

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Diketahui bahwa sebagai salah satu entitas atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya wajib dibarengin dengan adanya tujuan tertentu yang wajib untuk dicapai agar dapat membentengi kesinambungan hidup perusahaan yang ada dalam kurun waktu yang panjang. Adapun tujuan dari suatu perusahaan ialah mengoptimalkan laba perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan perkembangan suatu perusahaan, selain itu juga entitas atau perusahaan wajib mampu memberikan kepuasan pada tiap-tiap pelanggannya.

Dengan sebab inilah, maka tingkat kepuasan yang diberikan pada para pelanggan dan juga adanya tujuan yang hendak memperoleh keuntungan perusahaan secara maksimal dalam hal ini wajib untuk diraih dengan secara bersamaan. Diketahui bahwa pendekatan dalam hal ini dilakukan selaras dengan apa yang menjadi kepentingan dari suatu pelanggan (*customer oriented*), dimana juga semestinya dilakukan dengan cara-cara yang secara terstruktur dan juga dilakukan dengan secara efektif. Dalam memperhatikan dan juga memberikan kepuasan bagi para pelanggan, maka hal ini telah dinilai sebagai salah satu dari tujuan yang pokok yang wajib untuk diwujudkan oleh entitas atau perusahaan. Pelanggan adalah sebuah esensi terpenting dari perusahaan dikarenakan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap

perkembangan suatu perusahaan bisnis yang ada (Naik, dkk 2010:234).

Dengan menyusun cara sebagai strategi guna membantu mewujudkan tingkat kepuasan pelanggan, maka hal inilah yang akan menyebabkan pihak dari manajemen perusahaan sangat perlu melakukan usaha dengan bekerja lebih keras lagi dan juga melakukan penyusunan langkah-langkah yang dipakai sebagai strategi guna memberikan tingkat kepuasan yang secara baik bagi para pelanggan. Dalam hal ini juga, maka efek dari mempunyai tercipta tingkat kepuasan pelanggan, maka mampu untuk diwujudkan dengan tingkat loyalitas dari para pelanggan dan juga hal ini menyebabkan adanya proses pembelian secara kembali produk yang dimiliki oleh perusahaan. Dipahami bahwa kepuasan pelanggan dalam hal ini telah berhasil dipengaruhi oleh lima variabel utama, ialah mencakup aspek *Expected performance* dan *Perceived performance* (hasil evaluasi), hal ini dijelaskan bila *Perceived performance* mampu posisinya telah tampak melebihi *Expected performance*, dan biaya dan juga kemudahan, faktor emosional, harga maka para pelanggan memperoleh kepuasan, sehingga hal inilah yang mendorong terbentuknya loyalitas dari para pelanggan (Tjiptono, 2000:41). Berikut hasil kuesioner awal terhadap 10 responden konsumen KSU “Tri Dwi Eka”.

Tabel 1.1  
Hasil Observasi Awal Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Skor Kepuasan Pelanggan					Total	Kategori
	X1	X2	X3	X4	X5		
1	4	3	4	5	5	23	Sangat tinggi
2	4	4	5	3	4	17	Tinggi
3	4	4	4	5	4	21	Sangat tinggi
4	3	4	3	4	5	19	Tinggi
5	3	3	2	3	4	15	Tinggi
6	4	3	5	5	3	19	Sangat tinggi
7	2	3	2	5	3	14	Tinggi
8	5	5	4	3	4	21	Sangat tinggi
9	4	4	4	5	4	21	Sangat tinggi
10	4	3	4	3	3	17	Tinggi
Total	37	36	37	41	39	190	Tinggi

Dari Tabel 1.1 menunjukkan kepuasan pelanggan terhadap KSU “Tri Dwi Eka” yang tergolong tinggi pada indikator *Expected performance* (harapan) *Perceived performance* (hasil evaluasi) *realita* dan bianya dan kemudahan , faktor emosional harga dari data tersebut menunjukkan *Perceived performance* (hasil evaluasi) lebih tinggi dengan *Expected performance* (harapan). sehingga terciptanya loyalitas konsumen terhadap konsumen KSU Tri Dwi Eka, sehingga membuat konsumen merasa nyaman.

