



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PENANGANAN KOMPLAIN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Pada Koperasi Syariah Murni Amanah Sejahtera Malang)

Agil Nurcahyo¹, Nihayatu Aslamatis Solekah²

¹Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

agicahya76@gmail.com

² Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

aslamatiss1@pbs.uin-malang.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, penanganan komplain, dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada koperasi murni amanah sejahtera malang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah atau anggota Koperasi syariah Murni Amanah sejahtera yaitu berjumlah 594 nasabah. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan Teknik *Non Probability Sampling*. Tipe penarikan sampel yang digunakan sampling tersedia atau disebut *accidental sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 86 nasabah dihitung dengan rumus slovin. Teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. variabel penanganan komplain (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. variabel kualitas produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, penanganan komplain dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan adalah variabel kualitas produk.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, Kualitas Produk, Kepuasan Nasabah.

1. PENDAHULUAN

Persaingan tidak mungkin bisa dihindari dalam dunia usaha. Persaingan antara Lembaga keuangan BMT, KSPPS, KJKS dan bahkan dengan perbankan itu sendiri. Persaingan menjadi hal yang biasa bagi setiap perusahaan, semuanya bersaing dalam

meningkatkan kualitas pelayanan maupun kualitas produk. Bagaimana nasabah atau calon nasabah ini bisa tertarik atau mendapatkan keuntungan dengan dia melakukan simpanan atau pinjaman di Lembaga keuangan syariah. Hasilnya para pelaku usaha atau badan usaha Lembaga keuangan berorientasi pada kepuasan nasabah sebagai target yang harus dicapai. Guna menarik calon nasabah untuk bertransaksi ke Lembaga keuangan terkait.

Dibutuhkan pemasaran yang kreatif dan inovatif untuk melakukan persaingan dalam menarik calon nasabah. Seorang pengurus koperasi kredit dituntut harus mampu mengembangkan potensinya secara optimal, seperti melakukan inovasi dan mengembangkan kreatifitas dalam mengelola koperasi kredit agar mampu bersaing dalam dunia bisnis (Henri, 2018). Ketika pengurus koperasi tidak bisa memberikan inovasi dan kreatifitas akan kalah dalam persaingan. Hal ini akan mengakibatkan kemunduran koperasi bahkan akan menurunkan jumlah anggota yang artinya kurang mendapat kepercayaan masyarakat luas (*public trust*). Sulit nya menciptakan kepuasan nasabah terhadap jasa dan pelayanan yang diberikan oleh koperasi. Dengan demikian tujuan utama untuk mencapai kepuasan nasabaah akan terhambat.

Menurut Misbach, Surachman, Hadiwidjojo, & Armanu (2013) dalam Razak, & Finnora (2017) Salah satu cara yang mampu digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah memperbaiki kualitas pelayanan bank untuk memuaskan konsumen. Pelayanan menjadi hal yang harus diperhatikan oleh koperasi atau perbankan. Bagaimana pelayanan atau *service* yang diberikan bisa membuat kepuasan yang nantinya membuat nasabah bisa nyaman dan merasa mendapatkan keuntungan menjadi nasabah di Lembaga keuangan tersebut. Dengan pelayanan yang bagus pastinya akan menarik calon nasabah atau anggota baru. Tujuan pemasaran pada umumnya adalah memuaskan konsumen dengan cara berusaha semaksimal mungkin memenuhi segala kebutuhan dan keinginan konsumen (Wahab, 2017). Maka koperasi harus selalu memperhatikan dan memaksimalkan pelayanan yang diberikan dan ditawarkan kepada nasabah maupun calon nasabah.

Dengan kata lain ada dua faktor utama yang memengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* (pengalaman yang diharapkan) dan *perceived service* (pelayanan yang diterima) (Sigit & Soliha, 2017). Nasabah akan selalu mengevaluasi dan membandingkan bagaimana pelayanan yang diberikan oleh setiap Lembaga keuangan. Maka tidak menutup kemungkinan Ketika pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan pelayanan yang diharapkan, nasabah akan berpindah ke Lembaga keuangan lain.

