

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu penyangga penting untuk perekonomian bangsa adalah koperasi. Koperasi simpan pinjam bersaing ketat satu sama lain seiring berkembangnya dunia usaha. Maka dari itu, menentukan strategi tepat sangatlah penting untuk kelangsungan hidup. Tidak efektifnya Kualitas layanan lembaga Koperasi dan minimnya akses permodalan menjadi persoalan yang dihadapi pelaku usaha kecil menengah yang ada di Indonesia. Lembaga perkoprasian diharapkan lebih mendominasi pembiayaan pelaku usaha konsumtif dibandingkan pelaku usaha produktif (Kusumawati, 2018).

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2022 terdapat sekitar 130.354 koperasi yang aktif di Indonesia, dengan total volume usaha mencapai Rp197,88 triliun. Angka ini menunjukkan peningkatan sebesar 1,96% dibandingkan tahun sebelumnya, di mana terdapat 127.846 koperasi dengan volume usaha sekitar Rp182,35 triliun. Tren ini menunjukkan bahwa jumlah koperasi aktif telah mengalami pertumbuhan sejak tahun 2011 hingga 2017. Namun, terjadi penurunan signifikan sebesar 16,97% pada tahun 2018, yang sejalan dengan kebijakan pembubaran beberapa koperasi oleh Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM) dalam upaya untuk memprioritaskan kualitas daripada kuantitas koperasi. Pada tahun 2019, jumlah koperasi aktif di Indonesia mengalami penurunan

sekitar 2,61%, mencapai 123.048 unit. Namun, dalam tiga tahun terakhir, jumlah koperasi telah kembali meningkat.

Secara regional, Jawa Timur memiliki jumlah koperasi aktif terbanyak, yaitu sekitar 22.979 unit, diikuti oleh Jawa Barat dan Jawa Tengah dengan jumlah masing-masing sekitar 16.310 unit dan 10.081 unit. Di sisi lain, Kalimantan Utara adalah provinsi dengan jumlah koperasi aktif terendah, hanya sekitar 667 unit. Di atasnya, terdapat Bangka Belitung dan Papua Barat dengan jumlah koperasi aktif berturut-turut sekitar 735 unit dan 760 unit.

Ada beberapa alasan mengapa koperasi di Indonesia belum begitu maju dan diminati oleh masyarakat Indonesia. Beberapa faktor yang memengaruhi ini antara lain: 1) Kurangnya Kesadaran, 2) Minimnya Pendidikan Koperasi, 3) Tidak Mudahnya Mendirikan dan Mengelola Koperasi, 4) Persaingan dengan Bisnis Swasta, 5) Masalah Manajemen, 6) Kendala Internal dalam Koperasi. Untuk meningkatkan popularitas dan keberhasilan koperasi di Indonesia, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang koperasi, menyederhanakan proses pendirian, meningkatkan manajemen dan tata kelola, serta memberikan lebih banyak dukungan dari pemerintah dan sektor terkait.

Selain terkait tidak berkembangnya koperasi di Indonesia, Koperasi sering kali dianggap kalah saing dengan perbankan atas beberapa alasan. Berikut adalah beberapa faktor yang memengaruhi hal ini: 1) Sumber Daya Finansial, 2) Jaringan dan Luasnya Layanan, 3) Teknologi dan Inovasi, 4)

Diversifikasi Produk, 5) Regulasi dan Keamanan, 6) Pemasaran dan Branding. Meskipun koperasi mungkin menghadapi tantangan dalam bersaing dengan bank-bank, mereka tetap memiliki peran yang penting dalam mendukung ekonomi kerakyatan dan pemberdayaan masyarakat. Koperasi dapat fokus pada pelayanan yang lebih lokal, kebutuhan spesifik komunitas, dan nilai-nilai sosial, sehingga tetap relevan dalam memberikan layanan keuangan kepada anggotanya.

Lahirnya lembaga keuangan syariah salah satunya adalah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) dilatar belakangi oleh diharamkannya riba secara tegas dalam QS. Al-Baqarah (2): 275, 278-279. Sedangkan Rasulullah memeranginya dengan menghunuskan pedang atas mereka. Artinya riba sangat dibenci oleh Allah dan Rasul-Nya. Rasulullah Saw melaknat pelaku riba, beliau bersabda yang artinya:“Allah melaknat pemakan harta riba, yang memberinya, saksi atas akad riba dan orang yang menuliskannya” (Hanbal, 1995). Selanjutnya secara ijma' ulama telah dinyatakan riba hukumnya haram.

