pekalongan	365
11	Kab. Banjarnegara	384
12	Kab. Grobogan	419
13	Kab. Kudus	419
14	Kab. Pemalang	423
15	Kab. Temanggung	446
16	Kab. Kebumen	461
17	Kab. Cilacap	488
18	Kab. Banyumas	508
19	Kab. Blora	513
20	Kab. Kendal	515
21	Kab. Rembang	518
22	Kab. Tegal	526
23	Kota Surakarta	546
24	Kab. Magelang	552
25	Kab. Sukoharjo	596
26	Kab. Semarang	622
27	Kab. Jepara	661
28	Kab. Demak	722
29	Kab. Klaten	800
30	Kab. Pati	867
31	Kab. Karanganyar	994
32	Kab. Boyolali	1020
33	Kab. Sragen	1040
34	Kota Semarang	1104
35	Kab. Wonogiri	7705

Sumber: www.depkop.go.id telah diolah.

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah koperasi terkecil berada pada Kota Salatiga dengan jumlah 176 koperasi. Sedangkan jumlah koperasi terbanyak ada di Kabupaten Wonogiri dengan jumlah 7705 koperasi. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah koperasi di Kabupaten Cilacap berada ditengah, tidak terlalu sedikit dan tidak terlalu banyak, dengan jumlah 488 koperasi.

Menurut Anoraga dan Widiyanti dalam penelitian Najib (2014) secara garis besar jenis koperasi dibagi menjadi lima golongan, yaitu: (1) Koperasi konsumsi, (2) Koperasi Kredit (Simpan Pinjam), (3) Koperasi Produksi, (4) Koperasi Jasa dan (5) Koperasi Serba Usaha.

Koperasi simpan pinjam merupakan lembaga keuangan. Koperasi ini adalah salah satu jenis koperasi yang bergerak dalam jasa keuangan yang menjalankan usahanya yaitu dengan cara menghimpun dana dalam bentuk tabungan, deposito dan menyalurkannya dengan prosedur yang mudah dan cepat. Koperasi simpan pinjam memegang peranan penting sebagai alternatif lembaga keuangan yang efektif untuk menjangkau kalangan usaha mikro, kecil dan menengah. Koperasi merupakan usaha bersama yang dilakukan masyarakat untuk mencapai tujuan kesejahteraan seluruh anggota koperasi.

Dalam penelitian Najib (2014) yang berjudul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Anggota Terhadap Penggunaan Jasa Koperasi Simpan Pinjam (Studi Kasus pada Koperasi Simpan Pinjam Sanggar Bina Usaha Temanggung)” semakin banyaknya jumlah koperasi menjadikan persaingan antar koperasi di Indonesia semakin ketat, hanya koperasi yang mampu memberikan nilai lebih dibanding pesaing yang akan memenangkan

persaingan. Usaha meningkatkan kepuasan anggota merupakan hal sangat penting diperhatikan oleh koperasi simpan pinjam. Kepuasan anggota dapat terwujud jika koperasi simpan pinjam dapat memenuhi keinginan anggota yang berupa kualitas pelayanan yang baik, kepercayaan dan citra koperasi dimasyarakat.

Tjiptono (2008: 30) mendefinisikan kepuasan konsumen atau pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek apakah produk atau jasa bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan atau pemakaiannya. Kepuasan anggota merupakan salah satu faktor penentu dari keberhasilan koperasi, maka harus memperhatikan antara harapan yang diinginkan oleh anggota dengan jasa yang diberikan.

Terdapat beberapa fenomena ketidakpuasan akan kualitas pelayanan jasa koperasi yang jika dikaitkan dengan lima karakteristik kualitas pelayanan menurut (Tjiptono, 2008: 26). Faktor yang sangat penting dalam kepuasan anggota adalah kualitas pelayanan, aspek yang diukur dalam kualitas pelayanan akan suatu jasa adalah puas atau tidak puasnya pengguna ketika menggunakan jasa tersebut sehingga dari aspek tersebut dapat terlihat apakah kualitas pelayanan yang diberikan sudah baik atau belum baik. Terdapat lima kelompok karakteristik yang digunakan oleh konsumen dalam mengevaluasi ataupun menilai suatu kualitas pelayanan jasa yaitu sebagai berikut: keandalan (*reability*) adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan fungsi yang ditawarkan, ketanggapan atau daya tanggap (*responsiveness*) adalah kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan

memberikan pelayanan informasi dengan cepat, jaminan (*assurance*) adalah untuk mengukur kemampuan dan kesopanan karyawan serta sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh karyawan, bukti langsung (*tangibles*) yang meliputi penampilan fisik, kebersihan dan kerapian karyawan serta kelengkapan komunikasi, *Empathy* adalah tatacara yang digunakan penyelenggara pelayanan untuk menunjukkan rasa pedulidan perhatian kepada konsumen (Tjiptono, 2008: 26).

Menurut Sirdesmukh dalam penelitian Najib (2014) disamping kualitas pelayanan sebenarnya koperasi dapat meningkatkan kepercayaan anggota agar kepuasan anggota sesuai harapan koperasi. Kepercayaan yang dimaksud disini adalah keyakinan suatu pihak mengenai maksud dan perilaku pihak yang lainnya. Dengan demikian kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai harapan konsumen bahwa penyedia jasa dapat dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya. Kepercayaan timbul ketika konsumen merasa janji-janji dan harapan terpenuhi pada *service quality*, dan kepercayaan telah dipertimbangkan sebagai katalis dalam berbagai transaksi antara penjual dan pembeli agar kepuasan konsumen terwujud sesuai harapan.

Selain melihat faktor kualitas pelayanan dan kepercayaan, kepuasan anggota juga melihat dari sisi citra merek. Citra merek adalah keyakinan tentang merek. Keller dan Kotler (2009: 340) Citra merek berhadapan dengan properti ekstrinsik dari produk atau jasa, termasuk cara merek itu memenuhi kebutuhan sosial atau psikologis anggota. Dalam hal ini citra merek adalah persepsi masyarakat akan keyakinannya terhadap koperasi atau produk atau jasa

yang ditawarkan. Supaya bisa berfungsi, citra merek harus disampaikan melalui berbagai sarana komunikasi yang tersedia.