Selain kualitas pelayanan ada penanganan Komplain yang menjadi salah satu factor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Menurut Herawati & Sulistyowati (2019) Penanganan komplain merupakan perwujudan strategi dan taktik perusahaan (bank) dalam menghadapi keunggulan strategi dan taktik pesaing. Penanganan komplain atau keluhan menjadi salah satu kunci bank untuk bisa memuaskan nasabah. Dengan layanan penanganan komplain yang diberikan bisa membuat nasabah nyaman dan terselesaikan masalah tersebut akan membuat nasabah puas dan tidak mudah berpindah ke Lembaga keuangan lain. Seperti hal nya keluhan atau komplain yang disampaikan oleh anggota koperasi MAS tentang pencairan dana dan juga Sebagian besar pembiayaan yang dilakukan adalah pembiayaan murabahah. Ketika anggota mengajukan pembiayaan

Murabahah anggota meminta pencairan dana dan memilih untuk membeli barang yang diajukan pembiayaan murabahah tersebut sendiri. Koperasi MAS Ketika melakukan pembiayaan murabahah yang dilakukan adalah pihak koperasi yang membelikan secara langsung, anggota tinggal terima barang dan terjadi kesepakatan pembiayaan tersebut. Pihak koperasi MAS memberikan penjelasan dengan jelas dan sopan tentunya agar nasabah bisa mengerti tidak ada komunikasi yang salah atau kurang dan tidak terjadi komplain atau keluhan yang disampaikan.

Selain penanganan komplain kualitas produk merupakan salah satu factor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Kualitas yang baik menurut produsen adalah apabila produk yang dihasilkan oleh perusahaan telah sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan oleh perusahaan (Sigit & Soliha, 2017). Kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan bagi calon nasabah untuk menjadi nasabah atau anggota koperasi. produk yang baik adalah produk yang bisa memenuhi kebutuhan nasabah dan sesuai apa yang disampaikan oleh perbankan atau koperasi. Pentingnya kualitas produk yang bisa memberikan kepuasan pada nasabah. Karena Ketika nasabah puas dengan produk yang diberikan nasabah tidak akan berpindah ke Lembaga keuangan lain. Produk dan jasa akan sangat mudah ditinggalkan karena tidak memenuhi kualitas yang diharapkan pelanggan dan akhirnya pelanggan beralih ke perusahaan pesaing (Sudiarta, 2018). Nasabah akan memberikan penilaian tentang apa yang mereka rasakan dan diterima. Hal itu tentunya mengenai kepuasan dan tidak kepuasan. Ketidakpuasan akan menyebabkan sikap negative dan konflik sehingga akan banyak komplain dan keluhan yang disampaikan oleh nasabah.

Sebagai salah satu Lembaga keuangan non bank yaitu koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah (KSPPS) Koperasi Murni Amanah Sejahtera Syariah (MAS) berdiri pada tanggal 19 Februari 2015 dan mulai terdaftar di Direktorat jenderal pajak (DJP) pada tanggal 18 September 2017 di Jl. Joyosuko Utara, No. 07 Merjosari, Malang oleh Jama'ah Masjid Baitul Jannah Karang besuki dengan modal awal Rp. 115.000.000,00. Modal Koperasi Simpan Pinjam Murni Amanah Sejahtera telah mencapai Rp 543.000.000,00 yang mana 40% ditambah modal awal telah dimanfaatkan dalam bentuk pembiayaan usaha mikro kecil dan menengah oleh 62 wirausahawan, dengan anggota 25 orang dan nasabah yang menyimpan uang dalam berbagai produk koperasi sebanyak 145 orang.