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya (Rohmat & Bahri, 2008). Didalam pelaksanaannya lembaga keuangan syariah melibatkan aspek-aspek yang berkaitan dengan prinsip dan

nilai-nilai yang mendasari sistem keuangan syariah. Konsep dalam lembaga keuangan syariah didasarkan pada hukum Islam (syariah) yang mengatur seluruh aspek kehidupan, termasuk keuangan. Prinsip-prinsip syariah meliputi larangan terhadap riba (bunga), larangan terhadap spekulasi, larangan terhadap transaksi yang mengandung ketidakpastian (gharar), dan larangan terhadap investasi dalam aktivitas yang diharamkan (misalnya, alkohol, perjudian, atau industri pornografi) (Budiono, 2018).

Koperasi harus mampu memberikan pelayanan yang berorientasi pada kualitas, senantiasa memperhatikan kepuasan anggota dan berorientasi pada kuantitas pelayanan, yaitu bagaimana inovasi produk yang dimilikinya, agar dapat memenuhi harapan pengguna jasa koperasi (Sukirno, [2017](#)). Sekarang ini baik itu usaha maupun bisnis sangatlah penuh dengan persaingan. Sederhananya, calon pelanggan (anggota) akan memiliki lebih banyak pilihan ketika ada lebih banyak kompetitor di lembaga keuangan. (Fadhillah, [2021](#)).

Salah satu prioritas terpenting perusahaan adalah memastikan bahwa pelanggan senang. Kualitas layanan, produk, dan promosi juga berdampak pada kepuasan pelanggan (Jeany, [2020](#)). Semakin tinggi kualitas layanan, produk, promosi semakin puas pelanggan, begitu pula sebaliknya (Kolter., & Keller, [2009](#)). Salah satu pengaruh yang paling signifikan terhadap kepuasan anggota adalah kualitas dari layanan yang diberikan.

Kualitas Pelayanan menurut Sinambela (2006:42-43) sebagai proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung, merupakan konsep yang senantiasa aktual dalam berbagai aspek

kelembagaan. Bukan hanya pada organisasi bisnis, tetapi telah berkembang lebih luas pada tatanan organisasi pemerintah (Setiadi, 2018).

Kotler (1994:464) menyatakan Kualitas Pelayanan adalah suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut (Hapsoh, 2020). Kotler (2011:35) menyatakan bahwa kualitas merujuk pada atribut dan karakteristik keseluruhan dari suatu produk atau layanan yang memengaruhi kapasitasnya untuk memenuhi kebutuhan yang tersurat maupun tersirat. Kualitas merupakan elemen integral yang tidak dapat dipisahkan dari produk, layanan, atau jasa. (Dzikra, 2020).

Kualitas Pelayanan di lembaga keuangan syariah melibatkan prinsip-prinsip yang mendasari pendekatan pelayanan yang diberikan oleh lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah. Pelayanan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelanggan terhadap prinsip-prinsip syariah, produk dan layanan yang disediakan, serta manfaat dan risiko yang terkait. Pendidikan dan konsultasi ini membantu pelanggan membuat keputusan yang lebih informasi dan memberikan dukungan dalam pengelolaan keuangan mereka (Handayani, 2018).

Produksi dalam konteks ekonomi Islam merujuk pada segala aktivitas yang dilakukan dengan tujuan memberikan manfaat kepada konsumen, termasuk segala jenis kegiatan yang menghasilkan barang atau jasa. Dalam

konteks bisnis, proses produksi menjadi unsur kunci yang mendukung penciptaan produk, baik berupa barang maupun jasa (Turmudi, 2017).

Produk pada lembaga keuangan syariah melibatkan pemahaman tentang pentingnya produk-produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang bersumber pada Al Qur'an dalam operasi lembaga keuangan tersebut. Produk-produk syariah dalam lembaga keuangan juga harus memiliki pengaruh terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan. Prinsip syariah yang melarang riba dan mendorong adil dan berkelanjutan dalam pembagian risiko dan imbalan, dapat memberikan dorongan bagi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta sektor riil (Abdul Aziz, 2021).

Pemasaran promosi adalah upaya untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat. Dalam konteks yang lebih luas, dengan menggunakan promosi, perusahaan berharap dapat meningkatkan nilai mereka. Tujuan utama promosi adalah untuk menginformasikan masyarakat tentang produk yang dijual. Intinya adalah agar pesan ini dapat diterima dengan cepat dan tepat oleh konsumen. Kepentingan informasi ini dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu sifat dan kualitas pesan, figur dan gaya bahasa pesan yang digunakan, serta media yang digunakan. Ketiga faktor ini memiliki peran yang penting dalam kesuksesan promosi, tetapi aspek etika, seperti kejujuran dan kebenaran dalam penyampaian informasi faktual, juga menjadi faktor yang sangat krusial dalam promosi (Muslih, 2004).