Dalam dunia usaha, satu hal yang tidak bisa dihindari adalah persaingan. Semakin banyaknya jumlah koperasi menjadikan persaingan antar koperasi di Indonesia semakin ketat, hanya koperasi yang mampu memberikan nilai lebih dibanding pesaing yang akan memenangkan persaingan. Tentunya persaingan antara satu koperasi dengan koperasi yang lainnya merupakan hal yang sangat wajar sehingga akan memunculkan semangat untuk saling berlomba-lomba dalam melakukan pelayanan yang terbaik dalam melayani nasabah atau anggota. Sehingga terbentuklah citra koperasi yang baik di masyarakat. Citra memainkan peran yang tidak kalah penting dengan cara mengetahui persepsi nasabah baik buruknya nantinya akan mempengaruhi dampak internal dan eksternal.

Usaha meningkatkan kepuasan anggota merupakan hal sangat penting diperhatikan oleh koperasi simpan pinjam. Kepuasan anggota dapat terwujud jika koperasi simpan pinjam dapat memenuhi keinginan anggota. Bentuk kepuasan nasabah dapat dilihat dari kualitas pelayanan yang ada, kualitas pelayanan yang baik nantinya akan tercermin ke kepercayaan dan citra koperasi yang memperhatikan pemasaran jasa secara efektif dengan nasabahnya sehingga akan memunculkan suatu dampak kepercayaan mengenai koperasi tersebut.

Salah satu koperasi yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah Koperasi Simpan Pinjam Artha Sejati. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya KSP yang bermunculan di

kabupaten Cilacap. Pelayanan dan jasa simpan pinjam yang ditawarkan beraneka macam, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap KSP. Hal tersebut menuntut pihak KSP Artha Sejati untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding koperasi simpan pinjam kompetitornya.

Perkembangan perekonomian yang semakin sulit, Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati mampu berkontribusi dalam membangun perekonomian dengan produk simpan pinjam yang ditawarkan kepada masyarakat. KSP Artha Sejati merupakan salah satu dari sekian banyak KSP yang mempunyai produk simpan maupun pinjam, ketatnya persaingan ternyata KSP Artha Sejati mampu bersaing dengan KSP-KSP yang lainnya.

Di samping KSP Artha Sejati masih menggunakan sistem manual dalam melakukan pekerjaan sehari-hari, nampaknya KSP Artha Sejati juga belum mempunyai data-data mengenai kepuasan anggota. Hal ini bisa dikarenakan belum ada penelitian yang dilakukan untuk mengetahui seberapa puas anggota terhadap pelayanan yang diberikan oleh koperasi simpan pinjam (KSP) Artha Sejati. Walaupun KSP Artha Sejati masih menggunakan sistem manual, hal tersebut tidak membuat para anggota pindah ke koperasi lain. Berdasarkan tanya jawab yang dilakukan oleh peneliti, setiap karyawan memegang lebih dari 100 anggota. Dalam hal ini membuktikan bahwa walaupun KSP Artha Sejati masih menggunakan sistem manual tetapi dapat mempunyai anggota atau pelanggan banyak.

Dari hasil pemaparan di atas, yang menjadi objek penelitian ini adalah Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati, peneliti ingin melakukan

penelitian dengan alasan: memahami, mengukur dan mempertimbangkan kualitas pelayanan, kepercayaan dan citra merek yang dirasakan oleh anggota koperasi sangatlah penting bagi pihak koperasi. Mencermati fenomena tersebut, khususnya yang terjadi pada Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati, perlu kiranya melakukan eksplorasi terkait dengan konstruksi strategi efektif yang digunakan, serta upaya untuk meningkatkan *Service Quality* sehingga menciptakan kepuasan anggota.

Peneliti tertarik dengan hal-hal tersebut dan melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Anggota di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati Cilacap Jawa Tengah”.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, dapat diketahui bahwa masalah yang dihadapi oleh Koperasi Simpan Pinjam Artha Sejati adalah tingkat kepuasan anggota belum optimal yang dikarenakan ketidaksesuaian harapan anggota setelah melakukan transaksi di Koperasi Simpan Pinjam Artha Sejati. Sehingga koperasi perlu mengambil kebijaksanaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kepercayaan dan citra mereka agar anggota merasakan puas bertransaksi di Koperasi Simpan Pinjam Artha Sejati, merujuk pada pendahuluan, dapat ditarik beberapa pertanyaan penelitian, antara lain :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota pengguna jasa Koperasi Simpan Pinjam Artha Sejati?

2. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan anggota pengguna jasa Koperasi Simpan Pinjam Artha Sejati?
3. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap kepuasan anggota pengguna jasa Koperasi Simpan Pinjam Artha Sejati?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan citra Koperasi terhadap kepuasan anggota saat melakukan transaksi di Koperasi Simpan Pinjam perlu mendapat perhatian. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota saat melakukan transaksi di Koperasi Simpan Pinjam Artha Sejati.
2. Untuk menganalisis apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan menjadi anggota Koperasi Simpan Pinjam Artha Sejati.
3. Untuk menganalisis apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan menjadi anggota Koperasi Simpan Pinjam Artha Sejati.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Mampu memberikan sumbangan dalam memperluas khasanah ilmiah dan ilmu manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan.

- b. Menjadi bahan referensi atau bacaan, khususnya bagi pihak yang mengadakan penelitian sejenis.

2. Manfaat Praktis

- a. Membantu pihak manajemen Koperasi Simpan Pinjam Artha Sejati dalam mengelola kepuasan anggota.
- b. Membantu manajemen Koperasi Simpan Pinjam Artha Sejati dalam mengembangkan strategi pemasaran berkaitan dengan peningkatan kepuasan anggota.