Kualitas pelayanan adalah suatu faktor penting yang mendukung dalam menetapkan kepuasan pelanggan. Tanggapan pelanggan tentang keunggulan pelayanan baik sesuai yang diharapkan akan menciptakan kepuasan pelanggan. Mengacu pada hasil riset yang sebelumnya berhasil dicapai oleh Wang dan Shieh (2005:205) yang dalam hal ini telah berhasil meneliti hubungan yang terjalin antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, maka telah berhasil memperlihatkan bahwa tingkat kualitas pelayanan berhasil dilakukan pembagian menjadi lima sudut pandang kualitas pelayanan antara lain mencakup adanya bukti fisik (*tangibles*), berdaya tanggap (*responsiveness*) kehandalan (*emphaty*), (*reliability*), perhatian, dan jaminan (*assurance*) secara substansial mampu dinilai memberikan hasil yang berpengaruh tampak positif pada tingkat kepuasan pelanggan.

Selanjutnya hasil riset yang dilakukan oleh Naik, dkk (2010:239), dimana telah memberikan hasil yang menjelaskan adanya kaitan atau hubungan kualitas pelayanan yang mengarah pada tingkat kepuasan pelanggan yang dalam hal ini begitu sangat perlu untuk diperhatikan oleh pihak perusahaan bahwasanya tingkat kualitas atau juga keunggulan dalam hal pelayanan pada pelanggan begitu amat

sangat memunculkan efek pengaruhnya yang dengan secara signifikan mengarah pada tingkat kepuasan pelanggan. Mengacu pada ungkapan dari Kotler (2013:111) bahwa kualitas pelayanan dalam hal ini berhasil dinilai sebagai adanya refleksi cara pandang atau persepsi evaluatif yang diberikan oleh para pelanggan atau konsumen pada pelayanan yang diperolehnya pada suatu waktu tertentu dalam usaha atau upayanya memenuhi apa saja yang menjadi kebutuhan dan juga menjadi keinginan para pelanggan serta juga dalam hal ini begitu sangat perlunya memperhatikan penyampaiannya guna agar dapat mengimbangi apa yang menjadi harapan dari para pelanggan. Berikut ialah perolehan hasil kuesioner awal yang dilakukan proses pembangian pada 10 responden konsumen KSU “Tri Dwi Eka”.

Tabel 1.2  
Observasi Awal Variabel Kualitas Pelayanan

No	Skor Kualitas Pelayanan					Total	Kategori
	X1	X2	X3	X4	X5		
1	5	4	5	4	4	22	Sangat tinggi
2	5	3	3	3	3	17	Tinggi
3	3	3	3	3	4	16	Tinggi
4	3	5	3	3	3	17	Tinggi
5	5	5	4	3	4	21	Sangat Tinggi
6	5	3	4	4	5	21	Sangat Tinggi
7	4	3	3	3	3	16	Tinggi
8	3	3	5	4	3	18	Tinggi
9	3	3	4	3	3	16	Tinggi
10	3	5	4	5	4	21	Sangat Tinggi
Jumlah	39	37	38	35	36	185	Tinggi

Tabel 1.2 telah memberikan hasil yang menjelaskan penilaian dari para pelanggan atau konsumen pada tingkat kualitas pelayanan yang telah terjadi di KSU Tri Dwi Eka, dimana telah mendapatkan penilaian yang tergolong tinggi. Pada saat merujuk hasil indikator empati (empathy), maka berhasil telah memiliki hasil dengan berpengaruh yang hasilnya tampak paling tinggi yang mengarah

pada tingkat kualitas pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan atau konsumen. Empati (empathy) dalam hal ini dinilai sebagai aspek yang dipakai melakukan jalinan hubungan, komunikasi yang secara baik, perhatian secara pribadi yang diberikan, dan juga dipakai dalam memahami apa saja yang menjadi keinginan atau juga menjadi kebutuhan dari para pelanggan atau konsumen, sehingga hal inilah yang menjadikan para pelanggan atau konsumen merasa mendapatkan kenyamanan.

