

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Koperasi merupakan suatu badan usaha yang menjadi salah satu unsur penting dalam Pembangunan perekonomian di Indonesia, karena koperasi disusun dari anggota dan untuk anggota itu sendiri sehingga koperasi secara tidak langsung telah mampu dan ikut andil dalam membangun dan juga membantu perekonomian anggotanya. Menurut UU No.25/1992 menyatakan bahwa koperasi adalah suatu badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan. Namun saat ini masih banyak masyarakat umum yang belum memahami cara kerja, fungsi, dan manfaat koperasi, sehingga keanggotaan koperasi di Indonesia hanya bergabung sekitar 9,2% dari total populasi (Mujiyanti, 2023). Rendahnya pemahaman ini menjadi salah satu kendala utama dalam mengoptimalkan peran koperasi di perekonomian nasional. Oleh sebab itu pentingnya pemasaran bagi koperasi untuk memperkenalkan lebih dalam tentang tugas dan juga tanggung jawab pengurus koperasi untuk memberikan pelayanan yang baik kepada anggotanya dan juga dengan pemasaran juga dapat berpengaruh terhadap maju dan mundurnya koperasi tersebut. Ada beberapa jenis koperasi saat ini di Indonesia yaitu ada koperasi konsumen, koperasi simpan pinjam, koperasi produsen dan koperasi pemasaran. Salah satu koperasi yang saat ini berjalan adalah Koperasi Pemasaran Sekar Wangi

Sejahtera yang berada di Kecamatan Tejakula tepatnya di Desa Pacung yang memiliki beberapa bidang usaha salah satunya adalah sebagai salah satu badan dalam memfasilitasi pemasaran produk anggota terutama produk lokal dan UMKM memiliki toko alat pancing, dan juga toko sembako selain itu koperasi juga memberikan layanan simpan pinjam kepada anggotanya. Kebanyakan dari anggota yang bergabung adalah komunitas nelayan di daerah tersebut dan juga warga sekitar dari berbagai profesi baik sebagai pedagang, pegawai, bahkan guru.

Koperasi pemasaran merupakan salah satu koperasi yang memiliki peran yang penting dalam membantu anggota koperasi dalam menjual ataupun memasarkan produk mereka secara lebih luas, efisien, dan terorganisir. Berbeda dengan koperasi simpan pinjam atau konsumen, koperasi pemasaran secara langsung mendorong peningkatan daya saing produk lokal dan pelaku usaha mikro. Dalam hal ini Koperasi Pemasaran Sekar Wangi Sejahtera menjadi sangat relevan untuk diteliti karena selain fokus pada bidang pemasaran hasil produksi, koperasi ini juga aktif dalam pemberdayaan komunitas nelayan dan UMKM lokal di Desa Pacung. Selain itu Koperasi Pemasaran Sekar Wangi Sejahtera memiliki kegiatan operasional lainnya seperti pengelolaan toko alat pancing, toko sembako, dan layanan simpan pinjam. Hal ini menjadikan koperasi bukan hanya sebagai lembaga keuangan namun juga sebagai pusat aktivitas sosial masyarakat. berikut ini merupakan data jumlah koperasi menurut bidang usaha disetiap kabupaten/kota, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Bali tahun 2024.

Tabel 1. 1
Data Koperasi Badan Pusat Statistik Provinsi Bali 2024

Kab/kota	Bidang usaha koperasi				
	Produksi	konsumen	pemasaran	Simpan pinjam	Serba usaha
Jembrana	79	140	19	39	87
tabanan	33	276	2	261	238
Badung	20	399	10	171	335
Gianyar	8	1.055	0	225	832
Klungkung	10	80	2	64	36
Bangli	15	33	17	89	92
Karangasem	27	142	19	159	118
Buleleng	49	211	15	103	158
Denpasar	21	757	9	339	386
Nivo provinsi	20	141	41	179	93
Jumlah/total	282	3.234	134	1629	2375