1.4.Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun dengan sistematika bab yang terdiri dari: Bab I Pendahuluan, Bab II Landasan Teori, Bab III Metode Penelitian, Bab IV Hasil dan Pembahasan, serta Bab V Simpulan, Implikasi dan Saran.

Bab I adalah Pendahuluan. Bab ini menjelaskan latar belakang penelitian, yaitu mengenai gambaran secara umum koperasi, kualitas layanan, kepercayaan, citra merek dan kepuasan anggota. Dari latar belakang tersebut maka disusunlah rumusan masalah. Bab ini juga menjelaskan tujuan dan manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini.

Bab II adalah landasan teori. Bab ini berisi landasan teori yang relevan bagi penelitian ini. Selain landasan teori, bab ini juga menguraikan tentang penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penulisan penelitian ini, kemudian ditutup dengan kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis penelitian.

Bab III merupakan metode penelitian. Bab ini menguraikan tentang metode penelitian, termasuk didalamnya adalah penjelasan mengenai data, metode analisis data, jenis dan sumber data.

Bab IV adalah hasil penelitian dan pembahasan. Bab ini mendeskripsikan objek penelitian yaitu seluruh anggota koperasi simpan pinjam artha sejati yang sudah dinyatakan lunas selama periode 2013-2015. Dalam bab ini juga akan diuraikan hasil dan pembahasan analisis data yang telah dilakukan.

Bab V adalah penutup yang terdiri dari kesimpulan, implikasi dan saran.

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

5.1. Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan citra merek terhadap kepuasan anggota di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati Cilacap Jawa Tengah.

Berdasarkan penelitian dan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan SPSS 16.0, maka hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati. Dalam tabel 4.8 variabel kualitas pelayanan angka probabilitas signifikan sebesar 0,012 lebih kecil dari 0,05. Sedangkan dalam tabel 4.9 model regresi dengan nilai signifikan 0,000, ini berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan bersama-sama terhadap variabel kepuasan anggota. Hal ini dikarenakan semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan anggota.
2. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati. Dalam tabel 4.8 variabel kepercayaan angka probabilitas signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Sedangkan dalam tabel 4.9 model regresi dengan nilai signifikan 0,000, ini berarti variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan anggota. Hal ini dikarenakan dengan adanya komunikasi yang baik antara kedua belah pihak (koperasi dan anggota) dapat

menumbuhkan rasa kepercayaan antara pihak koperasi dengan anggota yang mana rasa saling percaya tersebut dapat meningkatkan kepuasan anggota.

3. Variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati. Dalam tabel 4.8 variabel citra merek angka probabilitas signifikan sebesar 0,000. Sedangkan dalam tabel 4.9 model regresi dengan nilai signifikan 0,000 ini artinya variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan anggota. Hal ini dikarenakan produk-produk atau jasa-jasa yang ditawarkan sesuai dengan harapan anggota sehingga dapat meningkatkan kepuasan anggota.

5.2. Implikasi

1. Penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai dasar acuan bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam hal kepuasan anggota maupun nasabah di waktu yang akan datang.
2. Bagi pihak koperasi penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dalam upaya peningkatan kepuasan anggota di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati melalui kualitas pelayanan, kepercayaan dan citra merek.

5.3. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dihasilkan dalam studi, maka saran dari peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak koperasi

Dari hasil penelitian diketahui bahwa anggota berpendapat kualitas pelayanan, kepercayaan dan citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota. Artinya kualitas pelayanan yang dirasakan sebanding dengan harga yang ditawarkan dan sesuai dengan harapan anggota. Hal ini perlu bagi pihak koperasi untuk mempertahankan ketiga hal tersebut. Artinya kualitas pelayanan, kepercayaan dan citra merek yang ada telah diterima oleh anggota sehingga koperasi harus tetap bisa menjaga dan meningkatkan kualitas produknya agar citra merek yang melekat pada benak anggota tidak hilang seiring berjalannya waktu.

2. Bagi Akademisi

Penelitian tentang kualitas pelayanan, kepercayaan, citra merek dan kepuasan anggota perlu terus dilakukan dengan menggunakan variabel-variabel lain sebagai bahan perbandingan untuk menambah referensi dunia ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A. Usmara. 2003. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Books.
- Burhanuddin S, 2013. *Koperasi Syariah Dan Pengaturannya Di Indonesia*. Cetakan kedua. Malang: UIN-Maliki Press.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Herry Sutanto dan Khaerul Umam. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ismanto, Kwat. 2009. *Manajemen Syari'ah: Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syari'ah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Alih Bahasa: Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua belas. Jilid 1. Cetakan keempat. Jakarta: PT Indeks.
- Nur Indrianto dan Bambang Supomo. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Oesman, Yevis Marty. 2010. *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency*. Bandung: ALFABETA.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power Of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity Dan Strategi Pengembangan Merek Dan Analisis Kasus Dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia.
- Shihab, M.Quraish, 2002, *Tafsir Al-Mishbah Vol.5* Jakarta: Lentera Hati.
- Shihab, M.Quraish, 2002, *Tafsir Al-Mishbah Vol.6* Jakarta: Lentera Hati.
- Shihab, M.Quraish, 2002, *Tafsir Al-Mishbah Vol.9* Jakarta: Lentera Hati.
- Shihab, M.Quraish, 2002, *Tafsir Al-Mishbah Vol.11* Jakarta: Lentera Hati.
- Shihab, M.Quraish, 2002, *Tafsir Al-Mishbah Vol.12* Jakarta: Lentera Hati.
- Sugiarto, Endar. 2002. *Psikologi Pelanggan Dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supriyanto. 2009. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: Indeks.
- Tasmara, Toto. 2002. *Membudayakan Etos Kerja Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: ANDI.

- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi ketiga. Yogyakarta: ANDI.
- Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Undang - Undang Dasar 1945, pasal 33 ayat 1
- Undang-Undang (UU) No.17 tahun 2012
- Yazid, 2008. *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonisia.