Koperasi syariah Simpan Pinjam Murni Amanah Sejahtera merupakan koperasi primer yang berhubungan langsung dengan kebutuhan anggota maupun non anggota untuk mendukung usaha dan kesejahteraan ekonomi. Koperasi Simpan Pinjam Murni Amanah Sejahtera berusaha untuk membantu dan mengajak masyarakat meninggalkan riba. Simpanan diperlakukan sebagai investasi yang dimanfaatkan secara produktif dalam bentuk harta produktif lainnya secara profesional sesuai syariah. Permasalahan di koperasi MAS terjadi 3 tahun terakhir yaitu tahun 2017-2020. Dimana koperasi MAS mengalami penurunan jumlah nasabah atau anggota baru. Perkembangan jumlah nasabah atau anggota baru koperasi MAS 2017-2020 sebagai berikut:

Tabel 1
Perkembangan Jumlah Nasabah Atau Anggota Koperasi MAS

Tahun	Anggota Baru	Laki-Laki	Wanita	Jumlah	Tanggal RAT
-------	--------------	-----------	--------	--------	-------------



2017	96	306	191	497	30 Maret 2018
2018	64	353	208	561	13 Januari 2020
2020	33	370	224	594	19 Januari 2020

Sumber: Laporan RAT MAS 2019

Tabel 1 menyatakan terjadi penurunan anggota baru. Tahun 2017 anggota baru yang masuk ada 96 anggota. Terjadi penurunan di tahun 2018 anggota baru yang masuk menjadi 64 anggota. Di tahun 2020 terjadi penurunan Kembali hanya ada 33 anggota baru.

Persaingan koperasi di kota Malang terjadi sangat sengit. Dengan banyaknya koperasi yang ada yaitu ada 341 koperasi ini menjadi tantangan tersendiri untuk koperasi Murni Amanah sejahtera (MAS) (Statistik, 2020). Selain itu, Observasi yang dilakukan oleh peneliti, koperasi syariah MAS mengalami penurunan jumlah karyawan dari tahun ke tahun. Sampai saat ini Januari 2022 hanya ada 1 pengurus harian yaitu ditangani langsung oleh manajer koperasi MAS bapak Abdul salam, S.Si. Artinya, hanya ada 1 orang yang melayani berbagai kebutuhan semua nasabah. Dengan demikian untuk mencapai kepuasan nasabah dirasa sulit. Beberapa faktor yang harus dilakukan oleh koperasi MAS dengan bisa menimbulkan kepuasan nasabah dengan meningkatkan kualitas pelayanan, daya saing yang kompetitif berupa, penanganan komplain yang baik dan kualitas produk yang baik. Harapannya penelitian ini bisa memberikan informasi dan sebagai bahan pertimbangan untuk koperasi syariah MAS.

Penelitian yang dilakukan Sudiarta (2018) menunjukkan Hasil kualitas layanan dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal itu ditunjukkan dengan dimensi jaminan dan bukti fisik menurut responden sudah sesuai harapan. Selain itu, seluruh indicator variable kualitas pelayanan menunjukkan angka yang tinggi. artinya, kualitas pelayanan yang tinggi bisa menciptakan kepuasan nasabah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Syairozi (2016) menunjukkan dari hasil pengolahan data menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah. Karena adanya variable lain seperti pendapatan yang tidak stabil dan kurangnya fasilitas-fasilitas serta pelayanan yang kurang memuaskan yang dirasakan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Lay (2019) menunjukkan hasil penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan tingginya nilai rata-rata yaitu sebesar 4,10. Artinya penanganan yang diberikan akan mempengaruhi kepuasan nasabah Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Mustagfiroh (2016) menunjukkan hasil penanganan keluhan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini terjadi karena kurang mengadakan sosialisasi alur dan prosedur penanganan pengaduan nasabah serta kurangnya kelengkapan administrasi pengaduan.

Penelitian yang dilakukan oleh Setiawan & Minarsih (2016) menunjukkan hasil kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk koperasi akan diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah, karena kualitas produk koperasi bisa memberikan ciri serta sifat produk yang khas kepada nasabah sehingga nasabah berpresepsi bahwa produk koperasi memiliki keunggulan tertentu yang tidak dimiliki oleh produk lain. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih (2017) menunjukkan hasil Variabel kualitas

produk tidak berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini karena strategi pemasaran yang kurang efektif. Sehingga produk belum dikenal secara luas.