Sumber: <https://bali.bps.go.id/>. Diakses pada tahun 2025

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa tingkat koperasi pemasaran masih rendah di Bali dibandingkan dengan jenis koperasi lainnya. Hal ini ditunjukkan dari data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024 yang mencatat bahwa jumlah koperasi pemasaran hanya sebesar 134 unit. Jumlah ini jauh lebih kecil dibandingkan dengan jenis koperasi lainnya seperti koperasi konsumen (3.234 unit), koperasi simpan pinjam (1.629 unit), dan koperasi serba usaha (2.327 unit), dan koperasi produksi (282 unit). Rendahnya angka tersebut mencerminkan bahwa pertumbuhan koperasi pemasaran di Bali masih belum optimal dan perlu perhatian khusus, terutama karena koperasi jenis ini memiliki peran strategis dalam membantu memasarkan produk anggota, khususnya pelaku UMKM. Koperasi pemasaran memiliki peran dalam mendukung produksi dan distribusi hasil usaha anggota terutama dari sektor pertanian, perikanan dan kerajinan. Oleh sebab itu, dilihat dari keadaan ini sangatlah penting bagi koperasi untuk mengetahui kepuasan anggota dalam menggunakan koperasi pemasaran sebagai badan dalam memfasilitaskan

pemasaran produk anggota khususnya UMKM. Dalam hal ini, penting bagi koperasi untuk mengetahui tingkat kepuasan anggota dalam menggunakan layanan koperasi pemasaran sebagai dasar untuk meningkatkan kinerja koperasi ke depan.

Kepuasan anggota merupakan perasaan yang muncul setelah anggota membandingkan antara harapan dengan pelayanan nyata yang diterima dari koperasi. Menurut Kotler dan Keller (2022) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan antara harapan dan hasil nyata dari suatu layanan. Harapan yang tidak terpenuhi secara optimal akan menimbulkan ketidakpuasan. Konsep ini relevan dalam konteks koperasi, karena tingkat kepuasan anggota menentukan keberlanjutan partisipasi serta loyalitas anggota terhadap organisasi. Dengan demikian, kepuasan anggota dapat diukur dengan seberapa besar harapan mereka mengenai simpan pinjam, pemasaran dan pelayanan yang diterima. Berdasarkan pendekatan ini, kepuasan anggota ditetapkan sebagai variabel terikat dalam penelitian ini karena mampu mencerminkan persepsi akhir anggota terhadap keberhasilan layanan yang diberikan koperasi.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek penting yang membentuk persepsi anggota terhadap koperasi secara keseluruhan dan memengaruhi evaluasi akhir terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan. Menurut Parasuraman *et.al* (1988), kualitas pelayanan didefinisikan sebagai kualitas pelayanan merupakan penilaian atau sikap secara menyeluruh terhadap keunggulan suatu jasa, yang terbentuk dari perbandingan antara harapan pelanggan (*expectations*) dengan persepsi mereka terhadap kinerja pelayanan yang diterima (*perceptions*). Melalui model SERVQUAL, kualitas pelayanan diukur melalui lima dimensi utama yaitu: *tangible*

(bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Kelima dimensi ini secara komprehensif menggambarkan aspek-aspek pelayanan yang dirasakan langsung oleh anggota koperasi, mulai dari fasilitas fisik, keakuratan layanan, hingga perhatian personal dari petugas. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dipilih sebagai variabel independen dalam penelitian ini, karena secara teoritis terbukti menjadi salah satu determinan utama dalam membentuk tingkat kepuasan pengguna layanan jasa, termasuk anggota koperasi.

Kepercayaan terhadap lembaga yang memberikan layanan turut membentuk keyakinan anggota akan integritas dan kompetensi koperasi, yang pada akhirnya berdampak pada kepuasan yang dirasakan. Menurut Morgan & Hunt (1994) *Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing* “Trust is a key variable in the development of customer satisfaction and long-term relationship marketing.”. Menurut Mayer *et.al* (1995) menjelaskan bahwa kepercayaan dibentuk oleh lima komponen utama, yaitu: kemampuan, niat baik, integritas, kesediaan untuk bergantung dan kompetensi. Kemampuan merujuk pada persepsi anggota terhadap kompetensi koperasi dalam mengelola keuangan dan operasional. Niat baik menunjukkan sejauh mana koperasi dinilai memiliki kepedulian dan itikad baik terhadap kesejahteraan anggotanya. Sementara integritas berkaitan dengan kejujuran dan konsistensi koperasi dalam menjalankan prinsip dan aturan. Kesediaan untuk bergantung adalah keinginan anggota untuk terus menggunakan layanan koperasi yang tersedia, kompetensi adalah kemampuan koperasi dalam meyakinkan, menjelaskan dan memecahkan permasalahan. Kelima indikator ini dinilai sangat relevan dalam konteks hubungan antara anggota dan koperasi,