Skripsi

- Amanullah, Alfian. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada PD. BKK Kabupaten Klaten Cabang Karangnom)*.
- Amin, Achyar. 2011. *Upaya Mempertahankan Brand Image Produk Pada Depot Rawon Setan Embong Malang di Surabaya*.
- Anisa, Putri Wahyu. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Motivasi Anggota Terhadap Loyalitas Anggota di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Setia Kawan*.
- Bariroh, Hikmatul. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membeli Konsumen Pada Minimarket Indomaret dan Minimarket Alfamart*.
- Kusdayanti, Niken. 2016. *Pengaruh Citra Koperasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Pegawai Republik Indonesia Setia Kecamatan Mojotengah Kabupaten Wonosobo*.
- Mulyani, Heni Wahyu. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi dan Citra Koperasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening di KUD Mekar Kecamatan Ungaran Kabupaten Semarang Tahun 2012/2013*.
- Najib, M. Alfian. 2014. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Anggota Terhadap Penggunaan Jasa Koperasi Simpan Pinjam (Studi Kasus pada Koperasi Simpan Pinjam Sanggar Bina Usaha Temanggung)*.
- Rifai, Muhammad. 2016. *Pengaruh Produk, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota (Studi Pada BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) Yogyakarta)*.
- Suryani. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas (Studi Kasus Pada Nasabah Bank '46 Cabang UIN Syarif Hidayatullah Ciputat)*.

Jurnal

- Fahmi Amiruddin & Ida Farida. 2013. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah dilihat dari Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah pada Koperasi Serba Usaha (KSU) Bina Mitra Mandiri di Kudus.*
- Indra Aditya & Suhaji. 2012. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada UD Pandan Wangi Semarang.*
- Kuntag, Jacobus Rico. 2012. *Model Kualitas Pelayanan (SERVQUAL) Parasuraman et al.*
- Supriyadi & Marlien, 2014. *Analisis Kepercayaan, Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimensiasi Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Kreditur PD. BKK Dempet Kota Kabupaten Demak).*
- Gaby I. M. Walandouw, Peggy A. Mekel dan Agus S. Soegoto. 2014. *Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan Nasabah Bertransaksi E-Banking Melalui Kartu Debit Taplus BNI.*

Web

- <http://tipsserbaserbi.blogspot.co.id/2015/03/kepuasan-pelanggan-dalam-perspektif.html> diakses pada hari Selasa tanggal 21 November 2017 pukul 14.55 WIB.
- <http://tipsserbaserbi.blogspot.co.id/2015/03/kualitas-pelayanan-menurut-perspektif.html> diakses pada hari Selasa tanggal 21 November 2017 pukul 15.00 WIB.
- <http://www.depkop.go.id> diakses pada 2 Maret 2017 pukul 20.28 WIB.

LAMPIRAN

Lampiran I : Kuesioner

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Kepada Yth: Saudara/i

Di Tempat

Sehubungan dengan adanya penelitian dalam rangka penyelesaian program strata satu (S1) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, maka dengan ini:

Nama : Shafira Chaerunisa

NIM : 13810058

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Judul Skripsi : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Anggota di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati Cilacap Jawa Tengah”**.

Memohon kesediaan Saudara/I untuk mengisi angket yang telah disediakan sebagai bahan penelitian dan pengumpulan data sesuai dengan judul skripsi diatas. Atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

A. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Isilah data diri anda sebelum melakukan pengisian kuesioner.
2. Petunjuk Pengisian
Berikut ini keterangan alternative pilihan jawaban yang tersedia, yaitu:
 - a. SS = Sangat Setuju
 - b. S = Setuju
 - c. R = Ragu-ragu
 - d. TS = Tidak Setuju
 - e. STS = Sangat Tidak Setuju
3. Pilihlah salah satu jawaban yang menurut Bapak, Ibu / Saudara-saudari paling tepat dengan memberi tanda silang (X) pada setiap butir pertanyaan.

B. Karakteristik Responden

1. Nama Responden:
2. No. Telp :
3. Jenis Kelamin : a. Pria b. Wanita
4. Pekerjaan : a. Mahasiswa/Pelajar

- b. Pegawai Negeri
 c. Pegawai Swasta
 d. Wirausaha
 e. Lainnya
5. Sudah berapa lama Anda menjadi anggota/nasabah di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) artha Sejati
 a. < 1 tahun c. 3 – 4 tahun
 b. 1 – 2 tahun d. > 4 tahun

C. Pertanyaan

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
Variabel Kualitas Pelayanan						
1	Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati mempunyai ruangan yang nyaman					
2	Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati memiliki ketersediaan tempat parkir yang luas					
3	Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati menggunakan peralatan yang modern yang sesuai dengan kebutuhan					
4	Penampilan pegawai Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati rapi					
5	Kebersihan toilet Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati terjaga					
6	Koperasi memberikan jasanya secara tepat sejak awal					
7	Koperasi menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati					
8	Pegawai Koperasi memiliki ketetapan dalam memenuhi janji yang diberikan pada anggota					
9	Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati memiliki keandalan proses pelayanan yang baik					
10	Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati memiliki pelayanan sesuai yang dijanjikan					

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
11	Pegawai Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati dapat diandalkan dalam menangani masalah yang dihadapi anggota					
12	Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati mempunyai pegawai yang tanggap dalam menangani masalah anggota					
13	Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati mempunyai pegawai yang dapat menjawab pertanyaan anggota					
14	Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati memiliki petugas keamanan yang bersedia membantu anggota					
15	Pihak Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati selalu menginformasikan anggota tentang kepastian waktu					
16	Pegawai koperasi memiliki keramahan dalam melayani anggota/nasabah					
17	Pegawai koperasi memiliki kesopanan dalam penampilan (pakaian dan sikap)					
18	Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati memberikan rasa aman terhadap anggota					
19	Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati dapat menjamin kerahasiaan simpanan anggota/nasabah					
20	Pegawai koperasi memberikan perhatian yang baik kepada anggota/nasabah					
21	Pihak Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati menutamakan kepentingan nasabah					
22	Pegawai koperasi memahami kebutuhan anggota/nasabah					
23	Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati memiliki waktu beroperasi yang efektif					
Variabel Kepercayaan						