Setelah mengetahui beberapa penelitian terdahulu, terdapat *research gap* dimana terdapat ketidak konsistenan dalam setiap hasil penelitian sehingga perlu dilakukan penelitian lebih dalam dan ada beberapa variabel tambahan yang berbeda dari penelitian terdahulu. Dimana variabel-variabel diambil sesuai dengan kondisi dilapangan. Adapun perbedaan dari penelitian terdahulu pada penelitian ini menjadikan semua nasabah menjadi populasi dimana penelitian sebelumnya kebanyakan hanya berfokus pada nasabah pembiayaan. Dari beberapa faktor-faktor tersebut, maka dibentuklah beberapa variabel yaitu kualitas pelayanan yang didapatkan oleh nasabah, penanganan komplain yang diberikan dan kualitas produk yang dikonsumsi/dirasakan terhadap kepuasan nasabah di kopersi Murni Amanah sejahtera syariah (MAS).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, karena penulis ingin membuktikan konsep dari teori atau penelitian yang telah di jelaskan pada penjelasan diatas dengan fakta dan data yang ditemukan di lapangan. Penelitian ini mengenai Pengaruh kualitas pelayanan, penanganan komplain dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah studi kasus di koperasi syariah Murni Amanah Sejahtera Malang. Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah Koperasi syariah Murni Amanah sejahtera yaitu berjumlah 594 nasabah. Sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{(1+N \times e^2)}$$

Dimana:

n: ukuran sampel

N: ukuran populasi

e: tingkat kesalahan yang bisa di tolerir (10%)

Jumlah sampel yang diperoleh adalah:

$$n = \frac{594}{1+594 \times 0,1^2} = \frac{594}{6,94} = 85,5 = 86 \text{ nasabah}$$

Adapun analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah Regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Bentuk persamaan regresi linier berganda dari penelitian ini adalah sebagai berikut

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan

Y = Kepuasan nasabah

X₁ = Kualitas pelayanan

X₂ = Penanganan komplain

X₃ = Kualitas produk

α = konstanta

β = koefisien regresi variabel independen

e = standar eror

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uji validitas, reliabilitas dan uji asumsi klasik, data penelitian ini sudah memenuhi syarat dari uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas yang kemudian dapat dilanjutkan pada uji hipotesis. Adapun hasil uji hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

1. Uji t (Parsial)

Mendefinisikan uji t disini untuk mempengaruhi variable Independen secara parsial dengan variabel dependen. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan dari variable masing-masing yaitu: (X1) Kualitas Pelayanan, (X2) Penanganan Komplain dan (X3) Kualitas produk terhadap variable dependen yaitu (Y) Kepuasan nasabah. Apabila sig t lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima. Demikian pula sebaliknya jika sig t lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak. Bila H_0 ditolak ini berarti ada hubungan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen (Imam, 2021). Hasil uji t disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2
Hasil Uji T Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.056	3.367		2.393	0.019
Kualitas pelayanan	0.315	0.072	0.394	4.376	0
Penanganan komplain	0.431	0.191	0.224	2.255	0.027
Kualitas produk	0.434	0.148	0.271	2.937	0.004

Sumber: diolah oleh peneliti 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan uji hipotesis secara parsial variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 4,376 > t_{tabel} sebesar 1,663 atau nilai signifikan t kurang dari 5% ($0,000 < 0,005$) dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kopsyah MAS Malang.

2. Pengaruh penanganan komplain (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan uji hipotesis secara parsial variabel penanganan komplain terhadap kepuasan nasabah menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,225 > t_{tabel} sebesar 1,663 atau nilai signifikan t kurang dari 5% ($0,027 < 0,05$) dapat disimpulkan variabel penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kopsyah MAS Malang.

3. Pengaruh kualitas produk (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan uji hipotesis secara parsial variabel kualitas produk terhadap kepuasan nasabah menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,937 > t_{tabel} sebesar 1,663 atau nilai signifikan t kurang dari 5% ($0,004 < 0,05$) dapat disimpulkan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kopsyah MAS Malang.