Kualitas pelayanan yang dalam hal ini diberikan oleh entitas atau perusahaan yang memiliki kegiatan penyedia jasa online, maka juga dinilai begitu sangatlah penting guna diperhatikan dengan secara baik. Hal ini dilakukan sebab tingkat kualitas pelayanan yang mampu diberikan dengan secara baik, maka akan mampu mendorong tingkat keputusan jasa yang akan dipakai oleh para pelanggan atau konsumen yang hal ini juga menyebabkan adanya dorongan untuk naik. Hal ini telah berhasil sejalan dengan ungkapan yang disampaikan oleh Kotler (2012), bahwa dijelaskan kualitas pelayanan dalam hal ini dinilai sebagai adanta keseluruhan karakteristik atas suatu produk barang atau juga jasa atas kesanggupannya memenuhi apa yang menjadi keinginan atau kebutuhan dari para konsumen atau pelanggan yang pada akhirnya hal ini yang akan mendorong mempengaruhi keputusan melakukan kegiatan pembelian.

Selain perlunya memperhatikan tingkat kualitas pelayanan, maka juga dalam hal ini ada beberapa faktor lainnya yang sangat perannya esensial yang mampu dipakai melakukan penentuan atas tingkat kepuasan yang didapatkan oleh para pelanggan ialah berupa aspek nilai konsumen. Kepuasan pelanggan akan dapat terbentuk jika tanggapan pelanggan yang diperoleh dengan nilai lebih baik

dari loyalitas yang dilakukan. Riset yang dilakukan secara langsung oleh Yunus, dkk (2009:73) yang dalam kesempatan tersebut telah meneliti adanya jalinan atau hubungan yang terjadi diantara dimensi kualitas pelayanan, nilai pelanggan, dan juga kepuasan bahwa dalam temuannya ini telah memberikan hasil yang menjelaskan bahwa tingkat kualitas pelayanan yang secara baik dan juga adanya nilai konsumen dengan arah hasilnya yang secara signifikan memunculkan dampak yang arahnya secara baik dan juga dengan secara positif pada tingkat kepuasan pelanggan. Apabila kualitas pelayanan mampu semakin baik dapat mengimbangi kepuasan pelanggan.

Ada beberapa indikator dari nilai konsumen berdasarkan Tjiptono (2005) diantaranya *emosional value* nilai yang perasaan setelah konsumen menggunakan barang atau jasa. *Social value* adalah nilai yang diperoleh dari kompetensi produk atau jasa yang dalam hal ini dipergunakan dalam membantu melakukan peningkatan pada konsep diri sosial. *Quality/Performance value* dinilai sebagai adanya nilai yang berhasil didapatkan dari produk, sebab dalam hal ini telah adanya npengurangan biaya baik itu yang masanya jangka pendek maupun yang masanya jangka panjang. Dijelaskan bahwa dalam hal ini *Price/Value of money* telah dianggap sebagai nilai yang berhasil diperoleh dari adanya respon atau adanya tanggapan pada kinerja yang mempehatikan dari tingkat kualitas produk atau jasa yang diberikan. Hasil riset yang dilakukan oleh Shoki (2012:131) yang dalam hal ini telah melakukan riset yang membahas secara langsung tentang jalinan antara nilai-nilai pelanggan, kepuasan, dan juga tingkat loyalitas bahwa telah memperoleh hasil yang menjelaskan bahwa nilai pelanggan berhasil memberikan hasil yang berpengaruh dengan efek signifikan yang arahnya pada

kepuasan pelanggan, dan juga kepuasan pelanggan dengan arahnya yang secara signifikan memunculkan hasil yang berpengaruh pada tingkat loyalitas pelanggan. Mengacu pada perolehan hasil kuesioner awal terhadap 10 responden konsumen KSU Tri Dwi Eka.

Tabel 1.3  
Observasi Awal Variabel Kualitas Pelayanan

NO	Sekor Nilai Pelanggan				Total	Kategori
	X1	X2	X3	X4		
1	4	3	3	5	15	Baik
2	4	4	5	4	17	Sangat Baik
3	3	2	3	2	10	Baik
4	4	3	2	4	13	Baik
5	5	3	4	5	17	Sangat Baik
6	3	2	5	2	12	Baik
7	4	4	5	1	14	Baik
8	3	5	4	4	16	Sangat Baik
9	2	4	2	3	11	Baik
10	5	5	4	2	16	Sangat Baik
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>35</b>	<b>37</b>	<b>32</b>	<b>141</b>	<b>Baik</b>