khususnya dalam jangka panjang. Oleh karena itu, kepercayaan menjadi salah satu variabel yang penting dalam penelitian ini karena secara teoritis memiliki pengaruh terhadap terbentuknya kepuasan anggota terhadap lembaga.

Berdasarkan informasi yang di berikan oleh Koperasi Pemasaran Sekar Wangi Sejahtera di Desa Pacung juga di perkuat dengan adanya data perkembangan koperasi selama 4 tahun terakhir, sebagaimana dicantumkan pada table 1.2

Tabel 1. 2
Perkembangan Anggota Koperasi Pemasaran Sekar Wangi Sejahtera

No	Tahun Buku	Anggota Masuk		Anggota Keluar		Jumlah Anggota (Or)		
		L	P	L	P	L	P	Jumlah
1	2025	9	11	0	0	188	220	408
2	2024	47	50	0	0	179	209	388
3	2023	10	21	0	0	132	149	281
4	2022	8	6	0	0	122	126	248

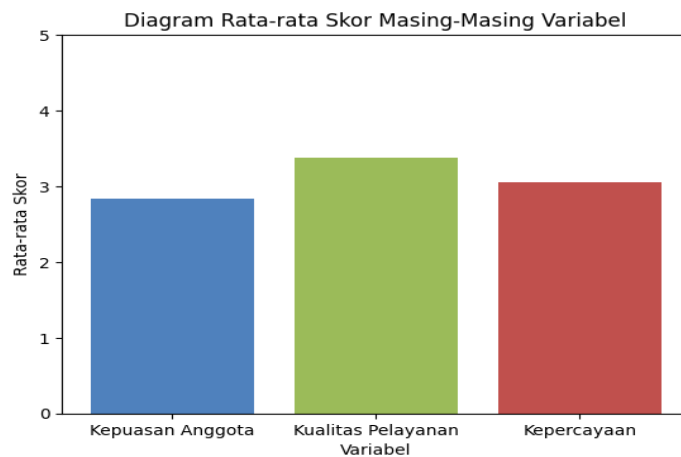
Sumber: Observasi Awal Tahun 2026

Berdasarkan Tabel 1.2, perkembangan jumlah anggota koperasi menunjukkan adanya peningkatan jumlah anggota yang dinamis dalam tiga tahun terakhir. Pada tahun 2022 menunjukkan jumlah anggota tercatat sebanyak 248 orang. Jumlah ini kembali mengalami peningkatan menjadi 281 orang anggota pada tahun 2023, dan pada tahun 2024 jumlah anggota koperasi kembali mengalami peningkatan yang cukup signifikan dengan jumlah anggota pada tahun 2024 yaitu sebanyak 388 orang anggota. Berbeda dengan tahun 2024 yang mengalami peningkatan yang signifikan yaitu sebanyak 107 anggota masuk, pada tahun 2025 jumlah keanggotaan koperasi yaitu sebanyak 408 anggota, hal ini menunjukkan bahwa pada tahun 2025 jumlah anggota yaitu meningkat sebanyak 20 orang anggota yang masuk, hal ini menunjukkan adanya penurunan tingkat pertumbuhan keanggotaan yang cukup signifikan yaitu sebesar 81,31% dari tahun sebelumnya.