2. Uji F (Simultan)

Dalam uji table F ini memiliki kegunaan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (Sugiyono, 2007). Yaitu dengan membandingkan nilai dari F hitung dan F tabel. Hasil dalam uji simultan disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil uji simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	495.422	3	165.141	27.442	.000 ^b
	Residual	493.462	82	6.018		
	Total	988.884	85			

Sumber: diolah oleh peneliti 2022

Berdasarkan hasil regresi menunjukkan hasil nilai signifikan sig $F < 5\%$ atau sebesar ($0,000 < 0,05$) dan didapatkan nilai F_{hitung} 27,442 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($27,442 > 2,32$). Dapat disimpulkan bahwas secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan (X1), Penanganan komplain (X2), dan kualitas produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) kepuasan nasabah. Artinya, H_a diterima kualitas pelayanan, penanganan komplain dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah kopsyah MAS Malang.

3.2 Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan nasabah Koperasi Syariah Murni amanah sejahtera Malang

Berdasarkan hasil uji secara parsil menunjukkan hasil kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik kualitas pelayanan yan diberikan akan meningkatkan kualitas pelayanan. Hal ini membuktikan bahwasanya kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangibility* (Fasilitas fisik), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (Empati) adalah beberapa factor yang dipertimbangkan untuk memberikan kepuasan nasabah. Dengan hasil yang menunjukkan nilai mean tertinggi sebesar 4,3 sedangkan yang terendah adalah 3,8.

Nilai mean tertinggi terletak pada item kuesioner pertama yang mana menyatakan kopsyah mas memiliki SDM yang professional. Dimana diketahui

bahwasanya kopsyah MAS mengalami penurunan jumlah karyawan setiap tahun sehingga manajer koperasi juga ikut membantu dan ambil peran untuk pelayanan, tidak menutup kemungkinan bahwasanya nasabah merasakan SDM kopsyah MAS professional. Sedangkan nilai mean terendah terletak pada indikator empati yang menyatakan Karyawan dapat merespon permintaan nasabah dengan tanggap. Hal ini menunjukkan tanggapan atau respon yang kurang cepat dari karyawan kopsyah MAS terhadap permintaan atau keinginan nasabah.

Sesuai dengan pendapat Tjiptono (2005) “kualitas berkaitan erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para konsumen untuk menjalin ikatan hubungan saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan”. Hasil penelitian ini mendukung dari penelitian yang dilakukan Sudiarta (2018) menunjukkan Hasil kualitas layanan dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Sepyarina (2019) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan Wahab (2017) Hasil penelitian menunjukkan Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian bahwasanya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan pada nasabah akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Dalam perspektif islam diharuskan untuk selalu tidak berkhianat atau selalu menjaga Amanah yang diberikan. Dimana dalam menjaga kualitas pelayanan yang baik yang diharuskan adalah dengan selalu menjaga Amanah yang diberikan nasabah atau perusahaan. Setiap janji yang diberikan harus bisa ditepati dan dipenuhi oleh karyawan atau perusahaan kepada nasabah. Sebagaimana dinyatakan dalam Al-Qur’an surat An-Nahl ayat 91:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya: Dan tepatilah janji dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu melanggar sumpah, setelah diikrarkan, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.

2. Pengaruh Penanganan komplain Terhadap kepuasan nasabah Koperasi Syariah Murni amanah sejahtera Malang

Hasil uji secara parsial penanganan komplain terhadap kepuasan nasabah menunjukkan hasil penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini membuktikan bahwa penanganan komplain yang terdiri dari Kecepatan/kesigapan penanganan komplain, Kemudahan pengajuan komplain, Penyelesaian masalah secara memuaskan adalah beberapa factor yang dipertimbangkan untuk memberikan kepuasan nasabah. Dengan hasil menunjukkan nilai mean tertinggi sebesar 4,4 sedangkan nilai mean terendah sebesar 4,3.

Nilai mean tertinggi terletak pada indikator Penyelesaian masalah secara memuaskan dengan item kuesioner atau pernyataan Kopsyah MAS dapat langsung menerima komplain dari nasabah. hal ini menunjukkan kemudahan dalam mengajukan atau menyampaikan komplain nasabah ke kopsyah MAS.