Promosi membantu meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang lembaga keuangan syariah dan produk-produk syariah

yang mereka tawarkan. Melalui promosi yang efektif, masyarakat dapat mengerti prinsip-prinsip syariah yang mendasari operasi lembaga keuangan tersebut, serta manfaat dan fitur produk syariah yang ditawarkan. Hal ini memungkinkan masyarakat untuk membuat keputusan keuangan yang lebih cerdas dan sesuai dengan keyakinan mereka. Promosi yang terus-menerus dan bermakna dapat membantu memperkuat loyalitas pelanggan terhadap lembaga keuangan syariah. Melalui promosi yang tepat, lembaga keuangan dapat mengkomunikasikan kegiatan-kegiatan sosial dan filantropi yang dilakukan sesuai dengan prinsip syariah (Susianti, 2017).

Kepentingan kepuasan pelanggan atau anggota sangat krusial dalam pertumbuhan bisnis. Pelanggan yang menunjukkan loyalitas yang teguh akan terus menggunakan produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan dan tidak akan tergoda oleh penawaran dari pesaing. Kualitas pelayanan yang diberikan juga memiliki dampak signifikan pada tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan faktor kunci dalam menjaga eksistensi dan pertumbuhan kesuksesan lembaga perbankan. Kualitas pelayanan akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan memengaruhi tingkat loyalitas pelanggan terhadap lembaga tersebut (Suzan & Achmad, 2017).

Kepuasan pelanggan berperan penting dalam membangun loyalitas. Pelanggan yang puas dengan pelayanan dan produk yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah cenderung tetap setia dan menggunakan layanan mereka secara berkelanjutan. Loyalitas pelanggan ini berdampak positif pada

pertumbuhan dan stabilitas lembaga keuangan syariah. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada pembentukan reputasi dan citra positif lembaga keuangan syariah. Pelanggan yang puas cenderung memberikan umpan balik positif dan merekomendasikan lembaga keuangan syariah kepada orang lain. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat secara umum terhadap lembaga keuangan syariah dan memperkuat posisi mereka di pasar (Luciyantoro & Rachmansyah, 2017).

Dalam keseluruhan, pelayanan, produk, promosi, dan kepuasan pelanggan saling berinteraksi dan saling memengaruhi loyalitas pelanggan terhadap lembaga keuangan syariah. Ketika lembaga keuangan syariah menerapkan serta menyediakan pelayanan yang baik, menawarkan produk yang relevan, melakukan promosi yang efektif, serta menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi, maka kesetiaan atau loyalitas pelanggan terhadap lembaga keuangan syariah akan meningkat. Loyalitas pelanggan yang tinggi memiliki dampak positif pada pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang lembaga keuangan syariah (Haryanti & Baqi, 2019).

KSPPS NUS Cabang Cilimus merupakan salah satu lembaga keuangan mikro yang beroperasi di Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. Sebagai lembaga keuangan berbasis syariah, KSPPS NUS Cabang Cilimus bertujuan untuk memberikan akses keuangan yang mudah, adil, dan berkelanjutan kepada masyarakat. Dalam mencapai tujuan tersebut, kesetiaan anggota menjadi faktor kritis yang mempengaruhi keberhasilan dan pertumbuhan KSPPS.

Loyalitas anggota merupakan keadaan di mana anggota KSPPS NUS Cabang Cilimus tetap menggunakan produk dan layanan yang disediakan oleh KSPPS secara konsisten, mempercayai lembaga ini sebagai pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan keuangan mereka, serta memiliki niat untuk tetap berkontribusi dan membangun KSPPS. Tingkat loyalitas anggota yang tinggi akan memberikan manfaat jangka panjang bagi KSPPS, seperti meningkatnya volume simpanan dan peningkatan partisipasi anggota dalam kegiatan pembiayaan KSPPS (Nurudin, 2017).

Berdasarkan observasi dan data anggota KSPPS NUS Cabang Cilimus terdapat sebuah Fluktuasi jumlah anggota aktif baik dalam pembiayaan maupun simpanan dari 146 anggota menjadi 60 anggota. Istilah fenomena menurut Moustakas, (1994:26) merujuk pada setiap kejadian yang pantas diperiksa dan diselidiki, terutama proses dan peristiwa yang sangat tidak biasa atau memiliki keberartian khusus dan dapat dibuktikan secara ilmiah. Untuk mengatasi Fenomena penurunan jumlah anggota aktif, KSPPS perlu mengimplementasikan strategi berbasis teori yang merujuk penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Meningkatkan kualitas pelayanan, mengembangkan produk yang relevan, meningkatkan efektivitas promosi, dan secara konsisten memonitor dan meningkatkan tingkat kepuasan anggota dapat menjadi langkah-langkah penting dalam mempertahankan dan meningkatkan partisipasi anggota dalam KSPPS. Selain itu, melibatkan anggota dalam proses pengambilan keputusan dan mendengarkan umpan

balik mereka juga dapat memperkuat ikatan antara anggota dan KSPPS. (Kasiman & Nugroho, 2018).

Perkembangan teknologi dan persaingan yang semakin ketat di sektor keuangan memunculkan tantangan bagi KSPPS NUS Cabang Cilimus dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas anggota. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian yang mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota KSPPS NUS Cabang Cilimus, sehingga dapat ditemukan strategi yang efektif untuk meningkatkan tingkat loyalitas anggota dan keberlanjutan lembaga.

Dengan demikian Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena yang terjadi. Apakah terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan, produk, promosi, terhadap kepuasan yang berdampak kepada loyalitas anggota KSPPS NUS Cabang Cilimus. Melalui pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota, diharapkan dapat ditemukan rekomendasi dan strategi yang dapat membantu KSPPS NUS Cabang Cilimus dalam meningkatkan tingkat loyalitas anggota dan mencapai tujuan keberlanjutan lembaga.

B. Identifikasi Masalah

Terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi terkait pengaruh Kualitas pelayanan, produk, promosi, terhadap kepuasan yang berdampak kepada loyalitas anggota. Berikut adalah beberapa masalah yang mungkin terjadi:

- a. Pelayanan yang Buruk

- b. Produk yang Tidak Memenuhi Kebutuhan
- c. Promosi yang Kurang Efektif
- d. Kepuasan Anggota yang Rendah

Penting bagi KSPPS NUS Cabang Cilimus untuk mengidentifikasi masalah-masalah tersebut dan mengambil tindakan perbaikan yang diperlukan. Dengan mengatasi masalah-masalah tersebut, lembaga dapat meningkatkan pengaruh kualitas pelayanan, produk, promosi, terhadap kepuasan anggota berdampak kepada loyalitas mereka, yang pada gilirannya akan berkontribusi pada pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang lembaga keuangan syariah tersebut.

C. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan, produk, promosi, terhadap kepuasan berdampak kepada loyalitas anggota KSPPS Nus Cabang Cilimus, beberapa pembatasan masalah yang mungkin dapat diterapkan adalah sebagai berikut:

- a. Wilayah Studi
- b. Metode Penelitian
- c. Variabel yang Dibahas
- d. Waktu Penelitian
- e. Ukuran Sampel

Pembatasan-pembatasan tersebut bertujuan untuk memberikan fokus yang jelas pada pengaruh pelayanan, produk, promosi, terhadap kepuasan berdampak kepada loyalitas anggota KSPPS Nus Cabang Cilimus. Dengan

pembatasan tersebut, penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih terperinci tentang faktor-faktor tersebut dan implikasinya dalam konteks lembaga keuangan syariah tersebut.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan KSPPS NUS Cabang Cilimus berpengaruh terhadap kepuasan anggota?
2. Apakah produk KSPPS NUS Cabang Cilimus berpengaruh terhadap kepuasan anggota?
3. Apakah promosi KSPPS NUS Cabang Cilimus berpengaruh terhadap kepuasan anggota?
4. Apakah kualitas pelayanan KSPPS NUS Cabang Cilimus berpengaruh terhadap loyalitas anggota?
5. Apakah produk KSPPS NUS Cabang Cilimus berpengaruh terhadap loyalitas anggota?
6. Apakah promosi KSPPS NUS Cabang Cilimus berpengaruh terhadap loyalitas anggota?
7. Apakah Kepuasan anggota KSPPS NUS Cabang Cilimus berpengaruh terhadap loyalitas anggota?
8. Apakah kualitas pelayanan, produk, dan promosi KSPPS NUS Cabang Cilimus berpengaruh terhadap kepuasan berdampak kepada loyalitas anggota?