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
24	Saya percaya dengan layanan jasa simpan pinjam KSP Artha Sejati					
25	Saya mengandalkan layanan jasa simpan pinjam KSP Artha Sejati					
26	Saya merasa aman menggunakan layanan jasa simpan pinjam KSP Artha Sejati					
27	Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati adalah layanan jasa simpan pinjam yang dapat dipercaya					
28	KSP Artha Sejati adalah layanan jasa simpan pinjam yang dapat dipercaya					
Variabel Citra Merek						
29	Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati memiliki ciri khas tersendiri sehingga dapat dibedakan dengan KSP lain					
30	Nama Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati lebih mudah diingat dibanding dengan nama KSP lain					
31	Informasi mengenai produk merek jasa simpan pinjam KSP Artha Sejati dapat diakses melalui web dan aplikasi					
32	Merek jasa simpan pinjam KSP Artha Sejati sesuai dengan perkembangan teknologi modern					
33	Merek jasa simpan pinjam KSP Artha Sejati menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan anggota					
Variabel Kepuasan Anggota						
34	Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati memiliki hubungan erat dengan anggota/nasabah					
35	Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati dapat memahami harapan dan kebutuhan anggota/nasabah					

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
36	Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Sejati memberikan manfaat yang sesuai dengan biaya yang dikeluarkan anggota/nasabah					
37	Secara keseluruhan saya puas dengan layanan jasa simpan pinjam KSP Artha Sejati					
38	Saya puas dengan keputusan saya untuk menggunakan jasa simpan pinjam KSP Artha Sejati					

Lampiran II : Penelitian Terdahulu

No	Penulis & Sumber	Judul	Variabel & Alat analisis	Ringkasan Hasil
1.	Alifian Amanullah (Skripsi, UNDIP, 2012)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada PD. BKK Kabupaten Klaten Cabang Karangnom)	Variabel: Dependen: Kepuasan Pelanggan Independen: Wujud Fisik Empati Keandalan Daya Tanggap Jaminan Alat Analisis: Regresi Linear Berganda	Kualitas pelayanan (Wujud Fisik, Empati, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PD. BKK Kabupaten Klaten Cabang Karangnom.
2.	Heni Wahyu Mulyani (Skripsi, UNNES, 2013)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi dan Citra Koperasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening di KUD Mekar Kecamatan Ungaran Kabupaten Semarang Tahun 2012/2013	Variabel: Dependen: Kepuasan Konsumen Independen: Kualitas Pelayanan Citra Koperasi Alat Analisis: Regresi Linear Berganda	Kualitas pelayanan dan citra koperasi berpengaruh signifikan secara tidak langsung melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening.
3.	Fahmi Amiruddin & Ida Farida (Jurnal, 2013)	Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah	Variabel: Dependen: Kepuasan Anggota	Kualitas Pelayanan dan Nilai Anggota terbukti berpengaruh positif dan

No	Penulis & Sumber	Judul	Variabel & Alat analisis	Ringkasan Hasil
		dilihat dari Kualitas dan Nilai Nasabah pada Koperasi Serba Usaha (KSU) Bina Mitra Mandiri di Kudus	Independen: Kualitas Layanan Bukti fisik Keandalan Daya Tanggap Jaminan Empati Nilai Anggota Alat Analisis: Regresi Linear Berganda	signifikan terhadap kepuasan anggota.
4.	Suryani (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2010)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas (Studi Kasus Pada Bank BNI' 46 Cabang UIN Syarif Hidayatullah Ciputat)	Variabel: Dependen: Loyalitas Intervening: Kepuasan Independen: Kualitas Pelayanan Citra Merek Alat Analisis: <i>Path Analysis</i>	Kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BNI' 46 Cabang Uin Syarif Hidayatullah Ciputat.
5.	Indra Aditya & Suhaji (Jurnal, 2012)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada UD Pandan Wangi Semarang	Variabel: Dependen: Kepuasan Pelanggan Independen: Kualitas Produk Harga <i>Service quality</i> <i>Emotional Factor</i>	Dari kelima variabel yang diteliti hanya dua yang berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yaitu <i>Service quality</i> dan biaya dan kemudahan. Sedangkan kualitas produk, harga dan

No	Penulis & Sumber	Judul	Variabel & Alat analisis	Ringkasan Hasil
			Biaya dan Kemudahan Alat Analisis: Regresi Linear Berganda	<i>Emotional factor</i> tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
6.	Putri Wahyu Anisa (Skripsi, UNY, 2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Motivasi Anggota Terhadap Loyalitas Anggota di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Setia Kawan	Variabel: Dependen: Loyalitas Anggota Independen: Kualitas Pelayanan Motivasi Anggota Alat Analisis: Regresi Linear Berganda	Kualitas Pelayanan dan motivasi anggota berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota KSP Setia Kawan.

Lampiran III : Hasil Analisis

Correlations

		TotKP
Kp1	Pearson Correlation	.503**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	70
Kp2	Pearson Correlation	.566**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	70
Kp3	Pearson Correlation	.464**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	70
Kp4	Pearson Correlation	.308**
	Sig. (2-tailed)	.010
	N	70
Kp5	Pearson Correlation	.372**
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	70
Kp6	Pearson Correlation	.389**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	70
Kp7	Pearson Correlation	.555**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	70
Kp8	Pearson Correlation	.531**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	70
Kp9	Pearson Correlation	.659**

	Sig. (2-tailed)	.000
	N	70
Kp10	Pearson Correlation	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	70
Kp11	Pearson Correlation	.459**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	70
Kp12	Pearson Correlation	.615**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	70
Kp13	Pearson Correlation	.637**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	70
Kp14	Pearson Correlation	.442**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	70
Kp15	Pearson Correlation	.505**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	70
Kp16	Pearson Correlation	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	70
Kp17	Pearson Correlation	.467**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	70