Sedangkan nilai mean terendah terletak pada indicator Kecepatan/kesigapan penanganan komplain dengan item kuesioner atau pernyataan Kopsyah MAS cepat dan sigap dalam menangani komplain. Hal ini menunjukkan untuk kecepatan dan kesigapan dalam setiap ada komplain yang disampaikan ke perusahaan atau karyawan kurang ditangani dengan cepat. Dapat disimpulkan bahwasanya untuk pengajuan komplain nasabah bisa dilakukan dengan cepat atau bisa diterima langsung oleh karyawan, tetapi untuk penanganan komplain yang diberikan kurang ditangani dengan cepat.

Sesuai dengan Fornel (1996) mengatakan bahwa suatu perusahaan yang melakukan penanganan keluhan dapat mengubah konsumen yang mengeluh menjadi konsumen yang merasa puas dan setia menggunakan jasa layanan perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung dari penelitian yang dilakukan Lay (2019) menunjukkan hasil penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Herawati & Sulistyowati (2019) menunjukkan hasil penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Shammout & Haddad (2014) menunjukkan hasil penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian bahwasanya semakin baik penanganan komplain yang diberikan pada nasabah akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Dalam perspektif islam setiap manusia diwajibkan untuk menjaga silaturahmi dan menjaga kerukunan antar sesama. Demikian juga dengan seorang customer atau nasabah dengan penyedia jasa atau Lembaga harus menjaga kerukunan antara keduanya. Didalam berwirusaha pasti adanya kritik, keluhan atau komplain yang disampaikan oleh nasabah. Dimana penanganan komplain harus diperhatikan. Bagaimana menanggapi komplain yang diberikan oleh nasabah harus benar-benar baik secara perkataan maupun tindakan. Hal ini diterangkan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 263:

قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِّنْ صَدَقَةٍ يَتَّبِعُهَا أَدَىٰ ۖ وَاللَّهُ غَنِيٌّ حَلِيمٌ

Artinya: Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik daripada sedekah yang diiringi tindakan yang menyakiti. Allah Mahakaya, Maha Penyantun.

3. Pengaruh Kualitas Produk (X3) Terhadap kepuasan nasabah Koperasi Syariah Murni amanah sejahtera Malang

Hasil uji secara parsial kualitas produk terhadap kepuasan nasabah menunjukkan hasil kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini membuktikan bahwa kualitas produk yang terdiri dari *Performance* (kinerja), *Service ability* (pelayanan), *Durability* (daya tahan), *Realibility* (keandalan) adalah beberapa factor yang dipertimbangkan untuk memberikan kepuasan nasabah. Dengan nilai mean tertinggi sebesar 4,4 dan nilai mean terendah sebesar 4,3

Nilai mean tertinggi terletak pada *Durability* (daya tahan) dengan item kuesioner atau pernyataan Produk-produk di Kopsyah MAS sesuai dengan ketentuan syariah. hal ini menunjukkan produk-produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan ketentuan atau aturan dan prinsip syariah. Sedangkan nilai mean terendah terletak pada indicator *Performance* (kinerja) dengan item kuesioner atau

pernyataan Produk Kopsyah MAS memberikan margin yang menarik. Hal ini menunjukkan nasabah menilai produk kopsyah MAS kurang menarik untuk margin atau keuntungan yang akan nasabah rasakan dan dapatkan. Dapat disimpulkan bahwasanya produk-produk kopsyah MAS sudah sesuai dengan prinsip syariah, akan tetapi untuk margin yang diberikan kurang menarik bagi nasabah.