Kondisi ini mengindikasikan bahwa peningkatan jumlah anggota pada tahun 2025 relatif jauh lebih rendah dibandingkan tahun sebelumnya. Kondisi Koperasi Pemasaran Sekar Wangi Sejahtera menunjukkan adanya beberapa perubahan yang mengakibatkan adanya penurunan jumlah keanggotaan dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu jika dibandingkan dengan kondisi koperasi pada tahun 2024 berdasarkan keterangan pengurus koperasi yaitu bapak Ketut Ananta (2026) menyatakan bahwa pelayanan kepada anggota pada tahun 2024 dinilai relatif lebih stabil dan konsisten dibandingkan dengan tahun 2025. Perbedaan kondisi tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yang terjadi pada tahun 2025. Berdasarkan hasil observasi lanjutan dan keterangan pengurus koperasi, pada tahun 2025 muncul koperasi baru di Desa Pacung yang menyebabkan meningkatnya persaingan antar koperasi di Desa Pacung. Selain itu, terdapat perubahan kepengurusan akibat beberapa pengurus yang berhenti, sehingga berdampak pada kelancaran pelaksanaan pelayanan dan komunikasi dengan anggota. Kondisi tersebut berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan dan kepuasan sebagian anggota koperasi. Oleh karena itu, adanya perubahan kondisi koperasi pada tahun 2025, baik dari sisi persaingan antar koperasi maupun perubahan kepengurusan, mendorong peneliti untuk melakukan observasi awal pada tahun 2025 guna memperoleh gambaran kondisi terkini di lapangan.

Perkembangan jumlah anggota yang menunjukkan adanya penurunan yang relatif jauh pada tahun 2025, dapat disimpulkan bahwa koperasi saat ini mengalami perlambatan pertumbuhan keanggotaan yang perlu mendapatkan perhatian khusus dan mendorong peneliti untuk melakukan observasi awal pada tahun 2026 guna memperoleh gambaran kondisi terkini di lapangan dan kesesuaian variabel yang

dipilih dengan konteks nyata yang terjadi dilapangan. Oleh karena itu, untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kondisi internal koperasi serta persepsi anggota terhadap pelayanan dan kepercayaan mereka terhadap koperasi, maka dilakukan observasi awal berfokus pada tiga variabel utama, yakni kepuasan anggota, kualitas pelayanan, dan kepercayaan.



Gambar 1. 1
Rata-rata Skor Observasi per Variabel di Koperasi Pemasaran Sekar Wangi Sejahtera
(Sumber: Hasil Observasi Awal, 2026)

Berdasarkan Gambar 1. 1 yang menjelaskan mengenai hasil observasi awal yang dilakukan pada tahun 2026 di Koperasi Pemasaran Sekar Wangi Sejahtera. Peneliti telah melakukan observasi awal terhadap 10 anggota di Koperasi Pemasaran Sekar Wangi Sejahtera yang terletak di Desa Pacung. Dari observasi ini peneliti bertujuan untuk mengidentifikasi mengenai persepsi anggota terhadap 3 aspek penting, yaitu kepuasan anggota, kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan terhadap koperasi. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner awal kepada 10 anggota koperasi, terhadap 3 variabel yaitu variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan anggota. Pada variabel kualitas pelayanan memperoleh rata-rata sebesar

3,38 yang termasuk dalam kategori cukup, meskipun terdapat beberapa indikator yang sudah dinilai baik oleh responden. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelayanan koperasi telah berjalan dengan cukup memadai, pelayanan tersebut terlihat dari adanya upaya pengurus dalam memberikan pelayanan kepada anggota, seperti menyambut anggota dengan sikap yang cukup baik, memberikan penjelasan terkait layanan koperasi, serta membantu anggota dalam proses administrasi. Namun demikian, masih terdapat beberapa kendala, terutama dalam hal ketepatan waktu pelayanan dan konsistensi pelayanan kepada seluruh anggota. Sehingga belum konsisten pada seluruh aspek pelayanan, dan masih memerlukan perbaikan agar dapat memberikan pelayanan yang optimal kepada anggota.

Sementara itu, variabel kepercayaan memperoleh rata-rata sebesar 3,06 yang juga berada pada kategori cukup. Meskipun terdapat indikator yang menunjukkan tingkat kepercayaan tinggi, masih ditemukan indikator dengan nilai rendah yang mencerminkan adanya keraguan anggota terhadap aspek tertentu dalam pengelolaan koperasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa kepercayaan anggota belum terbentuk secara menyeluruh dan berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan anggota. Rendahnya kepuasan ini juga mengindikasikan bahwa harapan dari anggota belum sepenuhnya terpenuhi yang sebanding dengan pelayanan dan kepercayaan yang telah diberikan koperasi kepada anggotanya. Ketidaksesuaian harapan dan pengalaman nyata ini mengindikasikan adanya kesenjangan dalam pemenuhan kebutuhan dan harapan anggotanya.

Berbeda dengan hasil yang didapatkan pada 2 variabel sebelumnya, pada variabel kepuasan anggota menunjukan skor terendah, yaitu sebesar 2,84 menunjukkan bahwa anggota belum sepenuhnya merasa puas terhadap pelayanan

yang diterima. Hal ini diperkuat oleh beberapa pernyataan dengan nilai rata-rata rendah, yang mengindikasikan adanya keluhan atau ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan yang dirasakan anggota. Rendahnya kepuasan ini juga mengindikasikan bahwa harapan dari anggota belum sepenuhnya terpenuhi, meskipun kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan terhadap koperasi tergolong baik. Berdasarkan hasil observasi di lapangan, kondisi tersebut dipengaruhi oleh adanya persaingan dengan koperasi baru serta perubahan kepengurusan pada tahun 2025, yang menyebabkan pelayanan belum berjalan secara konsisten. Selain itu, meningkatnya harapan anggota akibat adanya pembandingan layanan dari koperasi lain membuat pelayanan yang diterima belum sepenuhnya sesuai dengan ekspektasi anggota. Kondisi ini menunjukkan bahwa kepuasan anggota tidak hanya ditentukan oleh kualitas pelayanan dan kepercayaan, tetapi juga oleh kesesuaian antara harapan dan pengalaman yang dirasakan anggota. Ketidaksesuaian harapan dan pengalaman nyata ini mengindikasikan adanya kesenjangan dalam pemenuhan kebutuhan dan harapan anggotanya.

Hasil observasi awal yang dilakukan dan data perkembangan anggota koperasi yang ditunjukkan pada Tabel 1.2 menunjukkan kondisi yang sejalan dengan perkembangan jumlah anggota koperasi yang mengalami penurunan diikuti oleh hasil observasi awal yang menunjukkan bahwa kepuasan anggota berada pada kategori rendah, sedangkan kualitas pelayanan dan kepercayaan berada pada kategori cukup. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa persepsi anggota terhadap koperasi masih belum optimal dan berpotensi memengaruhi perkembangan jumlah anggota koperasi. Oleh karena itu, dengan mempertimbangkan kondisi koperasi pada tahun 2024 dan tahun 2025 berdasarkan

hasil observasi awal serta keterangan pengurus koperasi, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan anggota koperasi, khususnya pada koperasi pemasaran yang bergerak di lingkungan pedesaan. Dengan adanya observasi awal yang dilakukan pada tahun 2026 dan dibandingkan dengan kondisi pada tahun sebelumnya, penelitian ini tidak hanya didasarkan pada kajian teori, tetapi juga didukung oleh fakta empiris yang terjadi di lapangan.

Fenomena ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Aspizain dan Caniago (2022) menemukan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Apriliantika dan Purnomo (2024) dalam penelitiannya pada KPRI “Sehat” RSUD Prof. Dr. Margono Soekarjo, yang menemukan bahwa *service quality* dan kepercayaan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan anggota koperasi. Namun terdapat kesenjangan penelitian yang dilakukan oleh Mawey *et al.* (2018) yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Selain itu, menurut Fansuri dan Zulfison (2024) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan temuan tersebut yang bertentangan dengan teori dan sebagian besar hasil penelitian yang umumnya menyatakan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang membentuk kepuasan nasabah. Ketidaksesuaian ini menimbulkan pertanyaan mengenai kondisi yang mungkin mempengaruhi hubungan antar variabel tersebut. Ketidaksesuaian antara perkembangan, hasil observasi dan juga temuan yang tidak konsisten, kondisi ini memunculkan urgensi untuk dilakukan penelitian lebih lanjut sebagai

upaya untuk memahami dinamika pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan dalam konteks yang lebih mendalam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah perbedaan hasil penelitian sebelumnya, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota. Tetapi beberapa penelitian lain menyatakan sebaliknya bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota. Selain itu data perkembangan anggota Koperasi Pemasaran Sekar Wangi Sejahtera menunjukkan adanya penurunan jumlah anggota, yang mengindikasikan adanya permasalahan yang perlu mendapat perhatian. Kondisi tersebut didukung oleh hasil observasi awal yang menunjukkan masih terdapat anggota yang merasa kurang puas terhadap pelayanan dan kepercayaan yang diberikan koperasi. Berdasarkan fenomena yang terjadi serta adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu, penelitian ini ingin menguji kembali mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan anggota. Dengan demikian peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Koperasi Pemasaran Sekar Wangi Sejahtera Di Desa Pacung”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Pertumbuhan keanggotaan koperasi menunjukkan adanya perlambatan pada tahun 2025 dibandingkan dengan periode perkembangan pada tahun 2024.

- 2) Tingkat kepuasan anggota terhadap pelayanan koperasi belum sepenuhnya terpenuhi sesuai dengan harapan anggota.
- 3) Kualitas pelayanan yang diberikan oleh koperasi belum berjalan secara optimal dan konsisten pada seluruh aspek pelayanan.
- 4) Tingkat kepercayaan anggota terhadap koperasi belum terbentuk secara menyeluruh, khususnya terkait pengelolaan dan pelayanan koperasi.
- 5) Adanya kesenjangan penelitian dari penelitian sebelumnya/*research gap* antara variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan anggota sehingga diperlukan penelitian yang lebih mendalam terkait pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan anggota.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini dilakukan pada koperasi yang beroperasi di Bali khususnya Koperasi Sekar Wangi Sejahtera yang berada di Desa Pacung. Berdasarkan hasil observasi awal, kualitas pelayanan pada koperasi tersebut tergolong cukup memadai, sedangkan tingkat kepercayaan anggota tergolong baik. Namun demikian, kondisi tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh tingkat kepuasan anggota yang optimal. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas secara spesifik pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan anggota, sehingga kepuasan anggota dapat dilihat atau diukur dari pengalaman mereka dalam menggunakan layanan pada Koperasi Pemasaran Sekar Wangi Sejahtera dengan mempertimbangkan ekspektasi dan juga realita yang mereka dapatkan selama menjadi anggota pada Koperasi Sekar Wangi Sejahtera.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Pemasaran Sekar Wangi Sejahtera?
- 2) Apakah kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Pemasaran Sekar Wangi Sejahtera?
- 3) Apakah kualitas Pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Pemasaran Sekar Wangi Sejahtera?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis besarnya pengaruh sebagai berikut:

- 1) Menguji pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan anggota koperasi terhadap kepuasan anggota di Koperasi Pemasaran Sekar Wangi Sejahtera.
- 2) Menguji pengaruh positif dan signifikan kepercayaan terhadap kepuasan anggota di Koperasi Pemasaran Sekar Wangi Sejahtera.
- 3) Menguji pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan anggota di Koperasi Pemasaran Sekar Wangi Sejahtera.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkuat teori tentang hubungan antara kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan anggota, khususnya dalam konteks lembaga keuangan seperti Koperasi Sekar Wangi Sejahtera. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur terkait lima dimensi dalam kualitas pelayanan yang diterapkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada koperasi dalam memberikan kepuasan pada anggota.

2) Manfaat Praktis bagi Koperasi Pemasaran Sekar Wangi Sejahtera

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi yang berguna bagi manajemen Koperasi Sekar Wangi Sejahtera dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepercayaan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan anggota. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota, koperasi dapat merancang kebijakan dan strategi yang lebih efektif dalam mempertahankan dan menarik nasabah baru.