Dengan merumuskan permasalahan seperti yang telah disebutkan di atas, penelitian ini akan berfokus pada eksplorasi dan analisis dampak dari kualitas pelayanan, produk, serta promosi terhadap tingkat kepuasan yang berdampak kepada loyalitas anggota KSPPS Nus Cabang Cilimus. Penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor tersebut dan hubungannya dengan kesetiaan anggota dalam konteks lembaga keuangan syariah tersebut.

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian tesis ini tentang pengaruh kualitas pelayanan, produk, promosi, terhadap kepuasan berdampak kepada loyalitas anggota KSPPS Nus Cabang Cilimus adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisis Pengaruh: Penelitian ini memiliki tujuan untuk secara cermat mengkaji pengaruh kualitas pelayanan, produk, serta promosi terhadap tingkat kepuasan, yang selanjutnya memengaruhi loyalitas anggota KSPPS Nus Cabang Cilimus
- b. Menyediakan Bukti Empiris: Penelitian ini bertujuan untuk menyediakan bukti empiris yang kuat tentang hubungan antara kualitas pelayanan, produk, promosi, kepuasan, dan loyalitas anggota
- c. Memberikan Rekomendasi kepada KSPPS Nus Cabang Cilimus mengenai perbaikan kualitas pelayanan, produk, promosi, terhadap kepuasan yang dapat meningkatkan tingkat loyalitas anggota.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota KSPPS NUS Cabang Cilimus.
- b. Memberikan rekomendasi kepada KSPPS NUS Cabang Cilimus dalam meningkatkan kualitas pelayanan, produk, promosi yang menghasilkan kepuasan anggota untuk mempertahankan serta meningkatkan loyalitas anggota.
- c. Dengan memahami pengaruh faktor-faktor yang diteliti, lembaga dapat merancang kualitas pelayanan, produk, promosi, dan upaya peningkatan kepuasan yang lebih tepat sasaran.
- d. Menambah Pengetahuan dan Pemahaman: Penelitian ini juga memiliki kegunaan dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas anggota dalam konteks lembaga keuangan syariah.
- e. Memperkuat Reputasi Lembaga: Dengan melakukan penelitian yang mendalam dan memperhatikan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas anggota, KSPPS Nus Cabang Cilimus dapat memperkuat reputasinya sebagai lembaga keuangan syariah yang peduli dan responsif terhadap kebutuhan anggota.

F. Sistematika Penulisan

Penulis membagi keterangan informasi ini menjadi lima bab yang kesemuanya saling berhubungan satu sama lain, untuk memudahkan penulisan tesis kuantitatif ini. Berikut adalah sistematika pembahasan tesis ini:

BAB I: PENDAHULUAN

Alasan atau latar belakang mengapa peneliti lebih memilih judul penelitian serta gambaran umum dari tiap variabel dibahas dalam bab ini. Tujuan dari riset ini adalah untuk mengetahui Pertanyaan tentang asal-usul masalah termasuk dalam rumusan masalah. Manfaat penelitian merinci keunggulan yang dapat dimanfaatkan baik oleh penulis atau para pihak terkait.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Disini penulis menguraikan dasar teoretis, dengan mencakup kajian teori studi serta variabel, Penelitian terdahulu yang subyektif dan objektif dengan hasil yang membahas masalah sebanding atau sesuai dengan Penyusunan proposal secara sistematis dari awal hingga akhir yang merupakan komponen kerangka berpikir. Hal yang bisa saja terjadi dapat muncul dari penelitian ini termasuk dalam hipotesis.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memaparkan metode ilmiah untuk memperoleh data untuk kegunaan dan tujuan tertentu, yang merupakan bagian dari desain penelitian. Penelitian berfokus pada waktu dan tempat. Subjek penelitian: Ini adalah pelanggan atau anggota KSPPS. Populasi dan sampel yang meliputi subjek

serta objek penelitian. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data untuk penelitian termasuk dalam teknik pengumpulan data, jenis dan sumber data, instrumen penelitian, teknik pengumpulan dan analisis data untuk mengevaluasi keabsahan data dan menganalisisnya.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini mencakup tentang Gambaran Umum dan Ikhtisar dari subjek penelitian berdasar analisis data, pengujian hipotesis, dengan penyajian hasil penelitian bersumber dari data yang terkumpul. Analisis data untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, produk, promosi, terhadap kepuasan yang berdampak kepada loyalitas anggota KSPPS NUS Cabang Cilimus.

BAB V: PENUTUP

Dalam bab penutup, hasil riset, serta rumusan masalah penelitian dan saran digunakan untuk menarik kesimpulan yang dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca atau publik lainnya.