Sesuai dengan pendapat Kotler (2003) mengatakan *A product is anything that can be offered to a market to satisfy a want or need*. Hasil penelitian ini mendukung dari penelitian yang dilakukan Setiawan & Minarsih (2016) menunjukkan hasil kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Suciningrum & Usman (2021) menunjukkan hasil kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Yuriyanto & Dewi (2021) menunjukkan hasil kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah. Dengan demikian bahwasanya semakin baik kualitas produk yang diberikan pada nasabah akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Dalam perspektif islam dalam hal jual beli haruslah berjualan dengan jujur dan Amanah. Dimana produk barang atau jasa yang ditawarkan diberikan dengan nilai atau takaran yang sama, tidak boleh adanya penambahan atau pengurangan dengan melihat pembelinya. Begitu juga dengan sikap dan pelayanan terhadap konsumen haruslah sama dengan tidak melihat aspek-aspek lain diluar kebijakan perusahaan. Hal ini terdapat pada Al-Qur'an surat Al-muthafifin ayat (1-3)

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوا لَهُمْ أَوْ وَزَنُوا لَهُمْ يُخْسِرُونَ

Artinya: Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang), (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan, dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi.

4. Pengaruh Kualitas pelayanan, penanganan komplain dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah koperasi syariah Murni Amanah sejahtera Malang

Berdasarkan hasil uji F menunjukkan hasil nilai sebesar 0,000 dimana nilai tersebut <0,05 dengan artian terdapat pengaruh yang signifikan. Dapat disimpulkan variabel-variabel diuji memiliki pengaruh yang signifikan yaitu kualitas pelayanan, penanganan komplain dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, hasil dari penyebaran kuesioner secara keseluruhan kualitas pelayanan, penanganan komplain dan kualitas produk yang diberikan oleh kopsyah MAS sudah baik.

Terdapat penelitian Yuriyanto & Dewi (2021) yang menunjukkan secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Purwansyah (2019) menunjukkan secara simultan kualitas pelayanan dan penanganan komplain/keluhan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian hasil penelitian memiliki hasil yang sama dimana ada beberapa variabel yang digunakan pada penelitian ini terdapat pada penelitian sebelumnya. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, penanganan komplain dan kualitas

produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dalam perspektif islam dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Imran ayat 159 yang menyatakan:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (Q.S Ali Imran:159).

Berdasarkan ayat diatas menjelaskan bahwasanya setiap orang harus bisa berlaku lemah lembut pada sesama atau disekelilingnya. Sehingga setiap orang akan merasa nyaman tentram jika disampingnya. Hal demikian sangatlah dibutuhkan dalam hal pelayanan terlebih lagi badan usaha dibidang jasa. Dengan demikian Ketika konsumen sudah nyaman akan menciptakan kepuasan dan tidak akan berpindah ke perusahaan lain.

4. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

1. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menunjukkna hasil kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah koperasi syariah Murni Amanah sejahtera Malang.
2. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial variabel penanganan komplain terhadap kepuasan nasabah menunjukan hasil penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah koperasi syariah Murni Amanah sejahtera Malang.
3. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial variabel kualitas produk terhadap kepuasan nasabah menunjukkan hasil kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah koperasi syariah Murni Amanah sejahtera Malang.
4. Berdasarkan uji simultan menunjukkan hasil bahwa secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan (X1), Penanganan komplain (X2), dan kualitas produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) kepuasan nasabah koperasi syariah Murni Amanah sejahtera Malang.

2. Saran

1. Penelitian ini baiknya bisa menjadi bahan informasi dan pertimbangan bagi koperasi syariah murni Amanah sejahtera. Guna terus meningkatkan kualitas pelayanan untuk bisa memberikan kepuasan pada nasabah. Dengan menambah karyawan serta memberikan pelatihan untuk memberikan kenyamanan pada nasabah. Kenyamanan dalam hal lingkungan atau fasilitas fisik seperti kantor, tempat parkir bahkan kursi, meja dan peralatan lainnya menjadi perhatian yang juga mestinya dimaksimalkan.

2. Penyelesain komplain yang sederhana dan memberikan solusi yang saling menguntungkan serta penanganan yang cepat dan sigap bisa dijadikan alternatif untuk meningkatkan kepuasan nasabah.
3. Memberikan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah atau masyarakat serta terus berupaya untuk mensosialisasikan produk-produk agar produk lebih dikenal secara dalam oleh nasasabah dan calon nasabah. pemberian margin atau keuntungan bagi nasabah juga diperhatikan untuk bisa meningkatkan kepuasan nasabah.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa menambah dan mengembangkan penelitian yang serupa seperti menambah variabel dan menambah data berupa wawancara dari nasabah sehingga bisa mendapatkan jawaban yang lebih nyata dan bisa keluar dari konteks kuesioner yang mungkin terlalu terbatas atau sempit.

REFRENSI

- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). The American customer satisfaction index: nature, purpose, and findings. *Journal of marketing*, 60(4), 7-18.
- Henri. (2018). Pertanggungjawaban pengurus koperasi dalam pengembangan jasa keuangan guna menghadapi persaingan bisnis Koordinasi Antar Manager Dengan Pengurus Dalam Mensejahterakan Anggota. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Herawati, N., & Sulistyowati, M. (2019). Strategi Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Dengan Optimalisasi Kualitas Pelayanan, Penangan Komplain Dan Fasilitas Teknologi Di Bank Mandiri Syariah Cabang Solo. *Excellent*, 6(2), 99–113. <https://doi.org/10.36587/exc.v6i2.589>.
- Heri Setiawan, Maria Magdalena, Minarsih, A. F. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Management*, 2(2), 1–17.
- Imam, G. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS 26* (10th ed.). badan penerbit Universitas diponegoro semarang 2018.
- Lay, N. Y. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Komitmen, dan Penanganan Komplain terhadap Kepuasan Nasabah. *Mabis*, 9(2).
- Mustagfiroh, F. (2016). **Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Penanganan Keluhan, Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah dan Word of Mouth (Studi Kasus PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Kantor Cabang Pembantu Unissula)**. *Skripsi* (tidak dipublikasikan). Fakultas ekonomi dan bisnis islam universitas islam negeri Walisongo, Semarang.
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management*. London: Pretince Hall.
- Rafsanjani, H., & Sukmana, R. (2014). Pengaruh perbankan atas pertumbuhan ekonomi: studi kasus bank konvensional dan bank syariah di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 12(3), 492-502.
- Rafsanjani, H. (2022). Peran Dewan Pengawas Syariah (DPS) Pada Lembaga Keuangan Syariah (Pendekatan Psikologi Sosial). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal*

Ekonomi dan Perbankan Syariah, 6(1), 267-278.

- Rafsanjani, H. (2022). Confirmatory Factor Analysis (CFA) untuk Mengukur Unidimensional Indikator Pilar Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2).
- Rafsanjani, H. (2017). Peran Koperasi Wanita dalam Membangun Keuangan Inklusif Syariah. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 2(2).
- Razak, SE., MS., I., & Finnora, E. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 5(2), 201–216.
- Shammout, M. Z., & Haddad, S. I. (2014). The Impact of Complaints ' Handling on Customers ' Satisfaction : Empirical Study on Commercial Banks ' Clients in Jordan. 7(11), 203–220. <https://doi.org/10.5539/ibr.v7n11p203>
- Sigit, K. N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(1), 157–168. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v21i1.1236>
- Statistik, badan pusat. (2020). *Jumlah Koperasi Aktif Menurut Provinsi (Unit), 2018-2020*. <https://www.bps.go.id/indicator/13/760/1/jumlah-koperasi-aktif-menurut-provinsi.html>
- Suciningrum, F., & Usman, O. (2021). The Effect of Product Quality, Service Quality, and Product Price on Customer Satisfaction in Shopee. *SSRN Electronic Journal*, 1(1), 59–70. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3767892>
- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian* (E. Mulyatiningsih (ed.)). CV. ALFABETA.
- Sudiartha, I. G. M. (2018). Terhadap kepuasan nasabah Pt . Bank pembangunan daerah bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 7(8), 4539–4569.
- Tjiptono, Fandi. 2005. *Pemasaran Jasa, Edisi Pertama*. Malang: Banyumedia Publishing.
- Wahab, W. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 02(01), 51–65.
- Wahyuningsih, A. (2017). **Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan terhadap kepuasan nasabah bmt arta sejahtera**. *Skripsi* (tidak dipublikasikan). Universitas Alma Ata, Yogyakarta.