Kp18	Pearson Correlation	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	70
Kp19	Pearson Correlation	.592**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	70
Kp20	Pearson Correlation	.489**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	70
Kp21	Pearson Correlation	.665**
	Sig. (2-tailed)	.000

	N	70
Kp22	Pearson Correlation	.462**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	70
Kp23	Pearson Correlation	.384**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	70
TotKP	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	70

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	70	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.870	23

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Correlations

Correlations

		Kc1	Kc2	Kc3	Kc4	Kc5	TotKC
Kc1	Pearson Correlation	1	.647**	.705**	.384**	.079	.734**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.515	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Kc2	Pearson Correlation	.647**	1	.557**	.294*	.342**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.013	.004	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Kc3	Pearson Correlation	.705**	.557**	1	.675**	.341**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.004	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Kc4	Pearson Correlation	.384**	.294*	.675**	1	.597**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.001	.013	.000		.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Kc5	Pearson Correlation	.079	.342**	.341**	.597**	1	.630**
	Sig. (2-tailed)	.515	.004	.004	.000		.000
	N	70	70	70	70	70	70
TotKC	Pearson Correlation	.734**	.760**	.869**	.779**	.630**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70

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

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

Reliability**Scale: ALL VARIABLES****Reliability Statistics****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	70	100.0

Cronbach's Alpha	N of Items
.811	5

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Correlations**Correlations**

		CM1	CM2	CM3	CM4	CM5	TotCM
CM1	Pearson Correlation	1	.570**	.163	.230	.490**	.551**
	Sig. (2-tailed)		.000	.179	.055	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
CM2	Pearson Correlation	.570**	1	.183	.120	.378**	.511**
	Sig. (2-tailed)	.000		.130	.322	.001	.000
	N	70	70	70	70	70	70
CM3	Pearson Correlation	.163	.183	1	.810**	.453**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.179	.130		.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
CM4	Pearson Correlation	.230	.120	.810**	1	.493**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.055	.322	.000		.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
CM5	Pearson Correlation	.490**	.378**	.453**	.493**	1	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000

	N	70	70	70	70	70	70
TotCM	Pearson Correlation	.551**	.511**	.847**	.847**	.735**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Reliability Statistics

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	70	100.0

Cronbach's Alpha	N of Items
.743	5

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Correlations

Correlations

		KA1	KA2	KA3	KA4	KA5	TotKA
KA1	Pearson Correlation	1	.597**	.556**	.344**	.311**	.747**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.004	.009	.000
	N	70	70	70	70	70	70
KA2	Pearson Correlation	.597**	1	.702**	.549**	.594**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
KA3	Pearson Correlation	.556**	.702**	1	.416**	.381**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000
	N	70	70	70	70	70	70

KA4	Pearson Correlation	.344**	.549**	.416**	1	.654**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000		.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
KA5	Pearson Correlation	.311**	.594**	.381**	.654**	1	.739**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.001	.000		.000
	N	70	70	70	70	70	70
TotKA	Pearson Correlation	.747**	.872**	.778**	.760**	.739**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Reliability Statistics

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	70	100.0

Cronbach's Alpha	N of Items
.829	5

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan Anggota	4.0886	.41791	70
Kualitas Pelayanan	3.9316	.35336	70
Kepercayaan	4.1514	.40922	70
Citra Merek	3.5743	.57071	70

Correlations

		Kepuasan Anggota	Kualitas Pelayanan	Kepercayaan	Citra Merek
Pearson Correlation	Kepuasan Anggota	1.000	.562	.568	.527
	Kualitas Pelayanan	.562	1.000	.537	.303
	Kepercayaan	.568	.537	1.000	.206
	Citra Merek	.527	.303	.206	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan Anggota	.	.000	.000	.000
	Kualitas Pelayanan	.000	.	.000	.005
	Kepercayaan	.000	.000	.	.044
	Citra Merek	.000	.005	.044	.
N	Kepuasan Anggota	70	70	70	70
	Kualitas Pelayanan	70	70	70	70
	Kepercayaan	70	70	70	70
	Citra Merek	70	70	70	70

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Citra Merek, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.738 ^a	.544	.523	.28850

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.558	3	2.186	26.263	.000 ^a
	Residual	5.493	66	.083		
	Total	12.051	69			

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

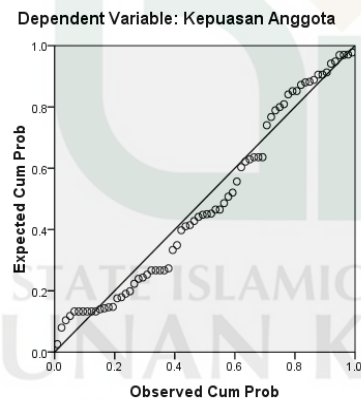
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.406	.435		.932	.355		
	Kualitas Pelayanan	.308	.120	.260	2.569	.012	.674	1.485
	Kepercayaan	.358	.101	.351	3.558	.001	.710	1.408
	Citra Merek	.276	.064	.377	4.312	.000	.906	1.104

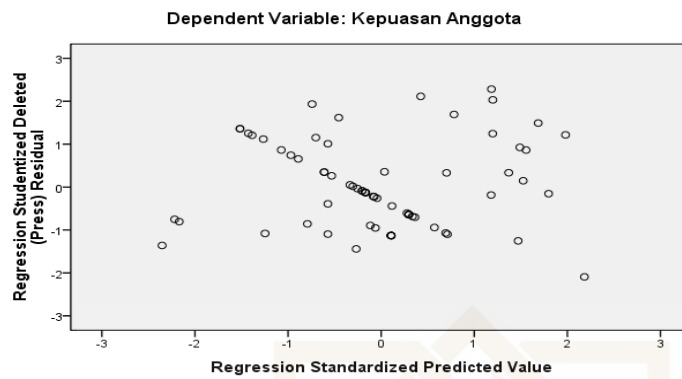
a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot



Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kp1	70	2.00	5.00	3.4286	1.01541
Kp2	70	2.00	5.00	3.6000	.92313
Kp3	70	1.00	4.00	2.5286	.81154
Kp4	70	1.00	5.00	4.2714	.70034
Kp5	70	3.00	5.00	3.9143	.58341
Kp6	70	2.00	5.00	3.9143	.60775
Kp7	70	2.00	5.00	4.1000	.74503
Kp8	70	2.00	5.00	4.0714	.72874
Kp9	70	3.00	5.00	4.1286	.61199
Kp10	70	2.00	5.00	3.8714	.63523
Kp11	70	2.00	5.00	4.1000	.64043
Kp12	70	2.00	5.00	3.9857	.80744
Kp13	70	3.00	5.00	4.0714	.42805
Kp14	70	1.00	5.00	2.9429	1.15327
Kp15	70	2.00	5.00	4.2286	.56904
Kp16	70	3.00	5.00	4.3571	.53934

Kp17	70	3.00	5.00	4.3571	.53934
Kp18	70	2.00	5.00	4.1714	.63637
Kp19	70	2.00	5.00	4.1000	.54240
Kp20	70	3.00	5.00	4.1714	.48068
Kp21	70	2.00	5.00	4.2143	.63458
Kp22	70	2.00	5.00	3.9000	.48604
Kp23	70	2.00	5.00	4.0000	.63702
Kc1	70	3.00	5.00	4.2429	.46425
Kc2	70	2.00	5.00	4.1000	.59344
Kc3	70	3.00	5.00	4.1143	.57843
Kc4	70	3.00	5.00	4.0857	.53141
Kc5	70	2.00	5.00	4.2143	.53549
CM1	70	3.00	5.00	4.1286	.50852
CM2	70	3.00	5.00	3.9714	.61317
CM3	70	1.00	5.00	2.8429	1.12463
CM4	70	2.00	5.00	3.0857	1.01785
CM5	70	2.00	5.00	3.8429	.60519
KA1	70	2.00	5.00	4.0429	.64686
KA2	70	3.00	5.00	4.1571	.47045
KA3	70	3.00	5.00	4.1286	.50852
KA4	70	2.00	5.00	4.0714	.57285
KA5	70	3.00	5.00	4.0429	.49448
Valid N (listwise)	70				

Descriptives**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	70	3.17	4.74	3.9316	.35336
Kepercayaan	70	3.00	5.00	4.1514	.40922
Citra Merek	70	2.40	5.00	3.5743	.57071
Kepuasan Anggota	70	3.00	5.00	4.0886	.41791
Valid N (listwise)	70				

Lampiran IV : Input Data

Res p.	Kualitas Pelayanan																							Tot KP
	K p1	K p2	K p3	K p4	K p5	K p6	K p7	K p8	K p9	Kp 10	Kp 11	Kp 12	Kp 13	Kp 14	Kp 15	Kp 16	Kp 17	Kp 18	Kp 19	Kp 20	Kp 21	Kp 22	Kp 23	
1	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	5	4	5	4	4	5	4	4	97
2	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	4	5	95
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	93
4	2	2	2	4	4	4	3	2	3	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78
5	2	2	2	4	4	4	3	2	3	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78
6	4	4	2	4	4	2	2	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
7	2	2	2	5	5	5	3	2	3	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81
8	2	2	2	4	4	4	3	4	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
9	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	5	4	5	4	4	5	4	4	97
10	4	4	3	5	3	3	3	3	5	4	4	5	4	3	5	5	4	5	4	4	5	4	4	93
11	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	5	4	5	4	4	5	4	4	98
12	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	5	4	5	4	4	5	4	4	98
13	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	5	4	5	4	4	5	4	4	97
14	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	101
15	2	3	2	4	5	3	3	3	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	93
16	2	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86
17	3	3	2	5	3	3	5	3	3	3	4	5	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	78
18	2	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	1	4	5	4	4	5	4	4	4	4	91
19	3	4	2	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	101
20	2	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	84

46	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	4	4	4	4	4	89
47	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	89
48	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	109
49	4	4	2	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	93
50	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90
51	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
52	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	98
53	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	5	4	4	90
54	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	99
55	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	5	4	5	4	4	5	4	97
56	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	104
57	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	88
58	4	2	1	4	4	3	4	4	4	3	5	3	4	1	4	4	5	4	4	4	4	4	4	83
59	3	4	2	5	3	3	5	5	4	3	5	3	4	1	4	4	5	4	4	4	4	4	4	87
60	3	4	2	5	3	3	5	5	4	3	5	3	4	1	4	4	5	4	4	4	4	4	4	87
61	3	4	2	1	3	3	5	5	4	3	5	3	4	1	4	4	5	4	4	4	4	4	4	83
62	3	4	2	5	3	3	5	5	4	3	5	3	4	1	4	4	5	4	4	4	4	4	4	87
63	3	4	2	5	3	3	5	5	4	3	5	3	4	1	4	4	5	4	4	4	4	4	4	87
64	3	4	2	5	3	3	5	5	4	3	5	3	4	1	4	4	5	4	4	4	4	4	4	87
65	3	4	2	5	3	3	5	5	4	3	5	3	4	1	4	4	5	4	4	4	4	4	4	87
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	94
67	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	88
68	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	82
69	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	78
70	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	84