Dari Tabel 1.3 menunjukkan bahwa penilaian konsumen terhadap Koperasi Serba Usaha (KSU) “Tri Dwi Eka” mendapatkan hasil Terkait dengan kepuasan pelanggan, koperasi sebagai salah satu lembaga keuangan yang berbasiskan musyawarah mufakat pun harus memperhatikan penerapan pelayanan prima untuk peningkatan kualitas koperasi. Selain adanya dukungan atau dorongan dalam bentuk partisipasi anggota, maka diketahui bahwa dalam hal ini koperasi juga mampu melakukan pertumbuhan dan juga melakukan perkembangan dengan cara melalui pengelolaan manajemen aktiva yang dilakukan dengan secara baik, adanya dukungan dari pinjaman yang didapatkan dari pihak kreditur, adanya melakukan pengelolaan dana yang secara baik dan juga adanyan pengalokasian dana yang mampu secara tepat.

Dalam hal ini, maka betapa pentingnya lebih memperhatikan tingkat kepuasan dari para anggota koperasi seperti memberikan perhatian pada kalangan masyarakat yang sudah tergabung menjadi bagian anggota, dimana dalam hal ini dijelaskan tingkat kepuasan yang diterima oleh para anggota mampu dipakai guna membantu dalam melakukan penilaian citra baik yang mampu dipunyai oleh pihak koperasi, maka pada saat pihak koperasi memiliki citra yang baik akan lebih mudahnya menarik anggota baru untuk bergabung menjadi anggota. Salah satu cara yang dipakai guna meningkatkan tingkat kepuasan ialah dengan cara melalui pemberian pelayanan yang secara optimal dimana hal ini yang diberikan oleh pihak koperasi, dimana hal ini juga dilakukan mampu memunculkan adanya timbal balik dari para anggota koperasi.

(Eliyawati, Sutjipta, & Putra, 2016) telah memberikan penjelasan bahwa setiap para konsumen dalam hal ini telah memiliki tingkatan dan juga memiliki keinginan akan kebutuhan sendiri yang wajib untuk dipenuhi. Sehingga, dalam hal ini tiap-tiap para konsumen memiliki tingkat kepuasan dengan secara sendiri. Dijelaskan bahwa tingkat epuasan tersebut juga berhasil memberikan beberapa manfaat antara lain adanya jalinan hubungan yang dalam kondisi ini terjadi diantara pihak perusahaan dengan para konsumennya berubah menjadi lebih harmonis, mampu digunakan membantu dalam hal mendorong terwujudnya tingkat loyalitas dari para pelanggan, mampu juga dipakai membentuk suatu rekomendasi yang hal ini membuat pihak perusahaan memperoleh keuntungan, mampu meningkatkan reputasi perusahaan gun menjadi lebih baik dimata para konsumen Yuliana (2010).



Koperasi diketahui tanpa akan mampu untuk terelisasi dengan secara baik jika dalam hal ini tanpa adanya peran atau keterlibatan yang secara aktif dari para koperasi tersebut, dimana hal inilah yang juga mendorong pihak koperasi mampu memberikan kepuasan bagi para anggota dengan cara mampunya memberikan pelayanan dengan memiliki kualitas yang tinggi dan juga mampunya memberikan bentuk pelayanan yang memiliki mutu yang baik. Diketaui bahwa dalam hal ini salah satu bentuk pelayanan yang mampu untuk diterapkan oleh pihak koperasi ialah dengan adanya pemberian hasil dalam bentuk keuntungan yang sama dari tiap-tiap kinerja yang mampu diberikan oleh kepada para anggota. Dengan adanya koperasi, maka dengan adanya anggota akan dapat mendorong pihak koperasi melakukan pengelolaan keuangannya, maka tercapailah salah satu tujuan dari koperasi ialah mampu mensejahterakan para anggotanya.

KSU Tri Dwi Eka diketahui telah berdiri sejak tahun 2004 yang dengan secara tepatnya tanggal 10 Nopember 2004 dengan berhasil memiliki penilaian yang berstatus badan hukum No.20/BH/DISKOp/XI/2004. Pihak peneliti dalam kesempatan ini telah memutuskan memilih KSU Tri Dwi Eka sebagai tempat melakukan riset yang dalam hal ini memiliki alamat di Jl. Setia Budi No. 155 Singaraja – Bali. Data banyaknya jumlah karyawan KSU Tri Dwi Eka untuk tahun 2019 mencapai 10 orang, sedangkan data jumlah anggota KSU Tri Dwi Eka yaitu dengan banyak mencapai 630 orang yang dalam hal ini mencakup adanya para anggota yang masuk dalam penilaian inti, para anggota yang masuk dalam penilaian biasa, dan juga para anggota yang masuk dalam penilaian luar biasa.

KSU Tri Dwi Eka telah melakukan kegiatan usahanya yang secara langsung bergerak dalam bidang usaha simpan pinjam yang mencakup: (1)

Memiliki kekuatan yang menerima sejumlah tabungan dan juga sejumlah deposito baik dari yang diterimanya dari para anggota maupun dari kalangan masyarakat, dan sejumlah dana yang diterima ini akan dilakukan proses penyaluran secara kembali pada para anggota maupun diberikan pada kalangan masyarakat yang telah melakukan proses pengajuan permohonan yang dilakukan dengan cara melalui pinjaman yang dibayarkan dengan metode harian, pinjaman yang dibayarkan dengan metode bulanan dan juga pinjaman yang dibayarkan dengan metode musiman. (2) Memiliki usaha yang memberikan pelayanan atas pembayaran listrik dan juga pembayaran air online yang dalam hal ini secara langsung melakukan bentuk kerjasama dengan pihak PUSKUD, pihak AJN Solusindo dan juga pihak Kantor Pos. Susunan kepengurusan dalam hal ini dilakukan dengan cara melalui rapat anggota yang dalam rapat ini telah menghadiri para pihak sebagai pengurus yang mencakup adanya pihak ketua, pihak sekretaris dan juga pihak bendahara. Pengawas yang telah mencakup adanya pihak ketua dan juga dibantu oleh 2 anggota sebagai pengawas. Bagian lainnya ialah adanya pihak manajer USP, bagian kasir, bagian juru buku, bagian kredit, bagian melakukan penagihan, tunggakan, posisi admin tabungan, bagian penagihan dan juga posisi sebagai kolektor. KSU Tri Dwi Eka yang posisinya terletak tepatnya di Singaraja (kota), Bali. Dalam hal ini, maka pihak perusahaan ini melakukan bentuk kerjasama dengan pihak industri berikut: pihak yang melakukan perhimpunan kredit, pihak perusahaan pinjaman. Dalam hal ini, maka juga melakukan bentuk kerjasama dengan bidang sektor layanan keuangan layanan kredit, bidang industri perhimpunan kredit, bidang perusahaan pinjaman dengan memiliki kode ISIC 6419.

Dari hasil melakukan observasi awal yang dilakukan pada jumat, 16 Desember 2022 mendapatkan hasil observasi yang mengatakan bahwa data anggota KSU Tri Dwi Eka Singaraja pada tahun 2019- 2021 terlihat bahwa adanya penurunan jumlah anggota yang sangat signifikan terjadi. Dari tahun 2019-2020 terjadi penurunan sebanyak 230 anggota sedangkan pada tahun 2020-2021 mengalami penurunan sebanyak 12 anggota. Hasil observasi awal ini yang berupa penurunan jumlah anggota KSU Tri Dwi Eka Singaraja menjadi alasan utama dalam penelitian ini. Penurunan jumlah anggota ini disebabkan oleh beberapa factor seperti tingkat perekonomian masyarakat yang menurun pada masa pandemic, kemungkinan mutu pelayanan yang kurang memuaskan atau tingkat kepercayaan masyarakat terhadap KSU Tri Dwi Singaraja hal inilah yang ingin diteliti untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota.

Selain itu juga ditemukan bahwa untuk di bagian pelayanan yang di sediakan oleh KSU Tri Dwi Eka Singaraja untuk kursi antrian masih kurang. Hal lainnya ialah pelayanan jasa belum maksimalnya masyarakat yang menggunakan jasa KSU Tri Eka Singaraja terutama guna dipakai melakukan pembayaran listrik dan juga dipakai melakukan pembayaran air online yang dalam hal ini telah berhasil bekerjasama dengan PUSKUD, AJN Solusindo dan Kantor Pos dan terkait dengan kemajuan teknologi, dalam hal tersebut belum di temukannya adanya aplikasi pelayanan baik produk maupun jasa layanan yang di tawarkan oleh KSU Tri Dwi Eka Singaraja.

Melihat uraian yang dijelaskan pada permasalahan di atas, maka mengacu pada fenomena dan juga didukung oleh hasil temuan sebelumnya, maka hal ini yang menjadikan pihak peneliti dalam kesempatan ini tertarik melakukan riset

dengan mengangkat judul, ialah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Anggota KSU Tri Dwi Eka Singaraja”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berpendukan pada uraian yang dijelaskan dalam latar belakang masalah, maka berhasil telah diketahui bahwa masalah yang sedang dihadapi oleh KSU Tri Dwi Eka Singaraja ialah:

- 1) Menurunnya jumlah anggota KSU Tri Dwi Eka Singaraja terhitung dari tahun 2019-2021.
- 2) Fasilitas yang ada kurang memadai seperti tempat duduk di ruang tunggu hanya sedikit.
- 3) Belum maksimalnya masyarakat yang menggunakan jasa KSU Tri Dwi Eka Singaraja terutama untuk dipakainya melakukan proses pembayaran listrik dan juga dipakainya melakukan proses pembayaran air online yang dalam hal ini diketahui telah melakukan kerjasama dengan pihak PUSKUD, AJN Solusindo dan juga dengan pihak Kantor Pos.
- 4) Belum adanya aplikasi online pemanfaatan jasa yang ditawarkan oleh KSU Tri Dwi Eka Singaraja.

## **1.3 Batasan Masalah**

Dalam melakukan riset, maka sangat perlu adanya hal-hal yang fokus untuk diteliti, dimana dalam riset ini adanya keterbatasan waktu dan juga keterbatasan dalam biaya, maka hal inilah yang membuat pihak peneliti

membatasi penelitian ini yang hanya meneliti hal-hal yang adanya kaitan tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Anggota KSU Tri Dwi Eka Singaraja.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berpandukan pada uraian yang dijelaskan dalam latar identifikasi masalah, maka berhasil telah diketahui bahwa adapun rumusan masalah yang ada dalam riset ini, ialah

- 1) Bagaimana pengaruh yang dihasilkan oleh kualitas pelayanan pada kepuasan anggota KSU Tri Dwi Eka?
- 2) Bagaimana pengaruh yang dihasilkan oleh nilai pelanggan pada kepuasan anggota KSU Tri Dwi Eka?
- 3) Bagaimana pengaruh yang dihasilkan oleh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan pada kepuasan anggota KSU Tri Dwi Eka?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan diadakannya kegiatan riset ini, ialah mencakup:

- 1) Untuk dipakai menguji pengaruh yang dimunculkan oleh kualitas pelayanan pada kepuasan anggota KSU Tri Dwi Eka.
- 2) Untuk dipakai menguji pengaruh yang dimunculkan oleh nilai pelanggan pada kepuasan anggota KSU Tri Dwi Eka.
- 3) Untuk dipakai menguji pengaruh yang dimunculkan oleh kualitas

pelayanan dan nilai pelanggan pada kepuasan anggota KSU Tri Dwi Eka.

## 1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Hasil dari melakukan riset ini, maka telah begitu diharapkan mampu bermanfaat bagi para pihak yang dilihat dari 2 manfaat yang diberikan, ialah:

### 1) Manfaat Teoritis

Hasil dari melakukan serangkaian riset ini, maka hasilnya sangat diharapkan mampu dijadikan sebagai media atau sarana guna membantu melatih cara berpikir ilmiah, dengan mengacu pada disiplin ilmu yang sebelumnya sudah diberikan di bangku pendidikan. Hasil temuan ini juga dapat dipakai menambah pengetahuan yang secara langsung adanya kaitan tentang pengaruh yang dimunculkan oleh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan pada tingkat kepuasan anggota koperasi. Selanjutnya juga hasil temuan ini mampu dipakai sebagai bahan-bahan referensi guna mendukung hasil temuan yang ada selanjutnya.

### 2) Manfaat Praktis

Hasil dari melakukan serangkaian riset ini, maka hasilnya sangat diharapkan mampu membantu pihak KSU Tri Dwi Eka, dimana dapat memberikan tambahan wacana dalam melakukan proses analisis anggota KSU dan juga mampu dipakai sebagai bahan-bahan masukan bagi pihak manajemen perusahaan dalam melakukan proses penentuan kebijakan dan juga dipakai di dalam melakukan proses penyusunan strategi pemasaran yang aranya pada kepuasan yang diterima oleh para anggota KSU Tri Dwi Eka.