Resp.	Kepercayaan					TotKC	Citra Merek					TotCM	Kepuasan Anggota					Jumlah
	Kc1	Kc2	Kc3	Kc4	Kc5		CM1	CM2	CM3	CM4	CM5		KA1	KA2	KA3	KA4	KA5	
1	5	5	5	4	4	23	4	4	2	2	3	15	4	4	4	4	4	20
2	5	4	4	4	4	21	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	3	4	18	4	4	2	2	4	16	4	4	4	4	4	20
5	4	4	3	3	4	18	4	4	2	2	4	16	4	4	4	4	4	20
6	4	2	4	4	4	18	4	4	3	2	4	17	4	4	4	2	3	17
7	4	4	3	3	4	18	4	4	2	2	4	16	4	4	4	4	4	20
8	4	4	3	3	4	18	4	4	2	2	4	16	4	4	4	4	4	20
9	5	5	5	4	4	23	4	4	2	2	3	15	4	4	4	4	4	20
10	5	5	5	4	4	23	4	4	2	2	3	15	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	4	4	23	4	4	3	3	3	17	4	4	4	4	4	20
12	5	5	5	4	4	23	4	4	2	2	3	15	4	4	4	4	4	20
13	5	5	5	4	4	23	4	4	2	2	3	15	4	4	4	4	4	20
14	4	4	5	5	5	23	4	4	3	4	4	19	4	5	5	4	4	22
15	5	4	4	3	3	19	4	5	2	2	4	17	5	5	5	3	4	22
16	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20
17	5	5	5	5	5	25	4	5	5	3	5	22	5	5	5	5	5	25
18	4	2	4	5	4	19	4	3	1	2	4	14	4	4	4	4	4	20
19	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24
20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
21	4	4	4	4	4	20	4	4	2	2	4	16	4	4	4	4	4	20

22	4	4	4	4	4	20	4	4	2	2	4	16	4	4	4	4	5	21
23	4	4	3	4	4	19	3	3	1	2	3	12	4	3	3	3	3	16
24	4	4	3	4	4	19	3	3	1	2	3	12	4	3	3	3	3	16
25	4	4	4	4	4	20	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20
26	4	4	4	4	4	20	4	4	2	2	2	14	4	4	4	4	4	20
27	5	5	5	5	5	25	4	4	2	2	4	16	5	5	5	5	5	25
28	4	4	4	4	4	20	4	4	2	2	4	16	2	4	4	4	4	18
29	4	3	3	3	2	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
30	4	4	4	4	4	20	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	4	20
31	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20
32	4	3	4	4	4	19	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	3	18
33	5	5	4	5	5	24	5	5	4	4	4	22	4	5	3	5	4	21
34	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20
35	5	4	5	5	4	23	5	4	1	2	4	16	5	5	5	4	5	24
36	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20
37	5	4	5	5	4	23	5	4	1	3	4	17	5	5	5	4	5	24
38	4	4	4	4	4	20	4	4	2	2	4	16	4	4	5	5	4	22
39	4	5	4	5	5	23	5	5	3	4	4	21	5	5	4	5	4	23
40	4	4	5	5	5	23	5	5	2	2	4	18	4	4	4	5	5	22
41	5	5	5	5	5	25	5	4	2	2	4	17	5	5	4	5	5	24
42	5	5	5	5	5	25	4	5	4	4	4	21	4	4	4	5	4	21
43	4	4	4	5	5	22	4	4	5	4	4	21	5	4	4	5	5	23
44	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
45	4	4	4	4	4	20	5	3	2	3	4	17	5	4	5	4	3	21
46	4	4	4	4	4	20	4	3	2	3	4	16	5	4	5	4	3	21

47	4	4	4	4	4	20	4	4	2	2	4	16	3	4	4	4	4	19
48	4	4	4	4	4	20	5	5	3	4	5	22	5	5	5	4	4	23
49	5	4	4	4	4	21	4	4	2	2	4	16	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	4	4	20	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	4	20
51	4	4	4	4	4	20	4	4	2	3	3	16	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	4	4	20	4	4	2	2	4	16	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
55	5	5	5	4	4	23	4	4	2	2	3	15	4	4	4	4	4	20
56	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
57	4	4	4	4	4	20	4	4	2	2	2	14	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19
59	4	4	4	4	5	21	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19
60	4	4	4	4	5	21	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19
61	4	4	4	4	5	21	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19
62	4	4	4	4	5	21	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19
63	4	4	4	4	5	21	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19
64	4	4	4	4	5	21	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19
65	4	4	4	4	5	21	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19
66	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24
67	4	4	4	4	4	20	5	5	2	2	4	18	4	4	4	4	4	20
68	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
69	3	3	3	3	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
70	4	4	4	4	4	20	3	3	4	3	3	16	4	4	3	3	4	18

Lampiran V : Terjemahan Al-Qur'an

- QS. At-Taubah (9) ayat 59 : “Jikalau mereka sungguh-sungguh ridha dengan apa yang diberikan Allah dan Rosul-Nya kepada mereka, dan berkata: “Cukuplah Allah bagi kami Allah akan memberikan kepada kami sebahagian dari karunia-Nya dan demikian (pula) Rosul-Nya, sesungguhnya kami adalah orang-orang yang berharap kepada Allah”, (tentulah yang demikian itu lebih baik bagi mereka).”
- QS. Luqman (31) ayat 17-19 : “Hai anakku, Dirikanlah shalat dan suruhlah (manusia) mengerjakan yang baik dan cegahlah (mereka) dari perbuatan yang mungkar dan bersabarlah terhadap apa yang menimpa kamu., Sesungguhnya yang demikian itu termasuk hal-hal yang diwajibkan (oleh Allah). Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya, Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri. Dan sederhanakanlah kamu dalam berjalan dan lunakkanlah suaramu, sesungguhnya seburuk-buruk suara ialah suara keledai.”
- QS. An-Nahl (16) ayat 91 : “Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpah itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.”
- QS. Al-Hujuraat (49) ayat 13 : “Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling bertakwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.”
- QS. Asy-Syu'ara' (26) ayat 181-183 : “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.”

Lampiran VI : Dokumentasi

CURRICULUM VITAE

DATA PRIBADI

1. Nama Lengkap : Shafira Chaerunisa
2. Tempat, Tanggal Lahir : Cilacap, 5 April 1996
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Status : Belum Menikah
6. No. Hp : 08112911196
7. E-mail : shafirachaerunisa@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. (2001) TK Eko Kapti Nusawungu Cilacap
2. (2001-2007) SD N 3 Nusawungu Cilacap
3. (2007-2010) SMP N 1 Sumpiuh Banyumas
4. (2010-2013) SMA N Sumpiuh Banyumas
5. (2013-sekarang) Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta