PENGARUH PENANGANAN KELUHAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA PEMBIAYAAN *MURABAHAH* KOPERASI PEGAWAI NEGERI BANUHAMPU SUNGAI PUAR

PROPOSAL SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Program Studi S1 Perbankan Syariah

Disusun Oleh:
MELA AZMARDIAH
NIM : 3322165

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK
BUKITTINGGI

T.A. 2025/2026

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Mela Azmardiah
NIM	: 3322165
Tempat, Tanggal Lahir	: Balingka, 19 Mei 2003
Prodi / Fakultas	: Perbankan Syariah / Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi	: Pengaruh Penanganan Keluhan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi) saya dengan judul di atas adalah benar dan asli karya penulis, kecuali yang dicantumkan sumbernya. Apabila kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri, maka penulis bersedia diproses sesuai dengan hukum yang berlaku dan gelar kesarjanaan penulis dicabut hingga batas yang tidak ditentukan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk penggunaan semestinya

Bukittinggi, Februari 2026
Yang Menyatakan,

MELA AZMARDIAH
3322165

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas nama Mela Azmardiah, NIM 3322165 dengan judul skripsi **"Pengaruh Penanganan Keluhan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhamou Sungai Puar"**, memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat dipersetujui untuk sidang *munaqasyah*.

Bukittinggi, Februari 2026
Pembimbing

JON KENEDI, SE., MM
NIP. 197004242009011002

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirabbil'alamin segala puji syukur kepada Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dan pendidikan di Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. *Shalawat* dan salam senantiasa kita mohonkan kepada-Nya agar selalu tercurah kepada junjungan kita yakni Nabi Muhammad SAW. yang telah menyampaikan risalah-Nya kepada kita sehingga menjadikan kita manusia beradab dan berilmu.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah. Adapun judul skripsi ini adalah **"PENGARUH PENANGANAN KELUHAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA PEMBIAYAAN *MURABAHAH* KOPERASI PEGAWAI NEGERI BANUHAMPU SUNGAI PUAR"**.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan beberapa pihak. Tanpa bimbingan dan bantuan yang diberikan, baik secara langsung maupun tidak langsung penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maka dari itu penulis mempersembahkan untuk yang teristimewa kepada keluarga penulis, yaitu Ayahanda **Azwir** dan Ibunda **Mardiati** yang selalu memberikan dukungan dan iringan semangat lewat doa tanpa lelah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa juga saudara dan saudari kandung penulis,

kakak perempuan **Elvi Juita** dan kakak laki-laki **Derta Utama** yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.

Selanjutnya dengan selesainya skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesulitan namun atas bantuan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu **Prof. Dr. Silfia Hanani, M.Si** selaku rektor Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
2. Bapak **Dr. Aidil Alfin, M. Ag** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
3. Ibu **Habibatur Ridhah, B. SC, MM** selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
4. Ibu **Rahmi, MA** selaku dosen Pembimbing Akademik (PA) Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
5. Bapak **Jon Kenedi, SE., MM** selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu bersedia mengarahkan, membimbing dan mengoreksi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
6. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, terutama dosen Program Studi Perbankan Syariah, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan kepada penulis.

7. Pengurus, pengawas dan karyawan karyawati Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar.
8. Teman seperjuangan pembuatan skripsi yang saling membantu serta menemani bimbingan dalam pembuatan skripsi.
9. Tak lupa juga penulis ucapkan terima kasih kepada Keluarga Besar penulis yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Terima kasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu penulis selama menjalani proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Semoga kebaikan hati, ketulusan, kemurahan hati, bantuan dan doa dari seluruh pihak di atas mendapat balasan yang lebih besar dari Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi pada dunia akademis dan memberikan manfaat bagi orang lain yang membacanya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Bukittinggi, Februari 2026
Penulis

MELA AZMARDIAH
NIM. 3322165

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **"Pengaruh Penanganan Keluhan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar"** ditullis oleh **Mela Azmardiah**, NIM **3322165**, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya keluhan beberapa anggota terkait kebijakan koperasi yang tidak bersedia memproses pengajuan pembiayaan ulang *murabahah* anggota. Penolakan koperasi merupakan bentuk kepatuhan koperasi terhadap Fatwa DSN No: 89/DSN-MUI/XII/2013 tentang pembiayaan ulang (*refinancing*) syariah, yang tidak menyebutkan bahwa pembiayaan ulang *murabahah* bisa dilakukan dengan menggunakan akad *murabahah* pula. Penolakan koperasi membuat anggota merasa bahwa pembiayaan *murabahah* belum fleksibel dalam memenuhi kebutuhan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengidentifikasi seberapa besar pengaruh penanganan keluhan dan kualitas produk terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan teknik pengambilan sampel *Non Probability Sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 42 responden mencakup seluruh anggota pembiayaan *murabahah* yang masih aktif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Data kemudian diolah melalui bantuan *software* IBM SPSS *Statistic Ver* 26 dengan teknik analisis data menggunakan Uji Instrumen Penelitian (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi), Uji Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis (Uji Parsial/Uji t dan Uji Simultan/Uji F), dan Uji Koefisien Determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) variabel penanganan keluhan (X_1) memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan anggota (Y) dengan nilai t_{hitung} sebesar 0,176 < 2,022 dan nilai signifikan sebesar 0,861 >

0,05. (2) variabel kualitas produk (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota (Y) dengan nilai t_{hitung} sebesar 10,359 > 2,022 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. (3) secara bersama-sama variabel penanganan keluhan (X_1) dan kualitas produk (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota (Y) dengan nilai F_{hitung} sebesar 96,897 > 3,24 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05.

Kata Kunci: Penanganan Keluhan, Kualitas Produk, Kepuasan, Pembiayaan Murabahah.

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **I**
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **II**
KATA PENGANTAR ..... **III**
ABSTRAK ..... **VI**
DAFTAR ISI ..... **VIII**
DAFTAR TABEL ..... **XII**
DAFTAR BAGAN ..... **XIII**
DAFTAR GRAFIK ..... **XIV**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi Masalah 10
C. Batasan Masalah 11
D. Rumusan Masalah 11
E. Tujuan Masalah 12
F. Manfaat Penelitian 13
G. Penjelasan Judul 13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **15**
A. Landasan Teori 15
1. Keluhan Pelanggan 15
a. Definisi Keluhan Pelanggan 15
b. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keluhan Pelanggan 16
c. Tipe Keluhan Pelanggan 19
d. Metode Penyampaian Keluhan Pelanggan 20
e. Proses Penanganan Keluhan 22
f. Dimensi Keluhan Pelanggan 24
2. Kualitas Produk 27
a. Definisi Kualitas Produk 27
b. Dimensi Kualitas Produk 28
3. Kepuasan Pelanggan 32

a. Definisi Kepuasan Pelanggan 32
b. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Pelanggan 34
c. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan 37
d. Indikator Kepuasan Pelanggan 39
4. Pembiayaan *Murabahah* 41
a. Pengertian Pembiayaan *Murabahah* 41
b. Dasar Hukum Pembiayaan *Murabahah* 42
c. Rukun dan Syarat Pembiayaan *Murabahah* 44
d. Aplikasi Pembiayaan *Murabahah* 46
B. KAJIAN TERDAHULU 47
C. KERANGKA PEMIKIRAN 55
D. HIPOTESIS 56
BAB III METODE PENELITIAN 58
A. JENIS PENELITIAN 58
B. LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN 58
C. JENIS DAN SUMBER DATA 59
1. Data Primer 59
2. Data Sekunder 59
D. POPULASI DAN SAMPEL 60
1. Populasi 60
2. Sampel 60
E. VARIABEL PENELITIAN 61
F. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL 61
G. INSTRUMEN PENELITIAN 64
H. TEKNIK PENGUMPULAN DATA 64
1. Kuesioner 64
2. Dokumentasi 65
3. Wawancara 65
I. TEKNIK ANALISIS DATA 65
1. Uji Pra Penelitian 66
a. Uji Validitas 66

b. Uji Realibilitas 66
2. Uji Asumsi Klasik 67
a. Uji Normalitas 67
b. Uji Multikolinearitas 67
c. Uji Heteroskedasitas 68
d. Auto Korelasi 69
3. Uji Regresi Linear Regresi Berganda 70
4. Uji Hipotesis 71
a. Uji T (Parsial) 71
b. Uji F (Simultan) 71
5. Uji Koefisien Determinasi (R2) 72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 73
A. PROFIL KOPERASI PEGAWAI NEGERI BANUHAMPU SUNGAI PUAR 73
1. Sejarah Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar 73
2. Visi Misi Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar 75
3. Tujuan Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar 76
4. Struktur Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar 77
5. Deskripsi Tugas &Tanggung Jawab 77
6. Jenis Bisnis 84
7. Produk dan Jasa 86
8. Keanggotaan 89
B. PENANGANAN KELUHAN 91
C. KUALITAS PRODUK *MURABAHAH* 93
D. HASIL PENELITIAN 94
1. Karakteristik Responden 94
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 94
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 95
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Sampingan 96
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Anggota Koperasi 97
e. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Pembiayaan 98

2. Analisis Pengaruh Penanganan Keluhan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* 99
a. Hasil Uji Instrumen Data 99
1) Uji Validitas 99
2) Uji Reliabilitas 102
b. Hasil Uji Asumsi Klasik 103
1) Uji Normalitas 103
2) Uji Multikolinearitas 105
3) Uji Heteroskedastisitas 106
4) Uji Autokorelasi 107
c. Analisis Regresi Linear Berganda 109
d. Hasil Uji Hipotesis 111
1) Uji Parsial (Uji t) 111
2) Uji Simultan (Uji F) 113
e. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R2) 115
E. PEMBAHASAN HASIL ANALISIS PENELITIAN 115
1. Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar 116
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar 118
3. Pengaruh Penanganan Keluhan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar 121
BAB V PENUTUP 125
A. KESIMPULAN 125
B. SARAN 126
DAFTAR PUSTAKA 128
LAMPIRAN 134

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Realisasi Pembiayaan *Murabahah* Pada KPN Banuhampu Sungai Puar Per Semester Tahun 2022-2025 6

Tabel 1. 2 Perkembangan Jumlah Anggota Pembiayaan *Murabahah* Pada KPN Banuhampu Sungai Puar Per Semester Tahun 2022-2024 9

Tabel 2. 1 Kajian Terdahulu 52

Tabel 3. 1 Jumlah Populasi Anggota Pembiayaan *Murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar Per Semester Tahun 2022-2025 60

Tabel 3. 2 Operasional Variabel Penanganan Keluhan 61

Tabel 3. 3 Operasional Variabel Kualitas Produk 62

Tabel 3. 4 Operasional Variabel Kepuasan Pelanggan 63

Tabel 3. 5 Skala Nilai Likert 64

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 95

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 95

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Sampingan 96

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Anggota 97

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Pembiayaan 98

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas 100

Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas 102

Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas 104

Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas 105

Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas 107

Tabel 4. 11 Hasil Uji Autokorelasi 108

Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 110

Tabel 4. 13 Hasil Uji Parsial (Uji t) 112

Tabel 4. 14 Hasil Uji Simultan (Uji F) 114

Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi 115

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan 37
Bagan 2. 2 Skema Akad Pembiayaan *Murabahah* 47
Bagan 2. 3 Kerangka Pemikiran..... 56
Bagan 4. 1 Struktur Organisasi KPN Banuhampu Sungai Puar..... 77

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4. 1 Hasil Uji Normalitas 104

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Boleh dikatakan jika koperasi memiliki konsep unik jika dibandingkan dengan jenis usaha lainnya. Keunikan ini tercermin dari bagaimana koperasi tersebut beroperasi. Seluruh kegiatan koperasi mulai dari menyimpan uang, memberikan pinjaman, hingga menyediakan berbagai macam barang kebutuhan mampu dikelola dengan baik melalui modal yang telah dikontribusikan anggota ke koperasi. Oleh karena itu, anggota menyandang identitas ganda yaitu sebagai pemilik sekaligus pelanggan (*owners-customers*). Identitas ganda anggota inilah yang menjadi ciri khas bagi koperasi itu sendiri.[1] Di mana setiap kebijakan koperasi juga turut ditetapkan oleh anggota melalui musyawarah mufakat pada saat rapat tahunan diadakan.[2]

Selaku unit usaha yang kegiatannya turut digerakkan oleh anggota, maka meningkatkan kesejahteraan anggota merupakan tujuan yang perlu dicapai oleh koperasi. Hal ini disebabkan karena koperasi merupakan lembaga yang mempunyai tujuan untuk membantu anggotanya.[3] Di mana dalam membantu setiap anggota diwujudkan koperasi dengan menyediakan barang

---

[1] Akhmad Darmawan dan Totok Haryanto, *Koperasi: Perkembangan Perspektifnya Dalam Islam*, (Purwokerto: UM Purwokerto Press, 2020), hlm. 11.

[2] Akhmad Darmawan dan Totok Haryanto, ... hlm. 85.

[3] Sindy Amelia dan Jon Kenedi, Strategi Pengembangan Produk Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Pada KSPPS BTM Sumatera Barat Cabang Sungai Rumbai), Vol. 3, No.4, *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 2024, hlm. 154.

dan pembiayaan bagi anggota.[4] Untuk itu koperasi harus mampu memenuhi kebutuhan anggotanya dengan menyediakan berbagai macam barang dan jasa melalui unit-unit usaha koperasi.

Umumnya anggota menyampaikan kebutuhannya kepada koperasi. Kemudian di bawah koordinasi pengurus koperasi, kebutuhan tersebut dipenuhi hingga anggota bisa merasakan manfaat dari barang dan jasa yang telah ditawarkan oleh koperasi. Oleh karena itu, koperasi bersifat terbuka dalam menerima setiap pendapat atau saran yang datang dari anggota koperasi itu sendiri.[5] Di samping itu, dengan melibatkan anggota dalam pengambilan keputusan mampu meningkatkan loyalitas anggota itu sendiri.[6]

Hal yang perlu diperhatikan oleh koperasi adalah dengan memastikan bahwa upaya yang diambil dalam meningkatkan kesejahteraan anggotanya mampu memberikan kepuasan bagi anggota koperasi itu sendiri. Kepuasan mampu mendorong munculnya sikap dalam diri anggota untuk terus memanfaatkan jasa koperasi. Lebih rinci, dari berbagai riset kepuasan, Tjiptono dan Diana menyimpulkan bahwa salah satu konsekuensi kepuasan pelanggan adalah pelanggan cenderung berminat melakukan pembelian ulang produk/jasa yang sama, berbelanja di tempat yang sama, atau menggunakan

---

[4] Maisyarah dan Jon Kenedi, Strategi Membangun *Brand Image* di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Hidup Berkah Bermakna Kota Padang Panjang, Vol. 11, No. 3, Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang, 2025, hlm. 221.

[5] M. Mulyawan, Kedudukan Hukum Hasil Rapat Anggota Tahunan Sebagai Dasar Dalam Menjalankan Kegiatan Usaha Koperasi (Studi Pada Kantor Koperasi Karya Bahari Lombok Utara), Vol. 10, No. 1, *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum*, 2023, hlm. 104.

[6] Nadia Anzali dan Jon Kenedi, Strategi Membangun Keunggulan Bersaing Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Menghadapi Persaingan Lembaga Keuangan Syariah di Kota Padang Panjang, Vol. 6, No. 3, *Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan*, 2025, hlm. 591-592.

penyedia jasa yang sama di kemudian hari lagi.[7] Dengan kata lain loyalitas penting untuk membentuk hubungan jangka panjang.

Tjiptono dan Diana menunjukkan bahwa kepuasan mampu menciptakan loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Syahriani dan Kurniasari kepada 100 orang sampel menunjukkan bahwa kepuasan berkontribusi sebesar 22,2 % terhadap loyalitas anggota meminjam pada Koperasi Karyawan Tirtha Dharma Pontianak.[8] Selain itu, penelitian oleh Febiola dkk yang dilakukan kepada 100 orang nasabah menunjukkan bahwa kepuasan memengaruhi loyalitas nasabah pengguna Easy Wadiah PT Bank Syariah Indonesia Tahun 2022 sebesar 25,30 %.[9] Dalam hal ini, loyalitas nasabah berperan penting untuk kesuksesan operasional bank.[10]

Berdasarkan paragraf di atas, maka memprioritaskan kepuasan pelanggan merupakan strategi yang bisa membawa perusahaan untuk mempertahankan hubungan dengan pelanggan dalam jangka panjang. Lovelock dalam Indrasari menyatakan kepuasan mengacu kepada kondisi emosi pelanggan, di mana respons pelanggan setelah pembelian bisa menjadi

---

[7] Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Pelanggan Puas? Tak Cukup!*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2015), hlm. 43.

[8] Neky Syahriani dan Fita Kurniasari, Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Anggota Meminjam pada Koperasi Karyawan Tirta Dharma Pontianak, Vol. 9, No. 1, *Jurnal Produktivitas*, 2022, hlm. 67.

[9] Vani Febiola dkk, Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk Tabungan *Easy Wadiah* Pada PT. Bank Syariah Indonesia Tahun 2022, Vol. 3, No. 1, *AMBITEK: Jurnal Akuntansi Manajemen, Bisnis dan Teknologi*, 2023, hlm. 102.

[10] Fitriani dan Jon Kenedi, Strategi Bank Syariah Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen (Pada PT BSI KCP Bukittinggi Sudirman), Vol. 3, No. 3, *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2024, hlm. 192.

marah, jengkel, tidak puas, netral, atau gembira.[11] Dalam mengkaji kepuasan pelanggan, Sugandhi memberikan pemikiran yang berbeda dengan fokus kepada kualitas dan hubungan pelanggan. Menurutnya terdapat dua faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. *Pertama*, faktor manusia yang mencakup respons, pelayanan, komitmen kepatuhan, sistem manajemen keluhan, orientasi kepentingan pelanggan, dan sikap. *Kedua*, faktor produk yang mencakup kinerja, efisiensi, teknologi, kebutuhan perawatan, masa pakai, harga, penampilan, fitur ramah bagi pelanggan, kualitas, dan operasi bebas masalah.[12]

Lebih rinci, Tjiptono dan Chandra mengungkapkan bahwa penanganan komplain memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk atau jasa perusahaan yang puas (atau bahkan menjadi pelanggan abadi).[13] Kepuasan juga turut dipengaruhi oleh kualitas produk. Kotler dan Amstrong mendefinisikan bahwa kualitas akan memberikan dampak langsung terhadap kinerja produk atau jasa, yang pada akhirnya akan turut menentukan nilai dan kepuasan pelanggan.[14] Di mana produk yang baik adalah produk yang mampu memenuhi kebutuhan anggota dan yang dideskripsikan oleh koperasi.[15]

---

[11] Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hlm. 82-87.

[12] R. K. Sugandhi, *Customer Relationship Management*, (New Delhi: New Age Internasional Publishers, 2003), hlm. 113.

[13] Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality dan Satisfaction Edisi 4*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), hlm. 253.

[14] Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), hlm. 272.

[15] Agil Nurcahyo dan Nihayatu Aslamatis Solekah, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada

Koperasi Pegawai Negeri (KPN) Banuhampu Sungai Puar merupakan koperasi yang seluruh anggotanya terdiri dari pegawai negeri. Koperasi ini berlokasi di Sungai Buluah, Kecamatan Banuhampu, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat. Didirikan pada tanggal 17 Januari 1996 dan saat itu memiliki anggota sebanyak 487 orang. Kegiatan usaha yang dikelola oleh koperasi ini meliputi usaha simpan pinjam pembiayaan syariah dan usaha pertokoan. Penerapan simpan pinjam pembiayaan syariah tersebut mulai diterapkan pada tahun 2021. Dalam menyalurkan pinjaman kepada anggotanya, koperasi ini menawarkan pembiayaan *murabahah* dan pembiayaan *ijarah*.

Pembiayaan *murabahah* merupakan skema pembiayaan yang paling banyak diminati oleh anggota Koperasi Pegawai Negeri (KPN) Banuhampu Sungai Puar. Bahkan penelitian oleh Putri dan Kenedi menunjukkan bahwa banyak masyarakat non muslim berminat untuk menggunakan pembiayaan *murabahah* karena merasa produk yang ditawarkan berguna, harga yang ditawarkan tidak memberatkan nasabah dan adanya rekomendasi dari keluarga dan rekan kerja.[16] *Murabahah* merupakan akad jual beli barang, di mana penjual menyebutkan harga perolehan barang dan margin keuntungan kepada pembeli. Berikut ini adalah data realisasi pembiayaan *murabahah* di KPN

Koperasi Syariah Murni Amanah Sejahtera Malang), Vol. 7, No. 4, *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 2022, hlm. 1423.

[16] Nadila Putri dan Jon Kenedi, Analisis Keputusan Masyarakat Non-Muslim Menggunakan Pembiayaan *Murabahah* Pada PT Bank Sumut KCP Syariah, Vol. 2, No. 9, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2024, hlm. 1269-1271.

Banuhampu Sungai Puar dari tahun 2022-2025 yang tercantum pada Tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1. 1
Realisasi Pembiayaan *Murabahah*
Pada KPN Banuhampu Sungai Puar Per Semester Tahun 2022-2025

No.	Semester	Jumlah Anggota	Jumlah Pembiayaan (Dalam Rp)
1.	Semester I/2022	20	1.291.000.000
2.	Semester II/2022	9	435.000.000
3.	Semester I/2023	15	429.000.000
4.	Semester II/2023	15	662.800.000
5.	Semester I/2024	15	428.000.000
6.	Semester II/2024	21	1.190.000.000
7.	Semester I/2025	23	1.464.000.000
Total		**118**	**5.899.800.000**

Sumber: Hasil Wawancara dengan Suci Lutfiah Ulfah, Juru Buku Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar, tanggal 11 Agustus 2025.

Selama periode yang tercantum pada Tabel 1.1 di atas, salah satu Juru Buku KPN Banuhampu Sungai Puar menerima keluhan dari beberapa anggota tentang koperasi yang belum bersedia memproses pembiayaan ulang *murabahah* yang diajukan oleh anggota. Pembiayaan ulang (*refinancing*) merupakan pemberian fasilitas pembiayaan baru bagi nasabah baru atau nasabah yang belum melunasi pembiayaan sebelumnya, berdasarkan prinsip syariah.[17] Di mana dalam kasus ini, saat anggota masih dalam proses melunasi pembiayaan *murabahah*, anggota tersebut membutuhkan dana mendesak. Kondisi ini mendorong munculnya permintaan dari anggota untuk mengajukan pembiayaan *murabahah* yang ke dua. Pengajuan pembiayaan *murabahah* yang ke dua ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan yang mendesak tadi sekaligus

[17] Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 89/DSN-MUI/XII/2013 Tentang Pembiayaan Ulang (*Refinancing*) Syariah

untuk melunasi sisa hutang pembiayaan *murababah* yang sebelumnya. Pengajuan pembiayaan seperti inilah yang belum bisa diproses oleh koperasi.

> "Beberapa anggota merasa keberatan karena koperasi belum bisa memproses pembiayaan ulang *murabahah* anggota. Anggota harus melunasi pinjaman yang lama dulu, baru bisa mendapatkan fasilitas pembiayaan *murabahah* yang baru. Kurang dari 10 anggota yang pernah mengajukan pembiayaan ulang ini sejak tahun 2021 hingga tahun 2025. Karna belum bisa diproses, jadi beberapa anggota ada yang mencari dana sendiri untuk melunasi pinjaman lama, beberapa ada yang mengajukan pembiayaan *murabahah* bertingkat, dan bahkan ada yang tidak jadi mengajukan pembiayaan ulang".[18]

Kebijakan inilah yang memberatkan beberapa anggota saat anggota butuh dana yang mendesak tetapi dituntut untuk melunasi pinjaman yang lama terlebih dahulu atau mengajukan pembiayaan bertingkat. Penolakan yang diberikan oleh koperasi merupakan bentuk kepatuhan koperasi terhadap aturan syariah yang tertuang dalam Fatwa DSN No: 89/DSN-MUI/XII/2013 tentang pembiayaan ulang (*refinancing*) syariah, yang tidak menyebutkan bahwa pembiayaan ulang *murabahah* bisa dilakukan dengan menggunakan akad *murabahah* pula. Dalam fatwa tersebut ditegaskan bahwa beberapa akad yang bisa digunakan dalam *refinancing syariah* terdiri dari akad *musyarakah mutanaqishah*, akad *al-bai' wa al-isti'jar*, dan akad *bai'* dalam rangka *musyarakah mutanaqishah*.[19] Di mana *refinancing* menggunakan akad *murabahah* termasuk *bai' al-bainah* yang dilarang.[20]

---

[18] Hasil Wawancara dengan Suci Lutfiah Ulfah, Juru Buku Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar, tanggal 11 Agustus 2025.

[19] Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 89/DSN-MUI/XII/2013 Tentang Pembiayaan Ulang (*Refinancing*) Syariah.

[20] Isti'anah, Pembiayaan *Murabahah*: *Konsep dan Penerapannya Pada Bank Syariah di Indonesia (Tinjauan Maqashid Syariah)*, (Yogyakarta: Nuta Media Yogya, 2020), hlm. 247.

Lebih rinci, kasus ini juga dikaji oleh Mumtahaen dalam tesisnya dan menjelaskan bahwa praktik *refinacing murabahah* dapat mengandung unsur yang tidak sesuai dengan prinsip syariah apabila sisa pelunasan pembiayaan *murabahah* pertama dilakukan dengan cara menaikkan harga barang dalam pembiayaan *murabahah* ke dua. Artinya, sisa angsuran pembiayaan pertama dialihkan kepada pembiayaan kedua yang mengakibatkan adanya kenaikan harga barang. Selanjutnya, peningkatan harga barang juga akan mengakibatkan margin keuntungan yang akan diambil oleh lembaga keuangan ikut meningkat karena dihitung dari total harga barang yang baru. Mumtahaen menyebut praktik pembiayaan *murabahah* seperti ini seakan-akan margin dimarginkan kembali.[21]

> "Dalam aturan syariah, sisa angsuran pinjaman anggota kan tidak boleh dilunasi pakai uang koperasi. Jadi anggota harus melunasi pinjaman yang lama dulu baru bisa mengajukan pembiayaan yang baru. Makanya dalam kondisi mendesak, beberapa anggota merasa pembiayaan *murabahah* belum fleksibel dalam memenuhi kebutuhan"[22]

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Fauzi dalam Istianah mengemukakan bahwa pembiayaan *murabahah* memiliki banyak keterbatasan dalam penggunaan, banyak anggapan bahwa pembiayaan *murabahah* merupakan jenis pembiayaan sapu jagat yang dapat digunakan untuk produk apapun yang diajukan nasabah. Mingka dalam Isti'nah juga mengemukakan bahwa kesalahan paling mencolok dalam praktik perbankan syariah di

---

[21] Ikmal Mumtahaen,"Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Implementasi Refinancing Syariah Pada Pembiayaan Mikro Syariah dengan Akad *Murabahah* di Bank Syariah Mandiri Rancaekek Bandung" *Thesis*, (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2021), hlm. 11.

[22] Hasil Wawancara dengan Suci Lutfiah Ulfah, Juru Buku Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar, tanggal 11 Agustus 2025.

Indonesia adalah anggapan bahwa *murabahah* bisa digunakan untuk berbagai jenis pembiayaan yang ditawarkan bank konvensional. Bahkan beberapa bank syariah menggunakan *murabahah* untuk menggaji karyawan, membayar tagihan rekening listrik dan sebagainya. Hal ini tentu bertentangan dengan eksistensi *murabahah* yang ditujukan khusus untuk transaksi jual beli barang atau komoditas.[23]

Berdasarkan penjelasan di atas, maka diperoleh asumsi awal bahwa keluhan yang disampaikan oleh anggota dalam menggunakan produk pembiayaan *murabahah* berdampak terhadap perkembangan dari pembiayaan *murabahah* itu sendiri. Berikut ini perkembangan jumlah anggota pembiayaan *murabahah* di KPN Banuhampu Sungai Puar per semester tahun 2022-2025 yang tercantum pada Tabel 1.2 berikut ini:

Tabel 1. 2
Perkembangan Jumlah Anggota Pembiayaan *Murabahah* Pada KPN Banuhampu Sungai Puar Per Semester Tahun 2022-2025

No	Semester	∑ Anggota Pembiayaan *Murabahah*	Naik / Turun	
			∑	%
1	Semester I/2022	20	-	-
2	Semester II/2022	9	-11	-55
3	Semester I/2023	15	6	66,67
4	Semester II/2023	15	0	0
5	Semester I/2024	15	0	0
6	Semester II/2024	21	6	40
7	Semester I/2025	23	2	9,52

Sumber: Hasil Wawancara dengan Suci Lutfiah Ulfah, Juru Buku Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar, tanggal 11 Agustus 2025.

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat perkembangan jumlah anggota yang menggunakan pembiayaan *murabahah*. Pada semester II tahun 2022

[23] Isti'nah, ... hlm. 248.

jumlah anggota pembiayaan *murabahah* sebanyak 9 orang yang mengalami penurunan sebanyak 11 orang atau sebesar 55% dibanding semester I tahun 2022. Semester I tahun 2023 jumlah anggota menjadi 15 orang dengan kenaikan sebanyak 6 orang atau sebesar 66,67% dibanding semester sebelumnya. Pada semester II tahun 2023 sampai semester I tahun 2024 perkembangan jumlah anggota yang menggunakan pembiayaan *murabahah* mengalami stagnasi karena jumlahnya tetap sebanyak 15 orang dengan perkembangan sebesar 0%. Pada semester II tahun 2024 jumlah anggota menjadi 21 orang dengan kenaikan sebanyak 6 orang atau sebesar 40%. Kemudian pada semester I tahun 2025 perkembangan anggota mengalami penurunan menjadi 9,52 %.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengkaji seberapa besar penanganan keluhan dan kualitas produk pembiayaan *murabahah* mampu memberikan kepuasan bagi anggotanya. Sehingga penulis mengangkat penelitian dengan judul **"Pengaruh Penanganan Keluhan dan Kualitas Produk Pembiayaan *Murabahah* Terhadap Kepuasan Anggota KPN Banuhampu Sungai Puar".**

B. Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasi permasalahan yang terjadi adalah sebagai berikut:

1. Beberapa anggota mengeluhkan pembiayaan *murabahah* yang kurang fleksibel dalam memenuhi kebutuhan mereka.

2. Terjadi penurunan yang signifikan jumlah anggota pembiayaan *murabahah* pada semester II tahun 2022 sebesar 55%.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka peneliti memberikan batasan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Peneliti membatasi tentang penanganan keluhan dilihat dari teori Tjiptono yang terdiri dari empati terhadap pelanggan mengeluh, kesigapan dalam menangani keluhan, keadilan atau kewajaran pemecahan masalah dan kemudahan menyampaikan kritik.
2. Peneliti membatasi tentang kualitas produk dari teori Sangadji dan Sopiah yang terdiri dari kinerja, interaksi pegawai, reliabilitas, daya tahan, ketepatan waktu dan kenyamanan. Dalam hal ini peneliti hanya mengambil dimensi yang relevan dengan konteks penelitian yang sedang diteliti.
3. Peneliti membatasi tentang kepuasan dari teori Hawkins dan Lonney yang terdiri dari kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka peneliti dapat mengidentifikasi rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh penanganan keluhan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar?
3. Seberapa besar pengaruh penanganan keluhan dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar?

E. Tujuan Masalah

Tujuan penelitian ini berdasarkan perumusan masalah di atas adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh penanganan keluhan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar.
2. Untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar.
3. Untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh penanganan keluhan dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk berbagai pihak yang bersangkutan sebagai berikut:

1. Sebagai salah satu syarat mendapat gelar S1 pada prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
2. Untuk memperluas penelitian di bidang manajemen pemasaran khususnya produk lembaga keuangan syariah.
3. Memberikan masukan kepada manajemen Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar untuk meningkatkan kepuasan anggotanya.

G. Penjelasan Judul

Berikut ini adalah beberapa penjelasan terkait judul penelitian yang peneliti angkat:

1) Penanganan Keluhan

Menurut Kotler keluhan pelanggan merupakan aspirasi yang timbul akibat ketidakpuasan terhadap barang atau jasa.[24]

2) Kualitas Produk

Kotler dan Amstrong mendefinisikan bahwa kualitas akan memberikan dampak langsung terhadap kinerja produk atau jasa, yang pada akhirnya akan turut menentukan nilai dan kepuasan pelanggan.[25]

---

[24] Candrianto, *Kepuasan Pelanggan: Suatu Pengantar*, (Malang: Literasi Nusantara, 2021), hlm. 27.

[25] Philip Kotler dan Gary Armstrong, ... hlm. 272.

3) Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *murabahah* merupakan pembiayaan sistem keuangan syariah di mana koperasi syariah membeli suatu aset atas permintaan anggota dan menjualnya kembali kepada anggota dengan keuntungan yang telah disepakati sebelumnya.[26]

4) Kepuasan

Lovelock dalam Indrasari menyatakan bahwa kepuasan mengacu kepada kondisi emosi pelanggan, di mana respons pelanggan setelah melakukan pembelian bisa menjadi marah, jengkel, tidak puas, netral, atau bahkan gembira.[27]

[26] Sukmayadi, *Koperasi Syariah Dari Teori Untuk Praktek,* (Bandung: Alfabeta Bandung, 2020), hlm. 111.

[27] Meithiana Indrasari, ... hlm. 82-87.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Keluhan Pelanggan

a. Definisi Keluhan Pelanggan

Pelanggan akan mengungkapkan ketidakpuasannya baik secara lisan maupun tertulis apabila pelanggan merasa bahwa harapan atau kebutuhan mereka masih belum terpenuhi merupakan definisi keluhan pelanggan yang disebutkan oleh Aksoy dan Yilmaz.[28] Lebih jauh, Aksoy dan Yilmaz memandang bahwa para pelaku bisnis lebih baik memandang keluhan sebagai sesuatu yang membawa keuntungan bagi perusahaan dengan menganggap bahwa keluhan yang disampaikan oleh pelanggan merupakan upaya pelanggan untuk memulihkan kembali hubungan agar hubungan antara perusahaan dan pelanggan tetap terjaga.

Selanjutnya Cetin mendefinisikan bahwa ketidakpuasan mendorong pelanggan untuk menunjukkan sikap negatif kepada perusahaan yang dikenal sebagai perilaku keluhan pelanggan. Di mana kepuasan atau ketidakpuasan berhubungan erat dengan harapan pelanggan terhadap barang atau jasa. Pelanggan puas apabila terjadi keselarasan antara harapan dengan kinerja yang mereka dapatkan dari barang atau jasa. Sebaliknya jika kinerja

[28] Mujde Aksoy and Ozer Yilmaz, Consumer Complaints and Complaint Management in The Tourism Sector, Part A, Vol. 108*, Contempory Studies in Economic and Finansial Analysis in: Managing Risk and Decision Making in Ties of Economic Distress*, 2022, hlm. 95.

barang atau jasa berada di bawah harapan maka pelanggan akan kecewa.[29] Sedangkan Kotler dalam Candrianto menyebutkan bahwa keluhan pelanggan adalah aspirasi yang timbul akibat ketidakpuasan terhadap barang atau jasa.[30]

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa keluhan tercipta karena produk atau jasa belum mampu memenuhi harapan pelanggan. Harapan yang belum terpenuhi inilah yang menyebabkan pelanggan tidak puas dan mendorong mereka untuk menunjukkan sikap negatif berupa penyampaian keluhan kepada perusahaan, baik secara tertulis maupun secara lisan. Dalam merespons keluhan, perusahaan perlu memanfaatkan berbagai keluhan yang datang agar keluhan tersebut bisa digunakan oleh perusahaan sebagai sarana untuk memperbaiki kembali hubungan dengan pelanggan yang kecewa.

b. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keluhan Pelanggan

Menurut Tjiptono terdapat beberapa faktor yang memengaruhi pelanggan untuk melakukan keluhan sebagai berikut:[31]

1) Tingkat kepentingan konsumsi yang dilakukan

Faktor ini berkaitan erat dengan tingkat kepentingan pelanggan dalam mengonsumsi produk atau jasa, berapa harga yang perlu dikorbankan pelanggan, berapa lama waktu yang dibutuhkan pelanggan dalam

---

[29] Filiz Aslan Cetin, Customer Complaints Management: A Conceptual View, Vol. 4, No. 11, *Atlas International Refereed Journal on Social Sciences*, 2018, hlm. 873.

[30] Candrianto, ... hlm. 27.

[31] Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, ... hlm. 252-253.

memperoleh produk atau jasa serta seberapa banyak *social visibility* yang diperoleh pelanggan tersebut. Dengan kata lain, pelanggan akan mengutarakan keluhan jika merasa bahwa produk atau jasa penting dan dalam memperolehnya diperlukan biaya dan waktu yang besar.

2) Tingkat ketidakpuasan pelanggan

Ketidakpuasan pelanggan akan mendorong pelanggan untuk mengutarakan keluhannya kepada perusahaan. Selama harapan pelanggan masih belum terpenuhi, maka saat itu juga keluhan akan terus berdatangan ke perusahaan.

3) Manfaat yang diperoleh dari komplain

Pelanggan akan menyampaikan keluhan jika merasa bahwa manfaat yang akan ia terima setelah mengutarakan keluhan sangat besar. Terdapat empat manfaat yang bisa diperoleh pelanggan karena telah menyampaikan keluhan. *Pertama*, manfaat emosional di mana pelanggan memiliki kesempatan untuk menagih haknya, menyampaikan kekesalan hingga menerima permintaan maaf dari perusahaan. *Kedua*, manfaat fungsional di mana pelanggan memiliki kesempatan untuk mendapatkan kembali uang ganti rugi, memperoleh produk atau jasa pengganti dan reparasi. *Ketiga*, mendorong agar kejadian yang sama tidak akan terulang lagi kepada pelanggan lain di masa depan. *Keempat*, mendorong perusahaan untuk memperbaiki produk atau meningkatkan kualitas jasa.

4) Pengetahuan dan pengalaman

Faktor ini berkaitan erat dengan bagaimana pengalaman pelanggan dalam mengonsumsi produk atau jasa mampu menghasilkan pemahaman pelanggan terkait produk dan jasa tersebut.

5) Sikap pelanggan terhadap keluhan

Dalam hal ini pelanggan percaya bahwa menyampaikan keluhan akan memberikan dampak positif. Semakin kuat kepercayaan ini, maka semakin kuat pula dorongan pelanggan untuk menyampaikan keluhan.

6) Tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi

Faktor ini berkaitan erat dengan berapa waktu yang dihabiskan dalam menyampaikan keluhan, prosedur dalam menyampaikan keluhan, dan berapa banyak biaya yang harus dikeluarkan dalam menyampaikan keluhan tersebut. Jika pelanggan merasa bahwa untuk menyampaikan keluhan ia harus melewati berbagai hal yang dirasa sulit, maka keinginan pelanggan untuk menyampaikan keluhan menjadi semakin rendah.

7) Peluang keberhasilan dalam melakukan komplain

Pelanggan cenderung menyampaikan keluhan jika menganggap bahwa peluang keberhasilan dalam menyampaikan keluhan sangat besar.

c. Tipe Keluhan Pelanggan

J Sigh dalam Zeithaml dkk menyatakan dalam merespons kegagalan produk atau jasa terdapat empat kategori keluhan pelanggan sebagai berikut:[32]

1) *Passives*

Dibandingkan dengan tipe keluhan pelanggan yang lain, tipe pasif memiliki kemungkinan yang paling kecil untuk menyebarkan informasi negatif kepada yang lain. Tipe pasif memilih diam dan tidak menyampaikan ketidakpuasan yang dialami kepada perusahaan. Hal ini disebabkan oleh cara pandang pelanggan tipe pasif yang menilai bahwa hasil yang akan diperoleh dari mengeluh kepada perusahaan tidak akan sebanding dengan waktu dan usaha yang telah mereka korbankan.

2) *Voicers*

Pelanggan ini menyampaikan keluhan secara aktif kepada perusahaan dengan dasar pandangan bahwa keluhan yang mereka sampaikan akan berguna bagi perusahaan dan pelanggan lainnya. Melalui pandangan inilah, mereka tidak ragu untuk memberikan kesempatan kedua kepada perusahaan.

3) *Irates*

Berbanding terbalik dengan tipe sebelumnya, tipe pemarah tidak akan memberikan kesempatan kedua kepada perusahaan. Hal ini

[32] Valarie A. Zeithaml dkk, *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 7th Edition*, (New York: McGraw-Hill, 2013), hlm. 187-188.

mendorong mereka untuk pindah menjadi pelanggan di perusahaan pesaing. Selain itu, tipe ini juga cenderung menyebarkan informasi negatif kepada perusahaan kepada teman dan kerabatnya.

4) *Activis*

Pelanggan tipe aktif cenderung menyampaikan keluhan kepada perusahaan, teman, kerabat atau pihak ketiga lainnya. Hal ini disebabkan oleh pandangan yang dimiliki oleh tipe aktif yang memandang bahwa setiap keluhan akan memberikan efek positif.

d. Metode Penyampaian Keluhan Pelanggan

Metode penyampaian keluhan merupakan cara yang digunakan oleh pelanggan agar bisa mengungkapkan ketidakpuasan yang dirasakan kepada perusahaan. Tujuan penyampaian keluhan ini bukan hanya meluapkan emosi, tetapi agar keluhan yang disampaikan bisa ditindaklanjuti oleh perusahaan. Terdapat beberapa cara yang ditempuh oleh pelanggan untuk menyampaikan keluhan sebagai berikut:[33]

1) Telepon

Pelanggan bisa menyampaikan keluhan melalui nomor telepon yang disediakan khusus oleh perusahaan untuk menerima keluhan, pertanyaan, dan saran dari pelanggan. Nomor telepon inilah yang nantinya akan menghubungkan pelanggan dengan pegawai yang bertugas untuk menyelesaikan keluhan pelanggan.

---

[33] Muwafik Saleh, *Komunikasi Pelayanan Publik*, (Malang: Intrans Publishing, 2021), hlm. 198-200.

2) SMS

Sama seperti metode yang pertama, metode SMS mengharuskan perusahaan agar menyediakan nomor telepon khusus yang diketahui dan mudah diakses oleh pelanggan untuk menyampaikan keluhan mereka. Melalui nomor telepon tersebut, pegawai bisa menerima segala macam keluhan pelanggan.

3) *Facsimile*

Metode ini bisa ditempuh pelanggan jika pelanggan ingin menyampaikan keluhan secara tertulis dengan tujuan agar keluhan bisa disampaikan secara rinci dan lengkap kepada perusahaan.

4) Surat pos

Surat pos memberikan kesempatan kepada pelanggan agar pelanggan bisa menyampaikan keluhan lewat surat yang akan dikirim petugas pos.

5) Email atau media pengaduan *online*

Metode ini menuntut perusahaan agar menyediakan *website* yang akan dikelola oleh pegawai untuk menerima keluhan dari pelanggan secara *online* dan memberikan *feedback* atas keluhan tersebut.

6) Kontak langsung

Dalam hal ini perusahaan harus membentuk satu unit atau tim yang khusus bertugas menerima keluhan pelanggan secara langsung. Metode ini menuntut perusahaan agar memiliki mekanisme pengelolaan keluhan yang terstruktur dan responsif.

e. Proses Penanganan Keluhan

Proses penanganan keluhan merupakan langkah-langkah yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam rangka menyelesaikan atau mencari solusi atas keluhan yang masuk ke perusahaan. Prosedur keluhan ini bermanfaat agar setiap keluhan yang masuk dapat ditindaklanjuti secara terstruktur. Selain itu, melalui prosedur ini pegawai memiliki kepercayaan dan pemahaman yang kuat untuk menyelesaikan keluhan pelanggan tanpa dibebani perasaan ragu atau kikuk untuk menyelesaikan keluhan tersebut. Langkah-langkah penanganan keluhan adalah sebagai berikut ini:[34]

1) Menciptakan pendekatan umum dalam menangani keluhan. Perusahaan harus menciptakan budaya yang ditanamkan kepada seluruh karyawan agar memiliki pandangan yang sama dengan pelanggan. Untuk mencapai kesamaan pandangan ini, maka karyawan harus berempati dengan pelanggan.
2) Menganalisis keluhan secara benar. Perusahaan harus menganggap bahwa keluhan merupakan kesempatan yang bisa dimanfaatkan untuk memperbaiki ketidakpuasan pelanggan. Dalam hal ini, karyawan dan manajer menganalisis keluhan dengan menetapkan apakah keluhan yang masuk merupakan keluhan besar atau keluhan kecil.

[34] Didin Fatihudin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm. 221-224.

3) Menanamkan perasaan tanggung jawab. Karyawan harus bertanggungjawab apabila sebuah keluhan telah teridentifikasi secara jelas. Tanggung jawab ini mengharuskan karyawan untuk mengambil tindakan yang tepat guna menyelesaikan keluhan tersebut.
4) Menentukan prosedur eskalasi. Prosedur eskalasi dilakukan apabila keluhan yang masuk merupakan keluhan yang tidak bisa diselesaikan secara mandiri pada tingkat awal. Untuk menangani keluhan ini maka perusahaan bisa:
    a) Konsultasi dengan pihak berwewenang lebih tinggi
    b) Membuat rincian kejadian di dalam sebuah laporan
    c) Menghubungi pengacara perusahaan
    d) Menghubungi polisi
5) Menyelesaikan keluhan. Karyawan harus menyelesaikan keluhan secara serius dengan menganalisis fakta yang telah disampaikan oleh pelanggan.
6) Menandatangani *form* keluhan pelanggan. Superior harus menandatangani *form* keluhan pelanggan apabila keluhan telah selesai ditindaklanjuti oleh karyawan.
7) Dasar acuan korektif internal. Penyelesaian keluhan juga dijadikan sebagai dasar acuan untuk menetapkan apakah kemampuan karyawan atau sistem memerlukan perbaikan dalam menangani keluhan pelanggan.

8) Evaluasi kepuasan pelanggan. Setelah keluhan berhasil ditindaklanjuti, perusahaan bisa menghubungi kembali pelanggan untuk memastikan kepuasan pelanggan.
9) Analisis keluhan secara periodik. Perusahaan perlu memastikan bahwa seluruh keluhan yang masuk disimpan untuk menganalisis tren atau kecenderungan keluhan secara teratur. Hasil analisis ini dijadikan dasar bagi manajemen senior untuk memperbaiki produk dan layanan.

f. Dimensi Keluhan Pelanggan

Tjiptono menjelaskan bahwa penanganan komplain memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk atau jasa perusahaan yang puas (atau bahkan menjadi pelanggan abadi). Lebih lanjut, menurut Tjiptono terdapat empat aspek penanganan keluhan sebagai berikut:[35]

1) Empati terhadap pelanggan yang marah

Perusahaan harus memberikan kesempatan kepada pelanggan agar menyampaikan segala keluhan terkait dengan produk atau jasa perusahaan. Hal ini menuntut perusahaan agar bersedia memberikan waktu kepada pelanggan dan berusaha memahami kondisi pelanggan tersebut. Lebih jauh, perusahaan harus sabar dalam menangani berbagai keluhan yang masuk ke perusahaan. Tujuannya agar perusahaan bisa memahami masalah dan menemukan solusi yang memuaskan bagi kedua belah pihak.

[35] Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, ... hlm. 254-255.

2) Kecepatan dalam penanganan keluhan.

Perusahaan yang memiliki respons sigap terhadap berbagai keluhan yang datang dari pelanggan akan menciptakan kepuasan tersendiri bagi pelanggannya. Jangan sampai ketidakpuasan yang telah dirasakan oleh pelanggan menjadi semakin parah akibat kelalaian perusahaan dalam merespons keluhan pelanggan.

3) Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan

Dalam hal ini upaya yang diambil perusahaan dalam menangani atau memproses keluhan pelanggan harus menghasilkan solusi yang mampu memberikan keadilan bagi semua pihak. Baik itu keadilan bagi pelanggan maupun keadilan bagi perusahaan itu sendiri.

4) Kemudahan konsumen untuk menghubungi perusahaan

Aspek ini menekankan agar perusahaan memberikan kemudahan bagi pelanggannya dalam menyampaikan keluhan, komentar, saran hingga pertanyaan. Salah satu cara yang bisa digunakan oleh perusahaan adalah dengan menyediakan akses komunikasi yang sederhana dan tidak memberatkan bagi pelanggan, baik dari segi biaya maupun penggunaannya. Layanan telepon bebas pulsa atau *website* merupakan beberapa bentuk sarana komunikasi yang bisa digunakan oleh perusahaan dalam menampung keluhan pelanggan.

Lebih jauh, Moshe Davidow melakukan analisis lebih mendalam dan menemukan bahwa terdapat enam dimensi respons perusahaan yang

akan memengaruhi perilaku pelanggan setelah keluhan. Menurutnya, cara suatu organisasi menanggapi keluhan dapat memiliki dampak besar pada perilaku konsumen pelanggan setelah keluhan, mulai dari niat untuk membeli kembali hingga kemungkinan untuk terlibat dalam aktivitas *word-of-mouth*, dan bahkan dapat memengaruhi nilai pesan *word-of-mouth*.

Moshe Davidow menegaskan bahwa penelitian yang ada telah memberikan wawasan yang signifikan tentang kapan, mengapa, dan untuk siapa pengaduan dipilih sebagai respons terhadap kegagalan produk, penelitian tersebut tidak cukup mengatasi masalah bagaimana penanganan keluhan oleh organisasi memengaruhi tindakan pelanggan selanjutnya (aktivitas pasca pembelian konsumen). Berikut ini adalah gambaran singkat tentang dimensi respons organisasi:[36]

1) Ketepatan waktu merupakan kecepatan yang dirasakan oleh pelanggan dalam menanggapi atau menangani keluhan.
2) Fasilitas merupakan kebijakan, prosedur, dan struktur yang dimiliki perusahaan untuk mendukung pelanggan dalam mengajukan keluhan dan berkomunikasi.
3) Ganti rugi merupakan manfaat atau hasil tanggapan yang diterima pelanggan dari organisasi sebagai respons terhadap keluhan.
4) Permohonan maaf merupakan pengakuan dari organisasi terhadap penderitaan yang dialami oleh pengadu.

[36] Moshe Davidow, Organizational Responses to Customer Complaints: What Works and What Doesn't, Vol. 5, No. 3, *Journal of Service Research*, 2003, hlm. 232.

5) Kredibilitas merupakan kesediaan organisasi untuk memberikan penjelasan atau pertanggungjawaban atas masalah yang terjadi.
6) Keterlibatan merupakan komunikasi interpersonal dan interaksi antara perwakilan organisasi dan pelanggan.

2. Kualitas Produk

a. Definisi Kualitas Produk

Kotler dan Armstrong menganggap kualitas produk sebagai salah satu sarana *positioning* utama pemasar. Di mana *positioning* merupakan strategi yang dilakukan oleh perusahaan agar produk yang tercipta memiliki tempat khusus di benak konsumen dengan memandang produk memiliki keunggulan dan perbedaan dibandingkan produk pesaing. Lebih jauh, Kotler dan Armstrong menjelaskan bahwa kualitas akan memberikan dampak langsung terhadap kinerja produk atau jasa, yang pada akhirnya akan turut menentukan nilai dan kepuasan pelanggan. Bahkan kualitas dipandang sebagai proses untuk menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan.[37]

Hal yang sama diungkapkan oleh Nurfauzi dkk yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan upaya perusahaan dalam bersaing di pasar untuk menciptakan produk atau layanan yang memiliki perbedaan signifikan dengan produk atau layanan milik pesaing.[38] Lebih jauh Irona dan

[37] Philip Kotler dan Gary Armstrong, ... hlm. 272.

[38] Yogi Nurfauzi dkk, Literature Review: Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif, Vol. 4, No. 1, *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 2023, hlm.184.

Triyani mengungkapkan bahwa kualitas merupakan prioritas penting perusahaan dalam menawarkan produk kepada konsumen. Semakin baik kualitas produk, maka semakin meningkat pula keyakinan konsumen untuk membeli produk yang telah ditawarkan oleh perusahaan tersebut.[39]

Berdasarkan pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan perbedaan atau keunggulan produk yang membuat konsumen lebih mudah mengenali produk tersebut di antara banyaknya produk pesaing. Konsumen dan calon konsumen akan semakin yakin untuk membeli produk yang memiliki kualitas tinggi. Di mana produk dengan kualitas tinggi akan memberikan kinerja yang maksimal dalam memenuhi kebutuhan hingga membuat konsumen puas. Dengan demikian, perusahaan harus memprioritaskan kualitas produk agar meyakinkan konsumen dan mampu mengungguli produk pesaing.

b. Dimensi Kualitas Produk

Terdapat beberapa ahli yang memberikan pandangannya terhadap dimensi produk. *Pertama*, Gaspersz dalam Dikdik dan Iqbal Arraniri menyatakan bahwa terdapat tujuh aspek yang bisa dijadikan dasar bagi perusahaan agar bisa menciptakan produk yang memiliki keunikan dibanding produk milik perusahaan pesaing sebagai berikut:[40]

---

[39] Vitra Della Irona dan Marissa Triyani, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen: Kualitas Produk, Harga dan Promosi, Vol. 1, No. 1, *JIM: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 2022, hlm. 181.

[40] Dikdik dan Iqbal Arraniri, *Experimental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*, (Kesambi: Insania, 2021), hlm. 35-38.

1) *Performance*

Dimensi *performance* mengacu kepada kemampuan sebuah produk pada saat digunakan. Konsumen menganggap produk memiliki kinerja yang baik apabila mampu memenuhi harapan konsumen tersebut. Di mana pembentukan harapan konsumen juga dipengaruhi oleh *functional value of product* yang telah dijanjikan oleh perusahaan.

2) *Reability*

Reability mengacu kepada konsistensi kinerja produk pada saat digunakan oleh konsumen. Produk yang reliabel mampu membuat konsumen percaya bahwa produk tersebut berfungsi secara stabil saat digunakan.

3) Features

Dimensi ini menekankan keberadaan fitur tambahan yang ada dalam suatu produk dengan fungsi untuk melengkapi atau menyempurnakan produk tersebut.

4) *Conformance*

Dimensi *conformance* sangat berkaitan erat dengan standar produk yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Apabila seluruh produk yang diciptakan oleh perusahaan identik dan telah memenuhi standar yang ditetapkan, maka produk tersebut sudah bisa dikatakan akurat. Dalam hal ini, standar produk yang telah ditetapkan sengaja dirancang khusus oleh perusahaan guna memenuhi kebutuhan konsumennya.

5) *Durability*

Dimensi *durability* mengacu kepada daya tahan produk pada saat digunakan oleh konsumen dalam jangka waktu tertentu. Secara sederhana *durability* menunjukkan berapa usia produk saat digunakan oleh konsumen, baik penggunaan dalam kondisi normal atau kondisi berat.

6) *Service ability*

Mengacu kepada respons cepat yang dimiliki oleh perusahaan dalam memperbaiki produk rusak atau gagal.

7) *Aesthethics*

Aesthethics merupakan dimensi kualitas produk yang menunjukkan tampilan produk yang dinilai melalui panca indera terdiri dari warna, desain, bentuk, bau, dan sebagainya.

8) *Customer perceived quality*

Customer perceived quality merupakan persepsi konsumen atas suatu produk tanpa memiliki pemahaman yang cukup terhadap produk tersebut. Dalam hal ini konsumen memberikan persepsi terhadap produk dengan cara mengaitkan produk dengan harga, merek ataupun negara yang memproduksi produk tersebut.

Kedua, Sangadji dan Sopiah menyatakan terdapat tujuh dimensi dasar dari kualitas sebagai berikut:[41]

[41] Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), hlm. 188-189.

1) Kinerja

Dimensi kinerja menekankan seberapa baik barang atau jasa bekerja sesuai dengan fungsi utamanya. Hal ini juga mencakup kelengkapan atribut yang ditawarkan, ketepatan penggunaan serta kemampuan pegawai dalam membantu menyelesaikan masalah dan memberikan informasi.

2) Interaksi pegawai

Mencakup keramahan, sikap hormat, empati dan keahlian pegawai yang memengaruhi kepercayaan konsumen.

3) Reliabilitas

Reliabilitas merupakan dimensi yang menunjukkan konsistensi kinerja barang, jasa, dan toko.

4) Daya tahan

Mencakup lamanya umur produk dan kekuatan fisik yang dimiliki produk tersebut.

5) Ketepatan waktu dan kenyamanan

Seberapa cepat produk diserahkan atau diperbaiki, seberapa cepat informasi atau jasa diberikan, kenyamanan pembelian dan proses jasa, termasuk penerimaan kartu kredit, jam kerja toko, dan tempat parkir.

6) Estetika

Mencakup penampilan fisik barang atau toko, daya tarik penyajian jasa, serta suasana yang dirasakan pelanggan saat menerima produk atau layanan.

7) Kesadaran akan merek

Mencakup pengaruh tambahan baik positif maupun negatif yang muncul dari reputasi merek atau nama toko terhadap penilaian konsumen. Sangadji dan Sopiah juga berpendapat bahwa kepuasan konsumen merupakan hal yang utama dalam kompetisi bisnis yang ketat saat ini. Di mana produk dan layanan yang berkualitas berperan peting dalam membentuk kepuasan konsumen tersebut. Semakin berkualitas produk dan layanan yang diberikan oleh perusahaan, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.[42]

3. Kepuasan Pelanggan

a. Definisi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan terjadi jika harapan mereka mampu dipenuhi atau bahkan terlampaui merupakan definisi kepuasan yang dikemukakan oleh Richard F. Gerson. Lebih jauh, Richard menjelaskan bahwa pelanggan memiliki harapan agar produk dan jasa yang mereka beli berfungsi dengan baik. Pelanggan akan puas jika produk dan jasa yang mereka beli memiliki kinerja yang baik. Sebaliknya, pelanggan akan merasa tidak puas jika kinerja produk atau jasa tidak sesuai dengan harapan mereka. Dalam hal ini, penjual perlu menemukan solusi agar ketidakpuasan pelanggan bisa diperbaiki kembali. Namun, jika solusi tersebut masih belum mampu

[42] Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, ... hlm. 182.

memuaskan pelanggan, maka pelanggan akan memilih beralih ke penjual lain.[43]

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Sasongko yang menyatakan bahwa kepuasan terjadi pada saat pelanggan merasa senang karena kebutuhan dan keinginan mereka terpenuhi. Pelanggan akan puas jika hasil evaluasi antara harapan dengan kinerja produk jasa yang mereka terima sesuai atau bahkan melebihi harapan.[44] Lebih jauh, Lovelock dalam Indrasari menyatakan bahwa kepuasan mengacu kepada kondisi emosi pelanggan, di mana respons pelanggan setelah melakukan pembelian bisa menjadi marah, jengkel, tidak puas, netral, atau bahkan gembira.[45]

Berdasarkan pendapat dari para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang muncul dalam diri pelanggan akibat membandingkan antara apa yang telah ia terima setelah menggunakan produk/jasa dengan apa yang ia harapkan sebelum menggunakan produk/jasa. Di mana perasaan yang muncul tersebut terdiri dari perasaan senang, puas, jengkel, kecewa, marah atau bahkan netral. Jika kinerja produk/jasa berada di atas harapan, maka pelanggan akan puas. Sebaliknya jika kinerja produk berada di bawah harapan, maka pelanggan akan tidak puas.

---

[43] Richard F. Gerson, *Measuring Customer Satisfaction*, (California: Crisp Publications, 1993), hlm. 5.

[44] Sambodo Rio Sasongko, Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran), Vol. 3, No. 1, *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2021, hlm. 106.

[45] Meithiana Indrasari, ... hlm. 82-87.

b. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Pelanggan

Zeithaml dkk mengemukakan bahwa terdapat lima faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan:[46]

1) *Product and service features*

Fitur yang terdapat pada produk atau jasa berperan penting dalam menciptakan penilaian yang baik di mata pelanggan. Di mana persepsi baik yang dimiliki oleh pelanggan mampu mendorong munculnya perasan puas dalam diri pelanggan itu sendiri.

2) *Consumer emotion*

Dalam hal ini suasana hati pelanggan memiliki kemampuan untuk memengaruhi penilaian atau persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa. Pelanggan yang gembira cenderung memberikan penilaian positif terhadap produk atau jasa. Pelanggan dengan suasana hati sensitif cenderung memberikan penilaian negatif terhadap produk atau jasa.

3) *Attribution for service success or failure*

Pelayanan yang diberikan perusahaan akan menghasilkan dua jenis pelayanan, yaitu pelayanan berhasil dan pelayanan gagal. Pelanggan yang menilai bahwa pelayanan yang ia terima tidak memenuhi harapannya akan berusaha untuk mencari tahu penyebab kegagalan pelayanan tersebut. Melalui upaya tersebut nantinya tingkat kepuasan pelanggan akan dipengaruhi.

---

[46] Valarie A. Zeithaml dkk, ... hlm. 81-83.

4) ***Perception of equity and fairness***

Pelanggan cenderung mengevaluasi diri pasca pembelian dengan pertanyaan: Apakah harga yang dikorbankan untuk mendapatkan produk atau jasa sudah sepadan? Apakah perlakuan yang ia terima dari perusahaan sama sama adil dengan perlakuan yang diterima oleh pelanggan lain? Pertanyaan evaluasi seperti inilah yang nantinya akan turut memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

5) ***Other customer, family member, and coworkers***

Cerita puas atau ketidakpuasan yang didengar oleh pelanggan dari keluarga atau kolega kerja akan memengaruhi tingkat kepuasannya terhadap produk atau jasa.

Berbeda dengan pendapat Zeithml di atas, Sugandhi memberikan pandangan berbeda dalam menilai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Sughandi kepuasan pelanggan dibentuk oleh dua faktor sebagai berikut:[47]

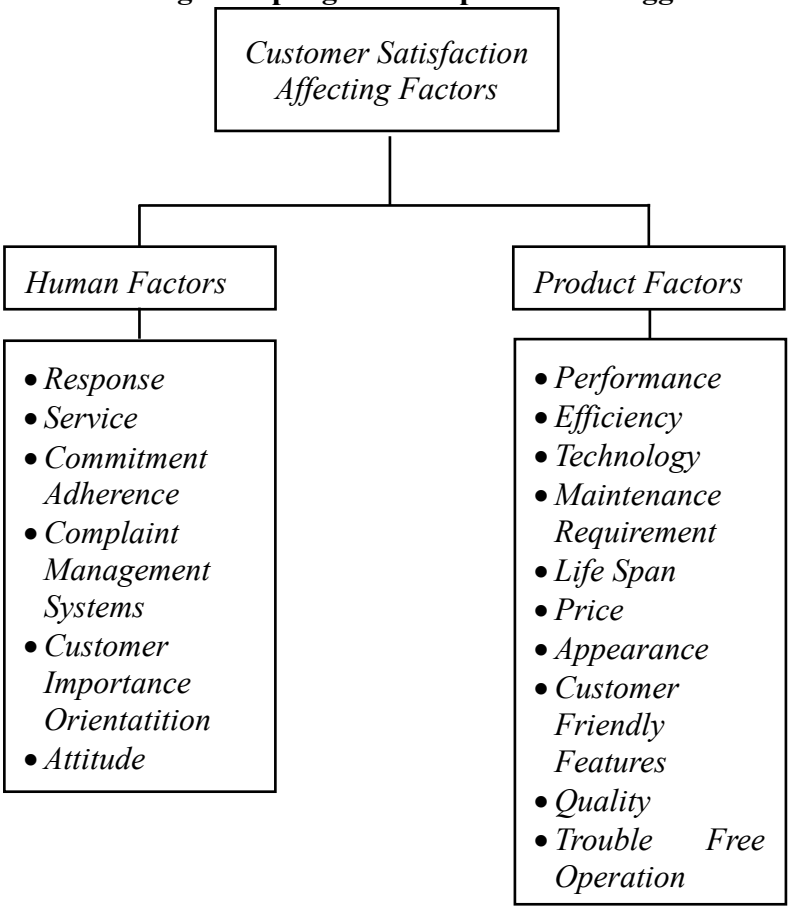
1) Faktor manusia yang terdiri dari respons, pelayanan, komitmen kepatuhan, sistem manajemen keluhan, orientasi kepentingan pelanggan, dan sikap. Di mana respons, pelayanan, dan penanganan keluhan merupakan faktor yang sangat bergantung terhadap sikap dan keterampilan sumber daya manusia yang dimiliki oleh penjual atau penyedia jasa. Dalam hal ini, Sugandhi berpendapat bahwa kepuasan

[47] R. K. Sughandi, ... hlm. 112-113.

pelanggan merujuk kepada ringkasan pelanggan tentang perilaku penjual atau penyedia.

2) Faktor produk yang terdiri dari kinerja, efisiensi, teknologi, kebutuhan perawatan, masa pakai, harga, penampilan, fitur ramah bagi pelanggan, kualitas, dan operasi bebas masalah. Di mana pelanggan cenderung memilih penjual atau penyedia layanan yang memberikan nilai lebih atas uang yang telah dikorbankan pelanggan dalam mendapatkan produk yang memberikan kenyamanan dan kepuasan. Jika produk sering mengalami kerusakan atau memerlukan perhatian secara berkala, hal ini akan menjadi sumber ketidaknyamanan bagi pelanggan dan menimbulkan kerugian finansial. Tidak hanya itu, peralatan yang tidak beroperasi secara efisien dan mengonsumsi sumber daya yang lebih tinggi akan menimbulkan kekhawatiran dan masalah baru bagi pelanggan.

Bagan 2. 1
Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan



Sumber: R. K. Sughandi, *Customer Relationship Management*, New Delhi: New Age Internasional Publishers, hlm. 113.

c. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Mengingat kepuasan pelanggan memegang peranan yang sangat besar terhadap keberlangsungan sebuah perusahaan, maka perlu dipahami bagaimana cara mengukur kepuasan pelanggan. Hal ini harus dikuasai agar kepuasan pelanggan bisa dipertahankan atau bahkan bisa ditingkatkan lebih jauh oleh perusahaan. Dalam hal ini, Kotler dan Keller dalam Dewa

dkk menyatakan bahwa terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan:[48]

1) Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang menghendaki agar pelanggannya merasa puas akan memberikan kebebasan bagi pelanggannya untuk menyampaikan keluhan, komentar, saran, dan pertanyaan kepada perusahaan. Agar seluruh aspirasi pelanggan bisa sampai ke perusahaan, maka perusahaan akan menyediakan sarana/saluran komunikasi agar pelanggan bisa mengkomunikasikannya langsung kepada perusahaan. Tujuannya agar perusahaan bisa mengumpulkan seluruh keluhan tadi dan menggunakan keluhan sebagai dasar acuan untuk memperbaiki produk atau jasa perusahaan.

2) *Ghost/mystery shopping*

Perusahaan bisa mengutus beberapa orang untuk menjadi *ghost shopper* secara diam-diam. Tujuan utamanya adalah agar *ghost shopper* bisa memberikan informasi kepada perusahaan tentang keunggulan dan kelemahan perusahaan tersebut. Hal ini dikarenakan *ghost shopper* ditugaskan untuk menjadi pelanggan, baik itu pelanggan di perusahaan pesaing maupun pelanggan di dalam perusahaan itu sendiri.

Ghost shopper yang berpura-pura menjadi pelanggan di perusahaan pesaing akan menilai dan membandingkan kinerja antara

[48] Chriswardana Bayu Dewa dkk, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Expert, 2022), hlm. 128-130.

perusahaan pesaing dengan perusahaan yang menugaskannya. Sedangkan *ghost shopper* yang menjadi pelanggan di perusahaan yang telah mengutusnya akan memperhatikan bagaimana karyawan bekerja dan memperlakukan pelanggan.

3) *Lost customer analysis*

Metode ini mengharuskan perusahaan untuk menghubungi pelanggan yang berhenti membeli produk atau jasa perusahaan. Tujuannya adalah agar perusahaan mengetahui penyebab pelanggan tersebut beralih ke perusahaan lain. Dengan mengetahui penyebab tersebut, perusahaan berupaya untuk mengambil tindakan lebih lanjut agar peristiwa beralihnya pelanggan tidak terjadi lagi.

4) Survei kepuasan pelanggan

Metode ini akan memberikan sejumlah informasi berharga bagi perusahaan. Melalui survei kepuasan, perusahaan bisa memperoleh *feedback* dari pelanggan melalui, telepon, email, dan bahkan wawancara.

d. Indikator Kepuasan Pelanggan

Hawkins dan Lonney dalam Candrianto menyatakan indikator kepuasan pelanggan terdiri dari:[49]

1) Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi:

[49] Candrianto, ... hlm. 61.

a) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
b) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
c) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

2) Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:
   a) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
   b) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengonsumsi produk.
   c) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
3) Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:
   a) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
   b) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

c) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengonsumsi sebuah produk jasa.

4. Pembiayaan *Murabahah*

a. Pengertian Pembiayaan *Murabahah*

Ibnu Qudamah beserta *fuqaha* Hambali dalam Muchsony dan Mursyid berpendapat bahwa *murabahah* adalah penjualan pada biaya modal ditambah dengan keuntungan yang diketahui, pengetahuan atas biaya modal merupakan persyaratan atasnya.[50] Selanjutnya Nurhayati dalam Muhammadiah dan Zulhamdi mendefinisikan *murabahah* sebagai transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dengan tambahan keuntungan (margin) yang disepakati oleh kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli.[51] Lebih jauh lagi Hasan dalam Rahmawati mendefinisikan *murabahah* sebagai akad jual beli di mana bank menyediakan barang kepada nasabah dengan harga yang disepakati, termasuk margin keuntungan bagi bank.[52]

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *murabahah* merupakan akad jual beli barang atau komoditas yang mengikat antara penjual dan pembeli. Di mana penjual wajib menyatakan harga perolehan

---

[50] Fajar Muchsony dan Mursyid, Pembiayaan *Murabahah* Pada Perbankan Syariah di Indonesia, Vol. 8, No. 3, *Rayah al-Islam*, 2024, hlm. 1527.

[51] Muhammadiah dan Zulhamdi, Implementasi *Murabahah* pada Perbankan Syariah, Vol. 1, No.1, *al-Hiwalah*, 2022, hlm. 55.

[52] Anida Rahmawati, Dominasi *Murabahah* dalam Pembiayaan Bank Syariah Indonesia, Vol. 10, No. 10, *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 2024, hlm. 5804.

barang dan margin keuntungan yang diambil dalam menjual barang tersebut kepada pembeli. Dengan kata lain, penjual harus memberi tahu pembeli tentang harga pembelian barang dan menyatakan jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya tersebut. keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

b. Dasar Hukum Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *murabahah* didasarkan pada firman Allah dalam surat al-Baqarah ayat 275 di bawah ini:[53]

ٱلَّذِينَ يَأْكُلُونَ ٱلرِّبَوٰاْ لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ ٱلَّذِى يَتَخَبَّطُهُ ٱلشَّيْطَٰنُ مِنَ ٱلْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوٓاْ إِنَّمَا ٱلْبَيْعُ مِثْلُ ٱلرِّبَوٰاْ ۗ وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلْبَيْعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْ ۚ فَمَن جَآءَهُۥ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِۦ فَٱنتَهَىٰ فَلَهُۥ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُۥٓ إِلَى ٱللَّهِ ۖ وَمَنْ عَادَ فَأُوْلَٰٓئِكَ أَصْحَٰبُ ٱلنَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَٰلِدُونَ

Artinya: "*Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat): "Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba," padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Rabbnya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang mengulangi (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya*". (Q.S Al-Baqarah ayat 275).

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah SWT memperbolehkan jual beli dan mengharamkan riba. Salah satu alasan Allah SWT.

[53] Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahan* (Jakarta: Pustaka al-Kaustar, 2020), hlm. 47.

memperbolehkan jual beli adalah untuk *kemashlahatan* umat manusia. Di sisi lain Allah SWT. mengharamkan riba karena tidak ada unsur *mashlahat* bagi diri sendiri maupun masyarakat sekitar. Dengan kata lain, jual beli harus selalu dilakukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan mendatangkan manfaat bagi kedua belah pihak sehingga tidak ada pihak yang dirugikan. Konsep *mashlahat* inilah yang mendasari diperbolehkannya transaksi jual beli dalam Islam.

Selain firman Allah di atas, Rasulullah SAW juga bersabda tentang transaksi jual beli sebagai berikut ini:[54]

حَدَّثَنَا الْعَبَّاسُ بْنُ الوَلِيدِ الدِّمَشْقِيُّ، حَدَّثَنَا مَرْوَانُ بْنُ مُحَمَّدٍ، حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ,عَنْ دَاوُدَ بْنِ صَالِحٍ المَدِينِيِّ، عَنْ أَبِيهِ، قَالَ: سَمِعْتُ أَبَا سَعِيدٍ الْخُدْرِيَّ يَقُولُ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : إِنَّمَا البَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ

Artinya: *"Telah menceritakan kepada kami Al Abbas bin Al Walid Ad Dimasyqi berkata: telah menceritakan kepada kami Marwan bin Muhammad berkata: telah menceritakan kepada kami Abdul Aziz bin Muhammad dari Dawud bin Shalih Al Madini dari Bapaknya berkata: aku mendengar Abu Sa'id ia berkata: "Rasulullah saw. bersabda "Sesungguhnya jual beli (harus) atas dasar saling ridha (suka sama suka)".* (HR. Ibnu Majjah, No. 2176).

Hadis di atas menjelaskan bahwa semua transaksi jual beli dalam Islam harus didasarkan pada *keridhaan* bersama antara penjual dan pembeli. Prinsip ini penting untuk memastikan bahwa transaksi dilakukan secara adil, tanpa paksaan, dan dengan rasa puas dari kedua belah pihak.

[54] Husnul Hidayati dan Suharti, *Hadis-Hadis Fiqh Muamalah*, (Mataram: UIN Mataram Press,2024), hlm. 34-35.

Islam sangat menekankan keadilan dan kejujuran dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam urusan ekonomi dan perdagangan.

c. Rukun dan Syarat Pembiayaan *Murabahah*

Dalam pelaksanaan akad *murabahah* terdapat beberapa rukun beserta syarat yang harus dipenuhi sebagai berikut:[55]

1) Pelaku akad yang terdiri dari penjual (*ba'i*) dan pembeli (*musytari*)

Pelaku akad disyaratkan sudah *baligh*, berakal, sudah cakap hukum dan tidak ada paksaan. Dalam aplikasi di koperasi syariah/KSPPS/USPPS biasanya yang bertindak sebagai penjual adalah pihak koperasi syariah/KSPPS/USPPS, dan yang bertindak sebagai pembeli adalah anggota. Hal ini dikarenakan bahwa kasus yang terjadi di mana anggota yang menginginkan sebuah barang (menjadi calon pembeli) yang datang ke koperasi syariah/ KSPPS/USPPS untuk membeli barang tersebut. Dan barang yang diinginkan anggota tersebut kebanyakan tidak langsung tersedia koperasi syariah/KSPPS/USPPS tersebut, sehingga pihak koperasi syariah/ KSPPS/ USPPS harus membelikan terlebih dahulu ke pihak ketiga (*supplier* atau toko).

2) Objek akad (*mabi'*)

Objek akad meliputi barang dan harga yang diperjual belikan. Terkait dengan objek akad atau barang yang menjadi objek jual beli, DSN menyatakan bahwa dalam jual beli *murabahah* barang yang

[55] Sukmayadi, ... hlm. 118-120.

diperjualbelikan bukanlah barang yang diharamkan oleh syariah Islam. DSN mensyaratkan koperasi syariah/KSPPS/USPPS membeli barang yang diperlukan oleh anggota dengan atas nama koperasi syariah/KSPPS/USPPS dan koperasi syariah/KSPPS /USPPS harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian kepada anggota dan koperasi syariah/ KSPPS/ USPPS harus memiliki terlebih dahulu aset yang akan dijualnya kepada anggota.

3) Harga barang (*tsaman*)

Harga barang harus dinyatakan secara transparan (harga pokok dan komponen keuntungan) dan cara pembayarannya disebutkan dengan jelas. Dalam menjual barang dengan harga jual Fatwa DSN mensyaratkan koperasi syariah/KSPPS/USPPS harus memberi tahu secara jujur harga pokok barang kepada anggota koperasi syariah/KSPPS/USPPS berikutnya biaya yang diperlukan.

4) Pernyataan Serah Terima (*Ijab Qabul*)

Ijab dan *Qabul* merupakan pernyataan kehendak para pihak yang berakad, baik secara lisan, tertulis, atau secara diam-diam. Akad *murabahah* memuat semua hal yang terkait dengan posisi mengikat bagi kedua belah pihak dan mencantumkan berbagai hal, antara lain sebagai berikut:

a) Nama notaris serta informasi tentang waktu dan tempat penandatanganan akad.
b) Identitas pihak pertama, dalam hal ini pihak yang akan mewakili koperasi syariah/KSPPS/USPPS.

c) Identitas pihak kedua, dalam hal ini anggota yang akan membeli barang dengan didampingi oleh suami/istri yang bersangkutan sebagai ahli waris.
d) Bentuk akad beserta penjelasan akad.
e) Kesepakatan-kesepakatan yang disepakati, meliputi kesepakatan tentang fasilitas pembiayaan dan penggunaannya, pembayaran dan jangka waktu, realisasi fasilitas pembiayaan, pengutamaan pembayaran, biaya dan pengeluaran, jaminan, syarat-syarat penarikan fasilitas pembiayaan, peristiwa cedera janji, pernyataan dan jaminan, kesepakatan untuk tidak berbuat sesuatu, penggunaan fasilitas pembiayaan, pajak-pajak, dan penyesuaian sengketa.

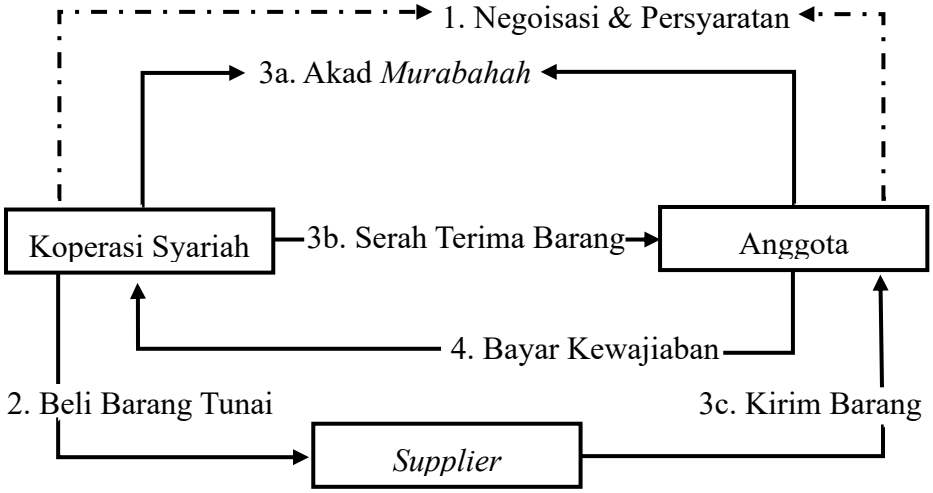
d. Aplikasi Pembiayaan *Murabahah*

Murabahah pada koperasi syariah/KSPPS/USPPS biasanya terjadi dengan diawali saat anggota menginginkan suatu barang yang dikehendaki. Kemudian pihak koperasi syariah/KSPPS/USPPS akan mengkonfirmasi dan membelikan barang yang dipesan anggota (pembeli) kepada pihak ketiga (*supplier* atau toko). Koperasi Syariah/KSPPS/USPPS membeli barang tersebut dengan tunai, dan barang tersebut tidak lantas masuk barang aktiva tetap koperasi syariah, karena barang yang dibeli akan dijual kembali kepada anggota, jadi hanya sebagai aset *murabahah*.

Kemudian setelah barang sudah dibelanjakan dan sudah di kantor koperasi syariah/KSPPS/USPPS, pihak atau petugas koperasi syariah/KSPPS/USPPS memberitahukan kepada anggota (pembeli) untuk

melakukan akad transaksi *murabahah*. Koperasi Syariah/KSPPS/USPPS sebagai penjual menentukan harga jual kepada anggota (pembeli), dengan cara menambahkan profit dari harga pokok pembelian ditambah biaya-biaya. Selanjutnya barang diserahkan kepada anggota (pembeli), dan selanjutnya pembeli melakukan angsuran sesuai yang sudah disepakati.

Bagan 2. 2
Skema Akad Pembiayaan *Murabahah*



Sumber*:* Sukmayadi, Koperasi Syariah Dari Teori Untuk Praktek, Bandung: Alfabeta, hlm. 13.

B. Kajian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti telah meninjau enam penelitian terdahulu yang relevan dengan topik "Pengaruh Penanganan Keluhan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* di Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar". Telah banyak penelitian terdahulu yang membahas topik ini. *Pertama*, penelitian oleh Nurcahyo dan Solekah dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Koperasi Syariah Murni Amanah Sejahtera Malang)" menunjukkan bahwa variabel kualitas

pelayanan, penanganan komplain, dan kualitas produk secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Koperasi Syariah Murni Amanah Sejahtera Malang.[56]

Perbedaan penelitian terletak pada indikator penanganan keluhan dan indikator kualitas produk yang dijadikan acuan dalam mengukur kepuasan nasabah. Penelitian terdahulu ini lebih membatasi indikator penanganan keluhan dengan tidak memasukkan indikator empati terhadap pelanggan yang mengeluh. Penelitian terdahulu juga tidak menggunakan dimensi kualitas produk dari Sangdji dan Sopiah. Selain itu penelitian terdahulu ini menggunakan teknik *accidental sampling* sedangkan penulis menggunakan teknik *sampling* jenuh.

Kedua, penelitian oleh Nabilah dan Khusnudin dengan judul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah BSI di Kota Pasuruan" menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kinerja karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI Kota Pasuruan. Sedangkan harga dan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.[57] Perbedaan penelitian terletak pada fokus penelitian. Di mana penelitian terdahulu fokus dalam menganalisis faktor-faktor yang membentuk kepuasan nasabah BSI di Kota Pasuruan, sedangkan penulis dalam penelitian ini memfokuskan penelitian dengan mengukur pengaruh penanganan keluhan dan

[56] Agil Nurcahyo dan Nihayatu Aslamatis Solekah, ... hlm. 1431.

[57] Sakinah Ifli Nabilah dan Khusnudin, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah BSI di Kota Pasuruan, Vol. 7, No. 6, *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 2024, hlm. 836.

kualitas produk terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* di KPN Banuhampu Sungai Puar.

Ketiga, penelitian oleh Syafira dan Amalia dengan judul "Pengaruh Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah pada *Baitulmaal* Muamalat Medan" menunjukkan bahwa penanganan komplain memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada *Baitulmaal* Muamalat Medan.[58] Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada pendekatan penelitian yang digunakan. Penelitian yang dilakukan oleh Syafira dan Amalia menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi pustaka sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif.

Keempat, penelitian oleh Munzir dkk dengan judul penelitian "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah" menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank UOB Indonesia Cabang Batam Center.[59] Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada penggunaan dimensi kualitas produk dan kepuasan. Penelitian yang dilakukan oleh Munzir dkk menggunakan dimensi kualitas produk dari Tjiptono, sedangkan penelitian ini menggunakan dimensi kualitas produk dari Sangadji dan Sopiah. Selain itu Munzir dkk menggunakan

---

[58] Dinda Syafira dan Alfi Amalia, Pengaruh Penanganan Komplain terhadap Kepuasan Nasabah pada Baitulmaal Muamalat Medan, Vol. 6, No. 1, *Reslaj: Religion Education, Social Laa Roiba Journal*, 2024, hlm. 108.

[59] T. Munzir dkk, Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah, Vol. 10, No. 1, *DIMENSI*, 2021, hlm. 193-194.

dimensi kepuasan dari Zeithaml dkk sedangkan penelitian ini menggunakan dimensi kepuasan dari Hawkins dan Lonney.

Perbedaan lain terdapat pada objek penelitian, Munzir dkk melakukan penelitian fokus kepada pengguna produk jasa tabungan Bank UOB Indonesia Cabang Batam Center, sedangkan penelitian ini fokus kepada anggota pembiayaan *murabahah* di koperasi. Di samping itu tidak terdapat kualitas pelayanan pada penelitian ini. *Kelima*, penelitian oleh Salma dkk dengan judul "Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Prabumulih" menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah sedangkan penanganan komplain tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Akan tetapi, secara simultan kualitas pelayanan dan penanganan komplain berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.[60]

Perbedaan penelitian terletak pada penarikan sampel, di mana penelitian terdahulu ini tidak menggunakan teknik *sampling* jenuh dan meneliti kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Prabumulih secara keseluruhan. Sedangkan penulis mengukur kepuasan dengan memfokuskan penelitian kepada anggota pembiayaan *murabahah* KPN Banuhampu Sungai Puar. *Keenam*, penelitian oleh Khairunisa dkk dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT BANK BRI Kantor Unit Klandasan

[60] Salma dkk, Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Prabumulih, Vol. 6, No. 2, *eCo-Buss*, 2023, hlm. 706.

Balikpapan)" menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan, kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Akan tetapi secara simultan kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.[61]

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada teknik penarikan sampel. Di mana dalam penarikan sampel penelitian oleh Khairunisa dkk menggunakan teknik *purposive sampling*, sedangkan penelitian ini menggunakan teknik *sampling* jenuh. Di samping itu, penelitian oleh Khairunisa dkk fokus terhadap nasabah tabungan britama PT Bank Rakyat Indonesia kantor unit Klandasan Balikpapan periode 2021, sedangkan penelitian ini fokus kepada kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* di Koperasi Pegawai Negeri Sungai periode 2022-2025. Perbedaan lain terdapat pada variabel penelitian, di mana penelitian ini tidak fokus dalam meneliti variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah.

Ringkasan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2.1 berikut ini:

[61] Mutia Khairunisa dkk, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT BANK BRI Kantor Unit Klandasan Balikpapan), Vol. 4, No.1, *JMAP: Jurnal Mahasiswa Akuntansi Poltekba*, 2022, hlm. 9-10.

Tabel 2. 1
Kajian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil	Perbedaan
1	Agil Nurcahyo dan Nihayatu Aslamatis Solekah. (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Koperasi Syariah Murni Amanah Sejahtera Malang)	Variabel kualitas pelayanan, penanganan komplain, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel kualitas pelayanan, penanganan komplain, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Penelitian terdahulu meneliti penanganan keluhan dengan tidak memasukkan indikator empati, menggunakan dimensi kualitas produk yang berbeda, dan menggunakan teknik penarikan sampel yang berbeda. Di samping itu penulis juga meneliti variabel kualitas pelayanan.
2	Sakinah Ilfi Nabilah dan Khusnudin (2024)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah BSI di Kota Pasuruan	Kualitas pelayanan dan kinerja karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Harga dan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Tidak fokus dalam menganalisis berbagai faktor yang mempengaruhi pembentukan kepuasan nasabah.
3	Dinda Syafira dan Alfi Amalia. (2024)	Pengaruh Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah pada *Baitulmaal*	Penanganan komplain memiliki pengaruh Yang signifikan terhadap kepuasan nasabah *Baitulmaal* Muamalat Medan	Penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kualitatif dalam meneliti nasabah *Baitulmaal* Muamalat Medan,

		Muamalat Medan		sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif terhadap anggota pembiayaan *murabahah* pada KPN Banuhampu Sungai Puar.
4	T. Munzir dkk. (2021)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah	Kualitas layanan dan kualitas produk secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank UOB Indonesia Cabang Batam Center	Penelitian terdahulu menggunakan dimensi kualitas produk dari Tjiptono, sedangkan penulis menggunakan dimensi kualitas produk dari Sangadji dan Sopiah. Penelitian terdahulu menggunakan dimensi kepuasan dari Zeithaml dkk sedangkan penulis menggunakan dimensi kepuasan dari Hawkins dan Lonney
5	Salma, dkk. (2023)	Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Prabumulih	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penanganan komplain tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan kualitas pelayanan dan penanganan	Penelitian terdahulu ini tidak menggunakan teknik *sampling* jenuh dan meneliti kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Prabumulih secara keseluruhan, sedangkan penulis fokus meneliti kepuasan dari anggota

			komplain berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.	pembiayaan *murabahah* KPN Banuhampu Sungai Puar.
6	Mutia Khairunisa dkk (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank BRI Kantor Unit Klandasan Balikpapan)	Kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan nasabah berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah.	Penelitian terdahulu menggunakan teknik *purposive sampling*, sedangkan penelitian ini menggunakan teknik *sampling* jenuh. Penelitian terdahulu ini fokus pada nasabah tabungan britama PT BRI kantor unit Klandasan Balikpapan periode 2021, sedangkan penulis fokus pada anggota pembiayaan *murabahah* di Koperasi Pegawai Negeri Sungai periode 2022-2025

Berdasarkan Tabel 2.1 di atas, maka dapat dikategorikan kajian terdahulu berdasarkan topik yang sama. *Pertama*, kajian terdahulu yang membahas pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan keluhan terhadap kepuasan diteliti oleh Agil Nurcahyo & Nihayatu Aslamatis Solekah (2022) dan Salma dkk (2023) terhadap kepuasan nasabah bank syariah dan anggota koperasi syariah dengan pendekatan kuantitatif. *Kedua*, kajian terdahulu yang

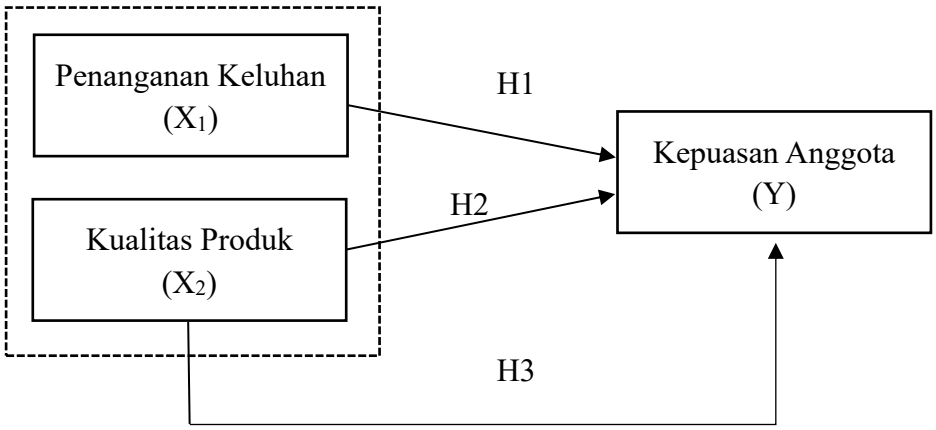
membahas pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan diteliti oleh Sakinah Ilfi Nabilah dan Khusnudin (2024); T. Munzir dkk (2021); dan Mutia Khairunisa (2022) terhadap kepuasan nasabah bank syariah dan bank umum dengan pendekatan kuantitatif. *Ketiga*, kajian terdahulu yang membahas pengaruh penanganan keluhan terhadap kepuasan diteliti oleh Dinda Syafira dan Alfi Amalia (2024) terhadap nasabah BMT dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Berdasarkan kategori di atas, dapat dilihat bahwa seluruh penelitian terdahulu berfokus kepada kepuasan nasabah/anggota dengan mengkaji kualitas pelayanan, kualitas produk dan penanganan keluhan. Namun, seluruh kajian terdahulu tersebut belum fokus mengkaji kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* dalam situasi di mana koperasi tidak bersedia memproses pengajuan pembiayaan ulang yang diajukan anggota. Kondisi ini menimbulkan keluhan dari anggota terkait fleksibilitas produk pembiayaan *murabahah* dalam memenuhi kebutuhan anggota. Oleh karena itu, penelitian ini membentuk kategori baru yang fokus mengkaji kepuasan anggota dilihat dari kebijakan yang ditetapkan oleh koperasi.

C. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini terdapat variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen terdiri dari penanganan keluhan (X_1) dan kualitas produk (X_2) serta variabel dependen adalah kepuasan anggota (Y).

Bagan 2. 3
Kerangka Pemikiran



Sumber: Dimodifikasi dari R. K. Sughandi, *Customer Relationship Management*, New Delhi: New Age Internasional Publishers, hlm. 113.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian.[62] Di mana rumusan masalah sudah peneliti tetapkan dalam bentuk kalimat pertanyaan pada bagian sebelumnya. Dengan demikian, dalam menjawab rumusan masalah tersebut peneliti memberikan jawaban yang masih didasarkan pada teori yang relevan dengan penelitian ini, belum didasarkan pada fakta empiris yang diperoleh peneliti melalui pengumpulan data.[63] Adapun hipotesis yang diajukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

H_{01} penanganan keluhan tidak berpengaruh signifkan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* KPN Banuhampu Sungai Puar.

[62] Novi Irwansyah dkk, *Metode Penelitian*, (Tangerang: PT Luana Publishing House, 2024), hlm. 63.

[63] Karimuddin Abdullah dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021), hlm. 46.

H_{a1} penanganan keluhan berpengaruh signifkan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* KPN Banuhampu Sungai Puar.

H_{02} kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* KPN Banuhampu Sungai Puar.

H_{a2} kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* KPN Banuhampu Sungai Puar.

H_{03} penanganan keluhan dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan dan simultan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* KPN Banuhampu Sungai Puar.

H_{a3} penanganan keluhan dan kualitas produk berpengaruh signifikan dan simultan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* KPN Banuhampu Sungai Puar.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu di mana data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian, data yang dianalisis bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, sedangkan metode korelasional merupakan metode yang meneliti pengaruh antara dua variabel atau lebih.[64]. Metode korelasional dengan pendekatan kuantitaif digunakan agar penulis dapat mencari pengaruh penanganan keluhan dan kualitas produk terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Koperasi Pegawai Negeri (KPN) Banuhampu Sungai Puar, Kecamatan Sungai Puar, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Agustus 2025 sampai disetujui *munaqasyah*. Lokasi penelitian dipilih di Koperasi Pegawai Negeri (KPN) Banuhampu Sungai Puar karena memiliki permasalahan yang sesuai dengan fokus permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini. Di mana dalam menyalurkan pembiayaan *murabahah*, Koperasi Pegawai Negeri (KPN)

[64] Sugiyono, *Metode Penelitan Kuantitaif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 8.

Banuhampu Sungai Puar menerima keluhan dari anggota terkait dengan fleksibilitas pembiayaan *murabahah* dalam memenuhi kebutuhan anggota. Oleh karena itu, lokasi ini dinilai tepat untuk mengetahui pengaruh penanganan keluhan dan kualitas produk terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* di Koperasi Pegawai Negeri (KPN) Banuhampu Sungai Puar.

C. Jenis dan Sumber Data

Data penelitian yang dibutuhkan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Dalam mengumpulkan data primer, peneliti menyebarkan kuesioner kepada anggota pembiayaan *murabahah* di KPN Banuhampu Sungai Puar. Kuesioner memungkinkan peneliti mengumpulkan data dengan cara mengajukan serangkaian pertanyaan atau pernyataan agar bisa dijawab oleh responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder penelitian ini terdiri dari data dokumentasi lembaga Koperasi Pegawai Negeri (KPN) Banuhampu Sungai Puar, jurnal akademis, fatwa DSN, dan buku yang relevan dengan penelitian ini.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah peneliti.[65] Populasi dalam penelitian ini adalah anggota pembiayaan *murabahah* pada Koperasi Pegawai Negeri (KPN) Banuhampu Sungai Puar yang berjumlah sebanyak 118 anggota dari semester I tahun 2022 sampai semester II tahun 2025 dengan rincian pada Tabel 3.1 di bawah ini:

Tabel 3. 1
Jumlah Populasi Anggota Pembiayaan *Murabahah*
Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar
Per Semester Tahun 2022-2025

No.	Semester	Jumlah Anggota
1.	Semester I/2022	20
2.	Semester II/2022	9
3.	Semester I/2023	15
4.	Semester II/2023	15
5.	Semester I/2024	15
6.	Semester II/2024	21
7.	Semester I/2025	23

Sumber: Hasil Wawancara dengan Suci Lutfiah Ulfah, Juru Buku Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar, tanggal 11 Agustus 2025.

2. Sampel

Sampel merupakan sejumlah individu dari populasi dan merupakan bagian yang mewakili keseluruhan anggota populasi.[66] Sugiyono juga menjelaskan apabila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang maka

[65] Nidia Suriani dkk, Konsep Populasi dan Sampling serta Pemilihan Partisipan Ditinjau dari Penelitian Ilmiah Pendidikan, Vol. 1, No. 2, *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 2023, hlm. 26.

[66] Nidia Suriani, ... hlm. 27.

peneliti bisa menggunakan teknik *sampling* jenuh. *Sampling* jenuh merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.[67] Dalam penelitian ini, karena total anggota pembiayaan *murabahah* pada periode terakhir berjumlah kurang dari 30 anggota yaitu sebanyak 23 anggota, maka seluruh anggota tersebut dijadikan sampel dalam penelitian ini.

E. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari atas dua jenis, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas terdiri atas dua yaitu penanganan keluhan (X_1) dan kualitas produk (X_2). Sedangkan variabel terikat adalah kepuasan anggota (Y).

F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel memberikan penjelasan tentang pengertian dan indikator dari setiap variabel yang ada dalam penelitian ini, untuk selanjutnya dikembangkan menjadi sebuah pertanyaan atau pernyataan yang akan ditampilkan dalam kuesioner. Definisi operasional dan indikator dari penanganan keluhan dapat dilihat pada Tabel 3.2 di bawah ini:

Tabel 3. 2
Operasional Variabel Penanganan Keluhan

Definisi	Dimensi Variabel	Indikator	Skala
Penanganan keluhan mencakup empat aspek	Empati terhadap pelanggan mengeluh	Pengurus dan karyawan memiliki kepedulian dalam merespons keluhan anggota	*Likert*

[67] Sugiyono, ... hlm. 85.

yang mampu memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk/jasa perusahaan yang puas (atau bahkan menjadi pelanggan abadi).	Kesigapan dalam menangani keluhan	Pengurus dan karyawan sigap menangani keluhan yang disampaikan anggota	*Likert*
	Keadilan atau kewajaran pemecahan masalah	Pengurus dan karyawan memberikan solusi yang adil atas keluhan anggota	*Likert*
	Kemudahan menyampaikan kritik	Pengurus dan karyawan memberikan kemudahan bagi anggota untuk menyampaikan keluhan	*Likert*

Sumber: Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service*, *Quality*, dan *Satisfaction*, Yogyakarta: CV Andi Offset, hlm. 254-255.

Sedangkan definisi operasional dan indikator dari kualitas produk dapat dilihat pada Tabel 3.3 di bawah ini:

Tabel 3. 3
Operasional Variabel Kualitas Produk

Definisi	Dimensi Variabel	Indikator	Skala
Kualitas produk (*product quality*) merupakan evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa.	Kinerja	Kemudahan penggunaan produk pembiayaan *murabahah*	*Likert*
	Interaksi pegawai	Karyawan memiliki keramahan pada saat menjelaskan akad *murabahah*	*Likert*
		Karyawan menunjukkan sikap hormat kepada anggota yang mengajukan pembiayaan *murabahah*	*Likert*
		Karyawan memiliki keahlian dalam menjelaskan margin, jangka waktu pembayaran, jumlah plafon, dan ketentuan pembiayaan *murabahah* lainnya	*Likert*

	Reliabilitas	Konsistensi pelayanan dari pegawai yang menangani pembiayaan *murabahah*	*Likert*
	Daya tahan	Produk *murabahah* memiliki kemampuan untuk membantu memenuhi kebutuhan anggota secara berkelanjutan	*Likert*
	Ketepatan waktu dan kenyamanan	Ketepatan waktu pencairan pembiayaan setelah akad	*Likert*
		Anggota merasa nyaman pada saat mengajukan pembiayaan	*Likert*
		Informasi terkait pembiayaan *murabahah* cepat disampaikan kepada anggota	*Likert*
	Kesadaran akan merek	Anggota merasa bangga menggunakan pembiayaan *murabahah*	*Likert*

Sumber: Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta: CV Andi Offset, hlm. 188-189.

Selanjutnya definisi operasional dan indikator dari kualitas produk dapat dilihat pada Tabel 3.4 di bawah ini:

Tabel 3. 4
Operasional Variabel Kepuasan Pelanggan

Definisi	Dimensi Variabel	Indikator	Skala
Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah konsumen melakukan evaluasi terhadap pengalaman dalam menggunakan produk	Kesesuaian harapan	Kesesuaian proses dan layanan pembiayaan *murabahah* dengan harapan anggota	*Likert*
	Minat berkunjung kembali	Keinginan anggota untuk menggunakan kembali pembiayaan *murabahah*	*Likert*
	Kesediaan merekomendasikan	Kesediaan anggota untuk merekomendasikan pembiayaan *murabahah* kepada keluarga, teman dan sebagainya.	*Likert*

Sumber: Hawkins dan Lonney dalam Candrianto, *Kepuasan Pelanggan: Suatu Pengantar*, Malang: Literasi Nusantara, hlm. 61.

G. Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Kuesioner atau angket merupakan alat pengumpulan data penelitian survei, memuat sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang bertujuan untuk mendapatkan tanggapan dari kelompok orang yang terpilih menjadi sampel.[68] Dalam hal ini skala *likert* digunakan untuk mengungkapkan sikap dan pendapat responden. Tanggapan responden dinyatakan dalam bentuk rentang jawaban mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Kolom jawaban sudah tersedia dan responden tinggal memilih salah satu jawaban yang tersedia.[69]

Tabel 3. 5
Skala Nilai *Likert*

Nomor	Keterangan	Skor
1	Sangan Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-Ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sanga Tidak Setuju	1

H. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner disusun sebagai instrumen utama untuk memperoleh data secara langsung dari anggota yang menjadi objek penelitian. Setiap butir pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner dirancang untuk

[68] Endang Mulyatiningsih, *Metode Penelitian Dasar*, (Yogyakarta: Relasi Inti Media, 2023), hlm. 104.

[69] Endang Mulyatiningsih, ... hlm. 105.

mengetahui pendapat anggota dengan mengukur tiga variabel utama, yaitu penanganan keluhan, kualitas produk, dan kepuasan anggota.

2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data *time series* dari tahun 2022-2025 tentang rincian realisasi dan jumlah anggota yang menggunakan pembiayaan *murabahah* di KPN Banuhampu Sungai Puar.

3. Wawancara

Dalam hal ini peneliti juga menggunakan wawancara sebagai data primer penelitian dengan melakukan wawancara dengan karyawan Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar.

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan alat bantu statistik SPSS *ver* 26. Teknik analisis data digunakan untuk menguji sejauh mana pengaruh penanganan keluhan dan kualitas produk terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* di KPN Banuhampu Sungai Puar. Metode yang digunakan dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Uji Pra Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas suatu tes pada dasarnya mempermasalahkan apakah suatu tes benar-benar mengukur apa yang hendak diukur.[70] Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila mampu menjelaskan sesuatu yang akan diukur melalui kuesioner tersebut. Menurut Priyanto dalam Machali untuk menentukan valid atau tidaknya item dalam kuesioner yaitu dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} atau membandingkan nilai p-*value* dengan nilai α yang besarnya 0,05 (tingkat kesalahan 5%).[71] Adapun kaidah keputusannya sebagai berikut:

a) Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau nilai p-value < nilai α (0,05), maka item pertanyaan/pernyataan dalam instrumen dinyatakan "valid".
b) Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ atau nilai p-value > nilai α (0,05), maka item pertanyaan/pernyataan dalam instrumen dinyatakan "tidak valid".

b. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas akan menunjukkan sejauh mana alat pengukur/kuesioner dapat diandalkan. Suatu hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap

---

[70] Muhammad Fakhri Ramadhan dkk, Validitas dan Reliabilitas, Vol. 06, No. 02, *Journal on Education*, 2024, hlm. 10969.

[71] Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2021), hlm, 92.

kelompok subyek yang sama, diperoleh hasil pengukuran yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah.[72] Dengan demikian, kuesioner dikatakan andal apabila jawaban responden terhadap kuesioner konsisten dari waktu ke waktu.

a) Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60 instrumen dikatakan reliabel.
b) Jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0.60 instrumen dikatakan tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui nilai residu/ perbedaan yang ada dalam penelitian memiliki distribusi normal atau tidak normal. Untuk mengetahui data penelitian normal atau tidak adalah dengan menggunakan nilai signifikansi pada kolom *Saphiro-Wilk*.[73]

a) Jika nilai *probability sig* 2 *tailed* > 0,05, maka distribusi data normal.
b) Jika nilai *probability sig* 2 *tailed* < 0.05, maka distribusi data tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi memiliki korelasi antar variabel bebas (independen). Model

[72] Muhammad Fakhri Ramadhan dkk, ... hlm. 10971-10972.

[73] Hotmaulina Sihotang, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: UKI Press, 2023), hlm. 121.

regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai koefisien antar sesama variabel independen sama dengan nol. Metode pengujian yang digunakan untuk menguji *multikolinearitas* adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan VIF sebagai berikut:[74]

1) Jika nilai *Tolerance* < 0.10 atau VIF > 10 maka dapat diartikan bahwa terjadinya kemungkinan masalah *multikolinearitas* pada penelitian tersebut.
2) Jika nilai *Tolerance* > 0,10 dan VIF < 10, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat masalah *multikolinearitas* pada penelitian tersebut.

c. Uji Heteroskedasitas

Uji *heterokedastisitas* bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.[75]

---

[74] Imam Machali, ... hlm. 140.

[75] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 26*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), hlm. 176.

Gejala ada atau tidaknya *heterokedastisitas* suatu model analisis regresi dapat diketahui dengan menggunakan metode *scatter* dengan bentuk diagram plot bersumbu Y dan X. Kriteria tidak terjadi gejala *heterokedastisitas*:

a) Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak menggumpal, maka tidak terjadi *heteroskedasitas*.
b) Jika penyebaran titik-titik tidak membentuk pola bergelombang melebar dan menyempit maka tidak terjadi *heteroskedasitas*.

Uji *heterokedastisitas* juga dapat dilakukan melalui teknik *Glejser*. Teknik *Glejser* lebih akurat untuk mendeteksi gejala *heterokedastisitas*. Kriteria pengambilan keputusan menggunakan nilai *Sig*. :

a. Jika nilai *Sig*. antara variabel bebas dengan variabel absolut residual lebih dari 0,05 (*Sig* > 0,05) maka dinyatakan tidak terdapat gejala *heterokedastisitas*.
b. Jika nilai *Sig.* antara variabel bebas dengan variabel absolut residual kurang dari 0,05 (Sig < 0,05) maka dinyatakan terdapat gejala *heterokedastisitas*.

d. Auto Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan yang dimiliki antara dua variabel yang dilambangkan dengan (r). Apabila korelasi r =-1 dapat diartikan bahwa korelasi negatif sempurna. Jika r =

0 maka tidak terdapat korelasi atau tidak ada hubungan antar variabel, bila r= 1 maka berarti korelasi tersebut sangat kuat.

3. Uji Regresi Linear Regresi Berganda

Analisis regresi adalah bagaimana suatu variabel dependen (berhubungan) bergantung pada satu atau lebih variabel independen (penjelas atau bebas). Tujuannya adalah untuk mengumpulkan dan memprediksi nilai rata-rata atau rata-rata populasi dari variabel dependen menggunakan nilai variabel independen yang sudah diketahui. Bentuk persamaan umum regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + ... + e$$

Keterangan:

y = Kepuasan Anggota

a = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Sungai Puar

β_2 = Koefisien Regresi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Sungai Puar

X_1 = Penanganan Keluhan

X_2 = Kualitas Produk

e = *error*

4. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji statistik t digunakan untuk menunjukkan pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 (a=5%), dengan kriteria sebagai berikut:

1) Nilai signifikansi > 0,05 menunjukkan bahwa hipotesis tidak valid, atau koefisien regresi tidak berpengaruh signifikan. Ini menunjukkan bahwa variabel terikat tidak secara signifikan dipengaruhi oleh variabel bebas secara parsial.
2) Hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan) jika nilai signifikansi ≤ 0,05 menunjukkan bahwa variabel terikat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas secara parsial.

b. Uji F (Simultan)

Uji statistik F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pembuktian dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel}

dengan tingkat signifikan ≤ 0,05 Dasar pengambilan keputusan uji F adalah:[76]

1) Apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan H_0 diterima dan H_a ditolak.
2) Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima.

5. Uji Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dengan kata lain, berapa besar variabel penanganan keluhan dan variabel kualitas produk dapat menjelaskan turun atau naiknya variabel kepuasan anggota pembiayaan *murabahah*. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1 ($0 <$ *adjusted* $R^2 < 1$). Nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

[76] Resista Vikaliana dkk, *Ragam Penelitian dengan SPSS*, (Sukoharjo: Tahta Media Group, 2022), hlm. 41.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar

1. Sejarah Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar

Koperasi Pegawai Negeri (KPN) Banuhampu Sungai merupakan koperasi yang seluruh anggotanya terdiri dari pegawai negeri. Koperasi ini berlokasi di Sungai Buluah, Kecamatan Banuhampu, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat. Pendirian koperasi ini didasarkan pada Akta Pengobahan Anggaran Dasar Koperasi Pegawai Negeri Sipil (PNS) Wilayah Banuhampu Sungai Puar Badan Hukum Nomor 744 / BH-XVII pada tanggal 29 Mei 1972. Pada awal pendiriannya koperasi ini memiliki anggota sebanyak 487 anggota. Diadakan Rapat Anggota Khusus perubahan anggaran dasar KPN Banuhampu Sungai Puar pada tanggal 17 Januari 1996 di SD Negeri 21 Padang Luar.

Rapat tersebut dihadiri oleh sebanyak 352 anggota yang memutuskan perubahan anggaran dasar KPN Banuhampu Sungai Puar. Salah satu hasil rapat ini adalah tentang penamaan koperasi yang diberi nama bernama Koperasi Pegawai Negeri Sipil (KPN) Wilayah Banuhampu Sungai Puar, bertempat di Sungai Buluah, kecamatan Banuhampu, kabupaten Agam, Sumatera Barat.[77] Anggaran ini mencakup tujuan

[77] Akta Perobahan Anggaran Dasar Koperasi Pegawai Negeri Sipil (PNS) Wilayah Banuhampu Sungai Puar, 1972, hlm. 1.

koperasi, jenis usaha koperasi, ketentuan keanggotaan koperasi, Rapat Anggota Koperasi (RAT) serta landasan, asas, tujuan dan visi misi koperasi.

Pada tahun 2018 Dinas Koperasi dan UKM mengarahkan agar seluruh koperasi yang ada di Provinsi Sumatera Barat beralih menggunakan sistem syariah. Merespons imbauan ini, maka pada tahun 2021 KPN Banuhampu Sungai Puar mulai meninggalkan sistem simpan – pinjam konvensional dan mengadopsi sistem simpan – pinjam berbasis syariah. Sejak saat itu, KPN Banuhampu Sungai Puar mulai menggunakan akad *murabahah* dan *ijarah* dalam memberikan pinjaman kepada anggotanya. Di samping itu, KPN Banuhampu Sungai Puar juga memberikan kebijakan agar sisa angsuran anggota yang sebelumnya berbasis konvensional dapat dilunasi dengan menggunakan akad syariah.

Imbauan dari Dinas Koperasi dan UKM tersebut memberikan kesempatan bagi seluruh koperasi agar bisa mengikuti berbagai pelatihan agar bisa menawarkan layanan berbasis syariah kepada anggotanya. Tujuan pelatihan ini adalah agar seluruh pengurus, karyawan dan anggota paham tentang prinsip syariah dan mampu menerapkannya dalam seluruh operasional koperasi. Beberapa pelatihan yang pernah diikuti oleh pengurus dan karyawan KPN Banuhampu Sungai Puar adalah pelatihan di Lubuk Basung tepatnya di hotel Sakura, pelatihan di Padang tepatnya di hotel Pangeran pada bulan November 2021, pelatihan di Bukittinggi tepatnya di hotel Nikita pada April 2025, dsb. Bahkan baru-baru ini yaitu tepatnya pada tanggal 14 dan 15 Oktober 2025 KPN Banuhampu Sungai Puar mengadakan

pelatihan yang dihadiri oleh anggota dengan pemateri yaitu salah satu dosen UIN Batusangkar dengan menjelaskan prinsip-prinsip syariah, akad pembiayaan, dan berbagai hukum Islam terkait pembiayaan.[78]

2. Visi Misi Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar

a. Visi

Visi Koperasi Pegawai Negeri (KPN) Banuhampu Sungai Puar adalah berprestasi, mandiri, dan terpercaya dalam meningkatkan kesejahteraan anggota.[79]

b. Misi

Misi Koperasi Pegawai Negeri (KPN) Banuhampu Sungai Puar adalah sebagai berikut:[80]

1) Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota dengan pelayanan pinjaman konsumtif, produktif dan investasi.
2) Berperan serta aktif dalam upaya memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan pelayanan usaha toko dan pelayanan ke tempat unit kerja anggota.
3) Mempermudah anggota dan masyarakat untuk memperoleh sarana produksi usahanya.

---

[78] Hasil Wawancara dengan Suci Lutfiah Ulfah, Juru Buku Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar, tanggal 15 November 2025.

[79] Akta Perobahan Anggaran Dasar Koperasi Pegawai Negeri Sipil (PNS) Wilayah Banuhampu Sungai Puar, 1972, hlm. 2.

[80] Akta Perobahan Anggaran Dasar Koperasi Pegawai Negeri Sipil (PNS) Wilayah Banuhampu Sungai Puar, 1972, hlm. 2.

4) Berupaya mempertinggi kualitas kehidupan anggota dan masyarakat dengan memenuhi kebutuhan barang dan jasa serta Pendidikan dan Latihan.
5) Memperkokoh ekonomi anggota sebagai dasar kekuatan dan ketahanan sebagai modal usaha koperasi.
6) Berupaya untuk mewujudkan dan mengembangkan ekonomi anggota yang merupakan usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.

3. Tujuan Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar

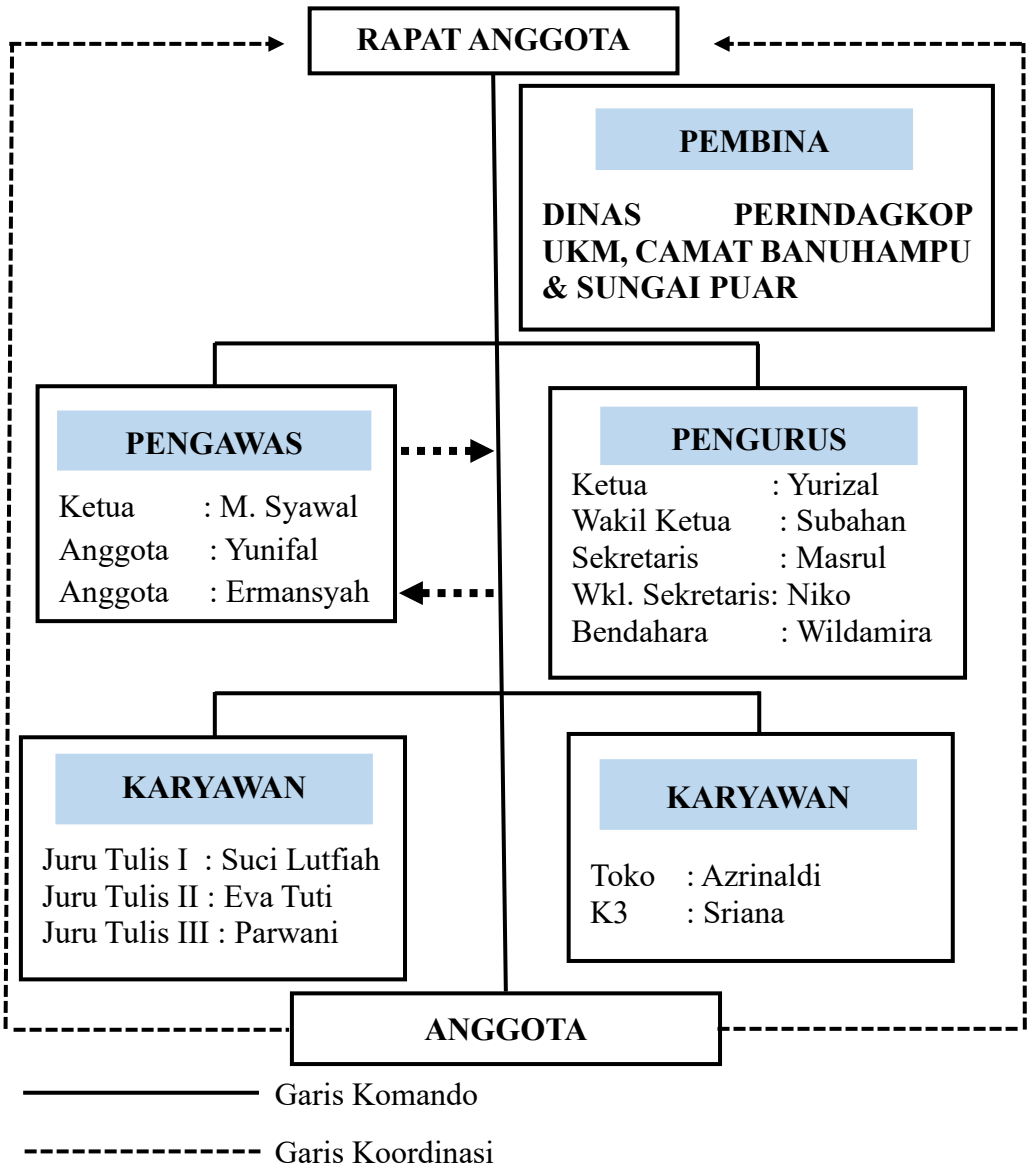
Tujuan Koperasi Pegawai Negeri (KPN) Banuhampu Sungai Puar adalah sebagai berikut:[81]

a. Memudahkan anggota untuk mendapatkan modal.
b. Memudahkan anggota untuk mendapatkan kebutuhan pokok.
c. Untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dalam usaha rumah tangga.
d. Memudahkan anggota untuk mendapatkan perumahan yang layak dan terjangkau.
e. Mendukung pembangunan di wilayah kerja.

[81] Akta Perobahan Anggaran Dasar Koperasi Pegawai Negeri Sipil (PNS) Wilayah Banuhampu Sungai Puar, 1972, hlm. 2.

4. Struktur Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar

Bagan 4. 1
Struktur Organisasi KPN Banuhampu Sungai Puar



Sumber: Laporan Pertanggungjawaban Pengurus dan Pengawas Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar Tahun 2024, hlm. 7

5. Deskripsi Tugas &Tanggung Jawab

Dalam Surat Keputusan Pengurus Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar No. 28/KPN BNH. SP/2024 tanggal 01 Maret

2024 ditetapkan jabatan dan pembagian tugas pengurus Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar sebagai berikut:[82]

a. Pembagian Tugas Pengurus KPN Banuhampu Sungai Puar Periode 2024-2026

1) Ketua I

a) Penanggung jawab umum.
b) Mewakili koperasi urusan ke luar.
c) Memimpin dan mengawasi pelaksanaan tugas pengurus lainnya serta mengkoordinir tugas pengurus sepenuhnya.
d) Memberikan laporan pertanggungjawaban kepada RAT.
e) Memimpin rapat pengurus dan rapat anggota.
f) Menanda tangani daftar anggota.
g) Bersama sekretaris I menanda tangani surat-surat keluar.
h) Bersama bendahara menanda tangani surat-surat berharga.
i) Bersama dengan pengurus lainnya mengadakan hubungan komersial dan ideal perkoperasian dengan pihak luar.
j) Bersama dengan bendahara menyusun RAPBK tahunan.

2) Ketua II

a) Melaksanakan tugas Ketua, bila Ketua berhalangan.
b) Mewakili koperasi urusan ke dalam.
c) Mengawasi pelaksanaan putusan-putusan rapat anggota.

[82] Surat Keputusan Pengurus Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar No. 28/KPN BNH. SEI. PUAR/2024, 01 Maret 2024.

d) Bersama wakil sekretaris menanda tangani surat-surat ke dalam/anggota.
e) Membantu ketua dalam bidang organisasi.
f) Mengkoordinir kegiatan kesejahteraan dan sosial.
g) Mengkoordinir kegiatan karyawan pertokoan.
h) Mengkoordinir usaha waserda / pertokoan.

3) Sekretaris

a) Memelihara buku-buku organisasi (daftar anggota, daftar pengurus, daftar pengawas, dan buku-buku lainnya).
b) Merencanakan peraturan-peraturan khusus.
c) Mengatur dan mengurus kepegawaian.
d) Bersama Ketua menanda tangani surat-surat ke luar.
e) Menyusun laporan organisasi.
f) Mengkoordinasikan unit usaha jasa.
g) Mengelola perpajakan.

4) Wakil Sekretaris

a) Melaksanakan tugas Sekretaris, bila Sekretaris berhalangan / tata usaha.
b) Memelihara tata kerja dan arsip surat-surat.
c) Menyelenggarakan notulen rapat, buku tamu, anjuran pejabat dll.
d) Bersama Wakil Ketua menanda tangani surat-surat ke dalam/anggota.

e) Bertanggung jawab mengenai inventaris dan segala alat perlengkapan koperasi.

5) Bendahara

a) Mengurus soal-soal keuangan.
b) Bertanggung jawab dalam hal keuangan dan harta benda kekayaan koperasi.
c) Sebagai pemegang KAS Koperasi.
d) Menerima dan mengeluarkan keuangan koperasi serta pembukuannya.
e) Merencanakan anggaran belanja dan pendapatan.
f) Bersama Ketua menandatangani surat-surat berharga.
g) Bersama Ketua menandatangani kontrak usaha.
h) Mengatur pembiayaan organisasi dan usaha.
i) Mengkoordinasikan unit usaha perkreditan dan simpanan.
j) Bersama Ketua menyusun RAPBK Tahunan.

b. Pembagian Tugas Badan Pengawas KPN Wilayah Banuhampu Sungai Puar Periode 2024-2026

Di samping itu, Surat Keputusan Pengurus Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar No. 29/KPN BNH. SP/2024 tanggal 01

Maret 2024 menetapkan jabatan dan membagi tugas badan pengawas Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar sebagai berikut:[83]

1) Ketua

a) Mengkoordinir anggota BP (Badan Pengawas) dalam pelaksanaan pengawasan terhadap kebijakan pengelola Koperasi.
b) Melakukan pemeriksaan sekurang-kurangnya sekali dalam tiga bulan bersama anggota BP yang lainnya.
c) Memeriksa pembukuan Bendahara.
d) Memeriksa Pembukuan Juru Buku I.
e) Mewakili BP urusan keluar.
f) Memimpin rapat BP.
g) Memberikan laporan pertanggungjawaban BP kepada RAT.

2) Anggota Badan Pengawas

a) Melaksanakan pengawasan terhadap pelaksanaan kebijakan pengelola Koperasi.
b) Melakukan pemeriksaan bersama Ketua BP dan anggota lainnya.
c) Memeriksa pembukuan Juru Buku II.
d) Memeriksa pembukuan usaha pertokoan.
e) Bersama Ketua BP mempersiapkan laporan hasil pemeriksaan.

[83] Surat Keputusan Pengurus Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar No. 29/KPN BNH. SEI. PUAR/2024, 01 Maret 2024.

c. Pembagian Tugas Karyawan KPN Wilayah Banuhampu Sungai Puar Periode 2024-2026

1) Juru Buku II

a) Pengerjaan buku simpanan anggota:
   - Simpanan pokok.
   - Simpanan wajib.
   - Simpanan usaha.

b) Pembukuan BPO dan Tabungan anggota.

c) Pembukuan tabungan Beasiswa.

d) Pembukuan tabungan Qurban.

e) Pembukuan tabungan Lebaran.

f) Pembukuan tabungan Haji dan Umrah.

g) Membantu Bendahara pengerjaan buku kas USP dan buku kas pembantu.

h) Pengerjaan Rekap KAS.

2) Juru Buku III

a) Pembukuan piutang simpan pinjam.

b) Membantu Bendahara dalam pembuatan KM dan KK.

c) Pembuatan rekening A (Simpan Pinjam).

d) Pembukuan daftar pinjaman.

e) Pembukuan tanda terima pinjaman.

f) Pengelolaan gaji / honor BP, Pengurus, dan Karyawan.

g) Pengerjaan buku besar.

3) Pegawai Toko

a) Pembelian barang-barang pertokoan.

b) Melayani anggota di pertokoan.

c) Mengantarkan barang pesanan anggota ke unit.

d) Penghitungan stok setiap tanggal 17 setiap bulannya bersama Badan Pengawas dan Pengurus.

e) Pembuatan rekening B (Piutang Pertokoan).

f) Pengelolaan stok mitra, antara lain:

- Pengeluaran faktur.
- Melakukan pengecekan terhadap pembelian
- Melakukan pembayaran.

g) Pengerjaan pencatatan langsung terhadap barang yang dibeli ke dalam aplikasi sebelum dijual.

h) Mengerjakan buku piutang konsumsi dan konsinyasi.

i) Kasir belanja tunai dan non tunai kepada anggota / non anggota.

j) Pelayan bidang jasa.

k) Pengerjaan buku harian KAS.

l) Pembuatan Neraca.

m) Pembukuan Deposito.

n) Penanggung jawab mobil.

4) K3

a) Menjaga keamanan.

b) Menjaga kebersihan.

c) Menjaga ketertiban.

d) Menjaga keindahan.

e) Menanamkan rasa kekeluargaan.

6. Jenis Bisnis

Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar merupakan lembaga keuangan non bank yang bergerak dalam bidang usaha jasa dan penyediaan barang untuk memenuhi kebutuhan anggotanya. Kegiatan Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar mencakup:

a. Usaha Pertokoan

Usaha pertokoan merupakan kegiatan koperasi dalam memenuhi kebutuhan anggota dengan menyediakan barang kebutuhan anggota seperti sembako, alat tulis, perlengkapan rumah tangga, elektronik, pecah belah, perlengkapan olahraga dan lain sebagainya. Dalam hal ini koperasi juga menyediakan jasa toko berjalan yaitu dengan mengantar kebutuhan barang konsumsi kepada anggota dengan pesanan yang bisa dilakukan lewat SMS atau WA ke karyawan toko.[84] Tidak hanya itu usaha pertokoan juga membantu anggota yang berusaha secara produktif berupa modal usaha, penyediaan bahan baku dan pemasaran. Dalam menjalankan usaha

[84] Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar, *Laporan Pertanggungjawaban Pengurus dan Pengawas Rapat Anggota Tahunan (RAT) ke-53 Pada Tutup Buku 31 Desember 2024*, (Aula KPN RI Wilayah Banuhampu Sungai Puar: KPN Banuhampu Sungai Puar, 2025), hlm. 30.

pertokoan koperasi mengadakan mitra kerja dengan toko elektronika, pecah belah, sepatu, pakaian, perabot rumah tangga dan alat olahraga.

b. Usaha Simpanan

Usaha simpanan merupakan layanan yang ditawarkan oleh koperasi agar anggota bisa menyimpan dananya secara aman. Tidak hanya itu, uang simpanan anggota akan dimanfaatkan kembali oleh koperasi sebagai sumber dana untuk memenuhi kebutuhan anggota. Dengan kata lain, simpanan anggota berfungsi untuk membentuk modal koperasi agar bisa berfungsi sebagai mana mestinya. Beberapa jenis simpanan yang ada di Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar adalah simpanan pokok, simpanan wajib, simpanan usaha, tabungan lebaran, dan tabungan qurban.

c. Usaha Pembiayaan

Usaha pembiayaan merupakan layanan yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan produktif dan konsumtif anggota. Usaha pembiayaan ini sangat membantu anggota yang sedang mengalami keterbatasan ekonomi. Di mana koperasi akan menyalurkan kembali simpanan milik anggota kepada anggota yang sedang membutuhkan. Beberapa jenis pembiayaan yang ada di Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar adalah pembiayaan *murabahah* dan pembiayaan *ijarah*.

7. Produk dan Jasa

Berdasarkan data yang telah diperoleh oleh penulis, produk dan jasa KPN Banuhampu Sungai Puar terdiri dari usaha simpan pinjam pembiayaan syariah dan usaha pertokoan. Penjelasan lebih lanjut terkait dengan produk dan jasa tersebut adalah sebagai berikut:

a. Produk Penghimpun Dana

Produk penghimpun dana merupakan produk yang ditawarkan oleh KPN Banuhampu Sungai Puar dalam rangka mengumpulkan dana dari anggota sebagai sumber dana koperasi tersebut. Dalam hal ini dana dikumpulkan dari anggota atau calon anggota dalam bentuk simpanan dan tabungan yang terdiri dari:[85]

1) Simpanan Pokok

Simpanan pokok merupakan sejumlah uang yang diwajibkan kepada anggota untuk diserahkan kepada koperasi pada waktu seseorang bergabung menjadi anggota koperasi. KPN Banuhampu Sungai Puar menetapkan simpanan pokok sebesar Rp 100.000. Besaran simpanan pokok untuk setiap anggota sama dan simpanan ini tidak boleh diambil kembali selama pihak yang bersangkutan masih menjadi anggota.

2) Simpanan Wajib

Simpanan wajib merupakan simpanan tertentu yang diwajibkan kepada anggota untuk membayarnya kepada koperasi pada waktu-

[85] Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar, ... hlm. 6.

waktu tertentu. Dalam hal ini KPN Banuhampu Sungai Puar menetapkan simpanan wajib sebesar Rp 200.000 per bulan.

3) Simpanan Usaha

Simpanan usaha merupakan jenis simpanan yang dipungut pada saat anggota melakukan pinjaman. Besaran simpanan usaha ini adalah sebesar 1% dari total pinjaman anggota yang bersangkutan.

4) Tabungan Lebaran

Tabungan lebaran merupakan jenis tabungan yang khusus dipersiapkan oleh anggota dalam menyambut hari raya Idul Fitri. Dalam hal ini satu paket tabungan lebaran sebesar Rp 50.000 dan anggota boleh mengambil maksimal 5 paket tabungan lebaran. Jangka waktu tabungan lebaran minimal 10 bulan dan tabungan ini akan dibagikan kembali kepada anggota pada bulan ke 11.

5) Tabungan Qurban

Tabungan qurban merupakan jenis tabungan dengan sistem angsuran dan diperuntukkan bagi anggota yang ingin menunaikan ibadah qurban pada hari raya Idul Adha. Koperasi menetapkan angsuran bagi anggota tabungan qurban sebesar Rp 350.000 per bulan, minimal dalam jangka waktu 10 bulan tanpa adanya margin namun dapat diberi hadiah.

b. Produk Penyaluran Dana

Produk penyaluran dana merupakan produk yang ditawarkan oleh KPN Banuhampu Sungai Puar dalam rangka menyalurkan kembali dana

kepada anggota. Penyaluran dana berfungsi untuk membantu anggota yang memiliki keterbatasan dalam memenuhi kebutuhannya. Dalam hal ini dana disalurkan kepada anggota dalam bentuk pembiayaan yang terdiri dari:[86]

1) Pembiayan *Murabahah*

Pembiayaan *murabahah* merupakan akad yang dijalankan menggunakan instrumen *jual beli* dengan mengambil keuntungan. Skema ini juga dapat menjadi akses permodalan usaha melalui akad *bai' murabahah bil wa'di lisy syira' dan bai' murabahah lil amri lisy srira'*. Nilai keuntungan yang didapat koperasi bergantung pada margin laba. Pembiayaan akad *Murabahah* ini dijalankan dengan basis ribhun (laba) melalui jual beli secara cicil maupun tunai.

2) Pembiayaan Ijarah

Pembiayaan ijarah merupakan akad sewa menyewa antara pemilik barang dan penyewa di mana pihak penyewa membayar imbalan atau *ujrah* atas penggunaan manfaat dari suatu barang dalam jangka waktu tertentu.

c. Usaha Pertokoan

Usaha pertokoan merupakan kegiatan koperasi dalam memenuhi kebutuhan anggota dengan menyediakan barang kebutuhan anggota seperti sembako, alat tulis, perlengkapan rumah tangga, elektronik, pecah

[86] Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar, ... hlm. 30.

belah, perlengkapan olahraga dan lain sebagainya. Dalam hal ini koperasi juga menyediakan jasa toko berjalan yaitu dengan mengantar kebutuhan barang konsumsi kepada anggota dengan pesanan yang bisa dilakukan lewat SMS atau WA ke karyawan toko. Tidak hanya itu usaha pertokoan juga membantu anggota yang berusaha secara produktif berupa modal usaha, penyediaan bahan baku dan pemasaran. Dalam menjalankan usaha pertokoan koperasi mengadakan mitra kerja dengan toko elektronika, pecah belah, sepatu, pakaian, perabot rumah tangga dan alat olahraga.

8. Keanggotaan

a. Syarat Menjadi Anggota

Dalam Akta Perobahan Anggaran Dasar Koperasi Pegawai Negeri Sipil Wilayah Banuhampu Sungai Puar dijelaskan bahwa yang dapat menjadi anggota Koperasi adalah mereka yang memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:[87]

1) Mempunyai kemampuan penuh untuk melakukan tindakan hukum.
2) Bertempat tinggal di Kecamatan Banuhampu dan Sungai Pua.
3) Mata pencarian Pegawai Negeri dan Pensiun di Kecamatan Banuhampu dan Sungai Pua.

[87] Akta Perobahan Anggaran Dasar Koperasi Pegawai Negeri Sipil (PNS) Wilayah Banuhampu Sungai Puar, 1972, hlm. 3-4.

4) Telah menyatakan kemampuan dan kesanggupan secara tertulis untuk melunasi simpanan pokok dan membayar simpanan wajib secara teratur.
5) Bersedia menjadi pengguna jasa koperasi.
6) Mempunyai kemampuan dan bersedia untuk berpartisipasi dalam kegiatan usaha Koperasi.
7) Mempunyai kemampuan mengembangkan kebersamaan.
8) Telah menyetujui isi Anggaran Dasar dan ketentuan-ketentuan Koperasi yang berlaku.

b. Hak dan Kewajiban

Dalam Akta Perubahan Anggaran Dasar Koperasi Pegawai Negeri Sipil Wilayah Banuhampu Sungai Puar juga dijelaskan bahwa setiap anggota Koperasi mempunyai kewajiban yang sama untuk:[88]

1) Membayar simpanan-simpanan pada Koperasi (Simpanan Pokok, Simpanan Wajib dan simpanan lain-lain) yang diputuskan oleh rapat anggota.
2) Mengamalkan dan tunduk pada Anggaran Dasar, Anggaran Rumah Tangga dan keputusan rapat anggota.
3) Hadir dan secara aktif mengambil peranan dalam rapat anggota.
4) Berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan usaha Koperasi.

[88] Akta Perobahan Anggaran Dasar Koperasi Pegawai Negeri Sipil (PNS) Wilayah Banuhampu Sungai Puar, 1972, hlm. 5.

Di samping itu, setiap anggota Koperasi mempunyai hak yang sama untuk:[89]

1) Menghadiri, menyatakan pendapat dan memberikan suara dalam rapat anggota.
2) Memilih / dipilih menjadi anggota Pengurus dan Pengawas.
3) Meminta diadakan rapat anggota menurut ketentuan-ketentuan dalam Anggaran Dasar / Anggaran Rumah Tangga.
4) Memberikan pendapat atau saran kepada Pengurus di dalam maupun di luar Rapat Anggota, baik diminta atau tidak diminta.
5) Mendapatkan pelayanan yang sama dari Koperasi.

B. Penanganan Keluhan

Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar umumnya menerima berbagai keluhan dari anggota seperti; mengeluhkan kondisi yang menuntut anggota untuk mengajukan pembiayaan kepada koperasi, mengeluhkan agar koperasi menurunkan persentase margin pembiayaan; serta mengeluhkan agar jangka waktu angsuran pembiayaan diperpanjang bila anggota yang bersangkutan merasa kesulitan dalam proses melunasi sisa pinjaman. Anggota bisa menyampaikan keluhan kapan saja secara bebas kepada koperasi. Seluruh keluhan yang masuk akan diproses oleh koperasi dengan mempertimbangkan berbagai hal, hingga akhirnya koperasi bisa memberikan solusi yang mampu meringankan beban anggota.

[89] Akta Perobahan Anggaran Dasar Koperasi Pegawai Negeri Sipil (PNS) Wilayah Banuhampu Sungai Puar, 1972, hlm. 5.

Dalam praktiknya, anggota akan menyampaikan keluhan kepada pengurus secara langsung. Di mana pengurus terdiri dari Ketua I, Ketua II, Sekretaris, Wakil Sekretaris, dan Bendahara. Setelah keluhan diterima, maka seluruh pengurus tersebut akan bermusyawarah untuk menentukan keputusan atau solusi yang bisa diambil oleh koperasi dalam menjawab keluhan anggota. Keputusan final yang dihasilkan pengurus akan disampaikan oleh pengurus melalui telepon atau *whatsapp* kepada anggota. Selanjutnya, pengurus akan berkoordinasi dengan karyawan agar keputusan final tadi bisa ditindak lanjut lebih jauh oleh karyawan. Biasanya karyawan yang ditugaskan dalam menindak lanjut keluhan anggota tergantung dari keluhan yang disampaikan anggota.

Penanganan keluhan terkait pengajuan pembiayaan *murabahah* atau *ijarah* akan dipercayakan kepada Ibu Eva Tuti yang bertanggung jawab dalam mengelola pinjaman anggota. Penanganan keluhan terkait pengajuan pembiayaan konsinyasi akan dipercayakan kepada Azrinaldi yang bertugas mengelola usaha toko koperasi. Di sisi lain, pengurus hanya menginformasikan kepada pengawas terkait keluhan yang masuk dan bagaimana solusi yang diputuskan oleh pengurus. Tidak hanya itu, pada saat Rapat Anggaran Tahunan (RAT) diadakan, anggota juga bisa menyampaikan keluhan melalui formulir yang disediakan khusus oleh koperasi guna menampung keluhan, saran, kritik,

maupun harapan dari anggota. Rata-rata keluhan yang masuk akan direspons cepat oleh pengurus dan karyawan.[90]

C. Kualitas Produk *Murabahah*

Karyawan koperasi akan menjelaskan ketentuan dan syarat dari pembiayaan *murabahah* guna memprioritaskan pemahaman penuh anggota dalam menerima pembiayaan *murabahah*. Dalam hal ini, anggota juga diberikan tabel angsuran yang mencakup persentase margin pembiayaan *murabahah*, nominal pembayaran angsuran per bulan, hingga jangka waktu pembayaran angsuran. Di mana koperasi mengelompokkan pembiayaan menjadi dua yaitu pembiayaan kecil sebesar ≤ Rp 50.000.000 dan pembiayaan perumahan dalam rentang Rp 51.000.000 – Rp 350.000.000. Margin pembiayaan yang ditetapkan oleh koperasi juga terdiri dari dua yaitu sebesar 0,8 % per bulan untuk pinjaman di bawah Rp 100.000.000 dan 0,7 % untuk pinjaman di atas Rp 100.000.000.

Secara umum anggota mengajukan pembiayaan *murabahah* kepada koperasi pada saat anggota yang bersangkutan membutuhkan barang-barang tertentu. Dalam hal ini Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar bermitra dengan beberapa toko yang ada di sekitar Bukittinggi seperti toko elektronik, *dealer* kendaraan, perabot, perlengkapan sekolah, dan perlengkapan olahraga. Kerja sama yang terjalin antara koperasi dan seluruh

[90] Hasil Wawancara dengan Suci Lutfiah Ulfah, Juru Buku Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar, tanggal 15 November 2025.

toko tersebut akan memudahkan koperasi dalam mendapatkan barang-barang tertentu yang sedang dibutuhkan oleh anggota.

Anggota berharap agar koperasi memberikan kebijakan pelunasan sisa angsuran pembiayaan *murabahah* dengan menggunakan sertifikasi kepada seluruh anggota yang menggunakan pembiayaan *murabahah*. Hal ini dikarenakan adanya kebijakan koperasi yang menetapkan bahwa bagi anggota yang sedang melunasi sisa angsuran pembiayaan dan dihadapkan dengan kondisi di mana total gaji anggota tersebut tidak mampu menutupi angsuran pinjaman, maka anggota tersebut diperbolehkan menggunakan sertifikasi sebagai cara untuk melunasi sisa angsuran tersebut.[91]

D. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada 42 anggota yang menggunakan pembiayaan *murabahah* di Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini:

[91] Hasil Wawancara dengan Suci Lutfiah Ulfah, Juru Buku Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar, tanggal 15 November 2025.

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik Jenis Kelamin			
No.	**Jenis Kelamin**	**Frekuensi**	**Persentase**
1	Jumlah Laki-Laki	6	14,3 %
2	Jumlah Perempuan	36	85,7%
Total		**42**	**100%**

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat diketahui frekuensi dari responden laki-laki berjumlah sebanyak 6 orang dengan persentase 14,3 %. Di samping itu, frekuensi dari responden perempuan berjumlah sebanyak 36 orang dengan persentase 85,7 %. Dengan demikian dapat disimpulkan total responden sebanyak 42 orang yang didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebanyak 36 orang atau setara dengan 85,7 %.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik Usia			
No.	**Usia**	**Frekuensi**	**Persentase**
1	20 - 30 tahun	6	14,3 %
2	31 - 40 tahun	7	16.7 %
3	41 - 50 tahun	13	31 %
4	51 - 60 tahun	15	35,7 %
5	> 61 tahun	1	2,4 %
Total		**42**	**100%**

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat diketahui frekuensi usia 20 – 30 tahun berjumlah sebanyak 6 orang dengan persentase 14,3 %. Frekuensi

usia 31 – 40 tahun berjumlah sebanyak 7 orang dengan persentase 16,7 %. Frekuensi usia 41 – 50 tahun berjumlah sebanyak 13 orang dengan persentase 31 %. Frekuensi usia 51 – 60 tahun berjumlah sebanyak 15 orang dengan persentase 35,7 %. Frekuensi usia > 61 tahun berjumlah sebanyak 1 orang dengan persentase 2,4 %. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa total responden sebanyak 42 orang didominasi oleh usia 51 – 60 tahun sebanyak 15 orang dengan persentase 35,7 %.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Sampingan

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4. 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Sampingan

Karakteristik Pekerjaan Sampingan			
No.	**Pekerjaan Sampingan**	**Frekuensi**	**Persentase**
1	Ibu Rumah Tangga	3	7,1 %
2	Pedagang	6	14,3 %
3	Penjahit	1	2,4 %
4	Petani	5	11,9 %
5	Wirausahawan	3	7,1 %
6	Tidak ada	24	57,1 %
Total		**42**	**100%**

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui pekerjaan sampingan yang dimiliki oleh responden. Frekuensi pekerjaan IRT berjumlah sebanyak 3 orang dengan persentase sebesar 7,1 %. Frekuensi pekerjaan pedagang berjumlah sebanyak 6 orang dengan persentase sebesar 14,3 %. Frekuensi pekerjaan penjahit berjumlah sebanyak 1 orang dengan persentase sebesar 2,4 %. Frekuensi pekerjaan wirausahawan berjumlah

sebanyak 3 orang dengan persentase sebesar 7,1 %. Sisanya sebanyak 24 orang atau setara dengan 57,1 % tidak memiliki pekerjaan sampingan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa lebih dari setengah responden tidak memiliki pekerjaan sampingan dengan jumlah sebanyak 24 orang atau sebesar 57,1 %.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Anggota Koperasi

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4. 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Anggota

Karakteristik Lamanya Menjadi Anggota			
No.	**Lamanya Menjadi Anggota**	**Frekuensi**	**Persentase**
1	< 1 tahun	2	4,8 %
2	1 - 5 tahun	15	35,7 %
3	6 - 10 tahun	4	9,5 %
4	11 - 15 tahun	5	11,9 %
5	16 - 20 tahun	7	16,7 %
6	> 20 tahun	9	21,4 %
Total		**42**	**100%**

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat diketahui berapa lama responden menjadi anggota di Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar. Frekuensi menjadi anggota < 1 tahun berjumlah sebanyak 2 orang dengan persentase sebesar 4,8 %. Frekuensi menjadi anggota dalam rentang 1 – 5 tahun berjumlah sebanyak 15 orang dengan persentase sebesar 35,7 %. Frekuensi menjadi anggota dalam rentang 6 – 10 tahun berjumlah sebanyak 4 orang dengan persentase sebesar 9,5 %. Frekuensi

menjadi anggota dalam rentang 11 – 15 tahun berjumlah sebanyak 5 orang dengan persentase sebesar 11,9 %.

Frekuensi menjadi anggota dalam rentang 16 – 20 tahun berjumlah sebanyak 7 orang dengan persentase sebesar 16,7 %. Frekuensi menjadi anggota > 20 tahun berjumlah sebanyak 9 orang dengan persentase sebesar 21,4 %. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden didominasi oleh anggota yang telah menjadi bagian dari Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar selama 1 – 5 tahun dengan jumlah sebanyak 15 orang atau setara dengan 35,7 %.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Pembiayaan

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4. 5
Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Pembiayaan

Karakteristik Tujuan Pembiayaan			
No.	**Tujuan Pembiayaan**	**Frekuensi**	**Persentase**
1	Konsumtif	24	57,1 %
2	Produktif	18	42,9 %
Total		**42**	**100%**

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat diketahui tujuan anggota mengajukan pembiayaan *murabahah* di Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar. Pada dasarnya alasan anggota mengajukan pembiayaan *murabahah* adalah untuk memenuhi kebutuhan konsumtif dan memenuhi kebutuhan produktif. Di mana frekuensi tujuan pembiayaan untuk konsumtif berjumlah sebanyak 24 orang atau setara dengan 57,1 %.

Di samping itu frekuensi tujuan pembiayaan untuk produktif berjumlah sebanyak 18 orang atau setra dengan 42,9 %. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa lebih dari setengah responden mengajukan pembiayaan *murabahah* dengan alasan untuk memenuhi kebutuhan konsumtif dengan total sebanyak 24 orang atau sebesar 57,1 %.

2. Analisis Pengaruh Penanganan Keluhan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah*

a. Hasil Uji Instrumen Data

1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang pertama kali dilakukan untuk memastikan apakah kuesioner yang telah dibuat dan dijawab oleh responden mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Kuesioner merupakan daftar pernyataan/pertanyaan yang telah disusun oleh peneliti berdasarkan indikator-indikator yang terdapat dalam setiap variabel. Dengan demikian, hasil uji validitas akan menunjukkan apakah pernyataan/pertanyaan tersebut mampu mengukur variabel itu sendiri. Dalam SPPS uji validitas dilakukan dengan teknik Korelasi Pearson dengan cara mengkorelasikan skor setiap item pernyataan dengan skor total item pernyataan.

Dasar pengambilan keputusan uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel}. Item pernyataan dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan dinyatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 5% atau α (0,05) dengan

uji dua sisi. Dalam penelitian ini jumlah sampel (n) sebanyak 42 responden. Dengan demikian untuk menentukan nilai r_{tabel} didasarkan pada df = n – 2 sehingga df = 42 – 2 = 40. Sehingga melalui tabel r diperoleh nilai $rtabel$ sebesar 0,3044 dengan tingkat signifikansi 5% atau α (0,05) pada uji dua sisi.

Tabel 4. 6
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Penanganan Keluhan (X_1)	X1.1	0,803	0,3044	Valid
	X1.2	0,698	0,3044	Valid
	X1.3	0,805	0,3044	Valid
	X1.4	0,758	0,3044	Valid
	X1.5	0,748	0,3044	Valid
	X1.6	0,848	0,3044	Valid
	X1.7	0,687	0,3044	Valid
	X1.8	0,846	0,3044	Valid
	X1.9	0,817	0,3044	Valid
	X1.10	0,705	0,3044	Valid
	X1.11	0,763	0,3044	Valid
	X1.12	0,700	0,3044	Valid
	X1.13	0,749	0,3044	Valid
	X1.14	0,709	0,3044	Valid
	X1.15	0,869	0,3044	Valid
	X1.16	0,743	0,3044	Valid
	X1.17	0,611	0,3044	Valid
	X1.18	0,690	0,3044	Valid
	X1.19	0,762	0,3044	Valid
	X1.20	0,815	0,3044	Valid
Kualitas Produk (X_2)	X2.1	0,730	0,3044	Valid
	X2.2	0,749	0,3044	Valid
	X2.3	0,702	0,3044	Valid
	X2.4	0,757	0,3044	Valid
	X2.5	0,836	0,3044	Valid
	X2.6	0,835	0,3044	Valid
	X2.7	0,803	0,3044	Valid
	X2.8	0,710	0,3044	Valid
	X2.9	0,819	0,3044	Valid
	X2.10	0,854	0,3044	Valid
	X2.11	0,837	0,3044	Valid

	X2.12	0,891	0,3044	Valid
	X2.13	0,854	0,3044	Valid
	X2.14	0,827	0,3044	Valid
	X2.15	0,570	0,3044	Valid
	X2.16	0,830	0,3044	Valid
	X2.17	0,835	0,3044	Valid
	X2.18	0,824	0,3044	Valid
	X2.19	0,647	0,3044	Valid
	X2.20	0,760	0,3044	Valid
	X2.21	0,774	0,3044	Valid
	X2.22	0,795	0,3044	Valid
	X2.23	0,799	0,3044	Valid
	X2.24	0,862	0,3044	Valid
	X2.25	0,752	0,3044	Valid
	X2.26	0,862	0,3044	Valid
	X2.27	0,845	0,3044	Valid
	X2.28	0,792	0,3044	Valid
	X2.29	0,615	0,3044	Valid
	X2.30	0,615	0,3044	Valid
Kepuasan (Y)	Y1	0,598	0,3044	Valid
	Y2	0,881	0,3044	Valid
	Y3	0,788	0,3044	Valid
	Y4	0,792	0,3044	Valid
	Y5	0,849	0,3044	Valid
	Y6	0,739	0,3044	Valid
	Y7	0,825	0,3044	Valid
	Y8	0,909	0,3044	Valid
	Y9	0,776	0,3044	Valid
	Y10	0,789	0,3044	Valid
	Y11	0,868	0,3044	Valid
	Y12	0,704	0,3044	Valid
	Y13	0,772	0,3044	Valid
	Y14	0,854	0,3044	Valid
	Y15	0,739	0,3044	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa masing-masing item pernyataan pada variabel penanganan keluhan, kualitas produk, dan kepuasan menghasilkan nilai r_{hitung} yang lebih besar daripada nilai r_{tabel} (0,739). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item

pernyataan dari Penanganan Keluhan (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Kepuasan (Y) dinyatakan valid sehingga dapat digunakan pada instrumen penelitian selanjutnya.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan keandalan kuesioner sebagai alat ukur ditentukan oleh sejauh mana kuesioner tersebut mampu menghasilkan hasil atau skor yang konsisten ketika digunakan berulang kali pada kondisi yang sama pula. Kuesioner yang reliabel akan meminimalkan bias dan kesalahan acak, sehingga hasil penelitian mampu menggambarkan kondisi yang sebenarnya dari objek yang sedang diteliti.[92] Metode yang digunakan untuk mengukur reliabilitas instrumen dalam penelitian ini adalah *Cronbach's Alpha*. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60. Berikut ini adalah tabel hasil uji reliabilitas:

Tabel 4. 7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Standar Reliabel	Keterangan
Penanganan Keluhan (X_1)	0,959	0,60	Reliabel
Kualitas Produk (X_2)	0,977	0,60	Reliabel
Kepuasan (Y)	0,957	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60. Di mana penanganan

[92] Ahmad Rasyid dkk, Reliabilitas Alat Ukur, Jenis-Jenis, Cara Pengukuran, dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya, Vol. 6, No. 2, *Tsaqofah: Jurnal Penelitian Guru Indonesia*, 2025, hlm. 1286-1287.

keluhan memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar 0,959 kualitas produk memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar 0,977 dan kepuasan memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar 0,957. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Penanganan Keluhan (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Kepuasan (Y) dinyatakan reliabel.

b. Hasil Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dalam model regresi bertujuan untuk menguji apakah nilai residu terdistribusi secara normal atau tidak.[93] Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan terhadap nilai residual saja, bukan kepada setiap variabel yang ada. Di mana uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.[94] Dengan demikian, model regresi dikatakan baik jika nilai residual terdistribusi secara normal. Karena penelitian ini terdiri dari 42 sampel, maka untuk mengetahui sebaran data normal atau tidak adalah dengan menggunakan nilai signifikansi pada kolom *Saphiro-Wilk*. Di mana tes *Saphiro Wilk* dibatasi untuk ukuran sampel kurang dari 50.[95] Jika nilai *probability sig* 2 *tailed* > 0,05 maka distribusi data normal dan begitu pun sebaliknya.

---

[93] Resista Vikaliana, ... hlm. 19.

[94] Imam Ghozali, ... hlm. 196.

[95] Nornadiah Mohd Razali dan Yap Bee Wah, Power Comparison of Saphiro-Wilk, Kolmogrov-Smirnov, Liliefors, and Anderson Darling Tests, Vol. 2, No. 1, Journal of Statistical Modeling and Analytics, 2011, hlm. 25.

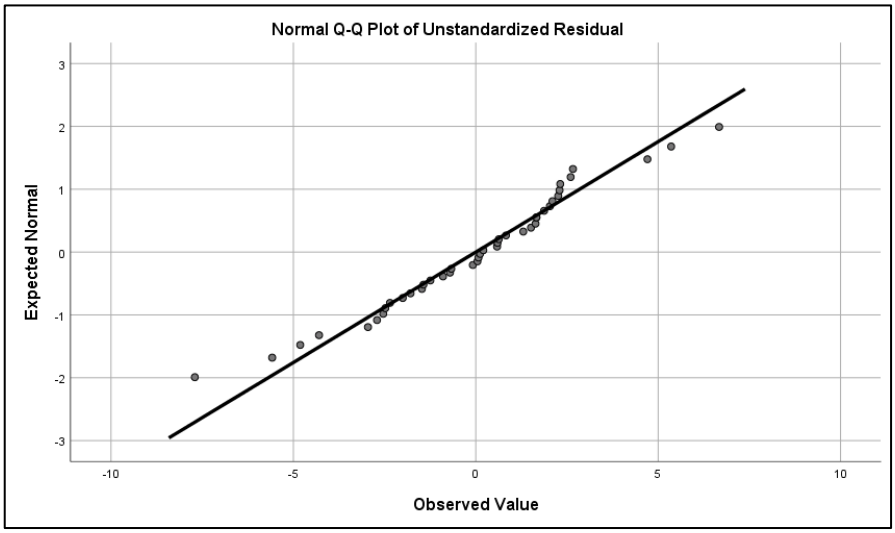
Tabel 4. 8
Hasil Uji Normalitas

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	,103	42	,200*	,979	42	,615
*. This is a lower bound of the true significance.						
a. Lilliefors Significance Correction						

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat dilihat bahwa *unstandard residual* pada kolom *Saphrio-Wilk* memiliki nilai sig. 0,615 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal. Di samping itu, normalitas data dalam penelitian ini dapat dilihat pada grafik 4.1 di bawah ini:

Grafik 4. 1
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Berdasarkan grafik 4.1 di atas menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal karena data menyebar mengikuti garis diagonal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data variabel penanganan keluhan (X_1), variabel kualitas produk (X_2), dan variabel kepuasan (Y) telah memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas terjadi apabila terdapat hubungan linear yang kuat antara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi. Jika variabel independen memiliki hubungan yang kuat, maka sulit memisahkan dampak masing-masing variabel independen tersebut terhadap variabel dependen.[96] Dalam penelitian ini untuk menguji gejala multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan nilai VIF (Varian *Infloating* Faktor) pada kolom *Collinearity Statistics*. Apabila nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10,00 maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Tabel 4. 9
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,408	4,999		,482	,633		
	Penanganan Keluhan (X1)	,012	,070	,015	,176	,861	,566	1,766
	Kualitas Produk (X2)	,465	,045	,902	10,359	,000	,566	1,766

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Sumber : Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel penanganan keluhan dan kualitas produk memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,556. Nilai Tolerance tersebut lebih besar dari 0,10. Sedangkan nilai VIF dari masing-masing variabel penanganan keluhan

[96] Ely Mulyati dkk, Pengantar SPSS: Teori, Implementasi, dan Interpretasi, (Padang: Gita Lentera, 2024), hlm. 87-88.

dan kualitas produk adalah sebesar 1,766. Nilai VIF tersebut kecil dari 10,00. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Penanganan Keluhan (X_1) dan variabel Kualitas Produk (X_2) memiliki nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10,00 sehingga seluruh variabel independen dalam penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas akibat adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan dalam model regresi.[97] Dalam penelitian ini agar bisa menghasilkan keputusan yang tepat, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan teknik Glejser. Teknik *Glejser* lebih akurat untuk mendeteksi gejala heterokedastisitas. Teknik *Glejser* dilakukan dengan cara meregresikan variabel independen dengan variabel absolut residual (Abs_Res). Dasar keputusan uji heteroskedastisitas apabila nilai Sig. lebih besar dari 0,05 (Sig. > 0,05) maka dinyatakan tidak terjadi gejala heterokedastisitas, dan begitupun sebaliknya.

[97] Sihabudin dkk, Ekonometrika Dasar: Teori dan Praktik Berbasis SPSS, (Banyumas: Pena Persada, 2021), hlm. 126.

Tabel 4. 10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,227	3,039		,733	,468
	Penanganan Keluhan (X1)	-,066	,042	-,320	-1,563	,126
	Kualitas Produk (X2)	,046	,027	,347	1,696	,098
a. Dependent Variable: Abs_Res						

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, dapat diketahui bahwa variabel penanganan keluhan memiliki nilai Sig. sebesar 0,126 dan variabel kualitas produk memiliki nilai Sig. sebesar 0,098. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Penanganan Keluhan (X_1) dan variabel Kualitas Produk (X_2) masing-masing memiliki nilai Sig. lebih besar daripada 0,05 (Sig. > 0,05) sehingga seluruh variabel independen dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Autokorelasi sering terjadi pada data time series, di mana nilai-nilai variabel dependen pada waktu tertentu bergantung pada nilai sebelumnya. Regresi klasik mengasumsikan bahwa kesalahan pada suatu pengamatan tidak berkorelasi dengan kesalahan pada pengamatan lainnya. Jika kesalahan pada suatu pengamatan berkorelasi dengan kesalahan pada pengamatan lainnya, maka terjadi autokorelasi.[98] Uji

[98] Ely Mulyati dkk, ... hlm. 91.

autokorelasi dilakukan menggunakan *Durbin-Watson statistic* melalui menu regresi pada SPSS. Pengambilan keputusan dalam asumsi ini ditentukan oleh *nilai Durbin-Watson* pada *output model summary* serta nilai dL dan dU yang diperoleh dari tabel *Durbin-Watson*. Nilai dL dan dU diperoleh dengan memperhatikan kolom k yang menunjukkan jumlah variabel bebas dan memperhatikan kolom n yang menunjukkan jumlah sampel. Titik temu antara kolom n dan kolom k akan menunjukkan nilai dL dan nilai dU. Syarat tidak terjadi autokorelasi adalah dU < dW < 4- dU, dengan kata lain nilai *Durbin-Watson* berada di antara nilai dU hingga 4-dU.[99]

Tabel 4. 11
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,912[a]	,832	,824	2,918	1,906
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Penanganan Keluhan (X1)					
b. Dependent Variable: Kepuasan (Y)					

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.11 di atas menunjukkan nilai dW sebesar 1,906. Melalui tabel Durbin Watson dengan tingkat a (a = 5%) pada titik temu baris n=42 dan kolom k=2, maka diperoleh nilai dL sebesar 1,4073 dan nilai dU sebesar 1,6061 sehingga nilai 4-dU adalah 2,3939. Dengan demikian dapat disimpulkan nilai dW berada di antara nilai dU hingga 4-dU karena 1,6061 < 1,906 < 2,3939 yang menunjukkan tidak terjadi autokorelasi.

[99] Sihabudin dkk, ... hlm. 109.

c. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda membantu menunjukkan bagaimana variabel terikat (kepuasan) bergantung pada variabel bebas (penanganan keluhan dan kualitas produk) yang dikaji dalam penelitian ini. Persamaan umum regresi linear berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + ... + e$$

Keterangan:

y = Kepuasan Anggota

a = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Sungai Puar

β_2 = Koefisien Regresi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Sungai Puar

X_1 = Penanganan Keluhan

X_2 = Kualitas Produk

e = *error*

Tabel 4. 12
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,408	4,999		,482	,633
	Penanganan Keluhan (X1)	,012	,070	,015	,176	,861
	Kualitas Produk (X2)	,465	,045	,902	10,359	,000
a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)						

Sumber : Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, maka diperoleh nilai konstanta sebesar 2,408, nilai koefisien regresi variabel penanganan keluhan sebesar 0,012, dan nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,465. Dengan demikian dapat dibentuk persamaan umum regresi linear berganda sebagai berikut:

$$y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$y = 2{,}408 + 0{,}012\, X_1 + 0{,}465\, X_2$$

Persamaan regresi linear berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Nilai konstanta variabel kepuasan anggota (Y) sebesar 2,408. Hal ini menunjukkan apabila nilai variabel penanganan keluhan (X_1) dan variabel kualitas produk (X_2) sama dengan nol, maka nilai variabel kepuasan anggota (Y) adalah tetap sebesar 2,408.

b) Variabel penanganan keluhan (X_1) memiliki koefisien regresi positif dengan nilai 0,012 artinya apabila terjadi peningkatan nilai variabel penanganan keluhan (X_1) sebesar 1 point, maka kepuasan anggota (Y) akan mengalami peningkatan pula sebesar 0,012. Sebaliknya jika terjadi penurunan nilai variabel penanganan keluhan (X_1) sebesar 1

point, maka kepuasan anggota (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,012.

c) Variabel kualitas produk (X_2) memiliki koefisien regresi positif dengan nilai 0,465 artinya apabila terjadi peningkatan nilai variabel kualitas produk (X_2) sebesar 1 point, maka kepuasan anggota (Y) akan mengalami peningkatan pula sebesar 0,465. Sebaliknya jika terjadi penurunan nilai variabel kualitas produk (X_2) sebesar 1 point, maka kepuasan anggota (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,465.

d. Hasil Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial bertujuan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat dengan menganggap variabel bebas lain memiliki nilai konstan.[100] Uji parsial dilakukan terhadap koefisien regresi variabel bebas secara parsial. Dasar keputusan uji parsial dilakukan dengan dua cara. *Pertama*, dengan membandingkan nilai sig dengan nilai alpha (a). Apabila nilai sig. pada tabel koefisien < 0,05 maka variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Apabila nilai sig. pada tabel koefisien > 0,05 maka variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

[100] Resista Vikaliana dkk, ... hlm. 41.

Kedua, dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel}. Apabila nilai t_{hitung} pada tabel koefisien > t_{tabel} maka variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Apabila nilai t_{hitung} pada tabel koefisien < t_{tabel} maka variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.[101] Nilai t_{tabel} ditentukan dari df = n – k, di mana k merupakan banyaknya variabel untuk uji dua sisi.

Tabel 4. 13
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,408	4,999		,482	,633
	Penanganan Keluhan (X1)	,012	,070	,015	,176	,861
	Kualitas Produk (X2)	,465	,045	,902	10,359	,000
a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)						

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Tabel 4.13 di atas menunjukkan hasil uji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini nilai t_{tabel} diperoleh melalui tabel t pada titik temu antara baris df = 39 dan kolom tingkat signifikan 0,050 yang menunjukkan nilai t_{tabel} sebesar 2,022. Dengan demikian, pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dijelaskan sebagai berikut:

[101] Mintarti Indartini dan Mutmainah, Analisis Data Kuantitatif: Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Korelasi dan Regresi Linier Berganda, (Klaten: Penerbit Lekeisha, 2024), hlm. 43.

1. Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa variabel penanganan keluhan terhadap kepuasan anggota memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0,176 dan nilai sig. sebesar 0,861. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ karena 0,176 < 2,022 dan nilai sig. 0,861 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel penanganan keluhan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* KPN Banuhampu Sungai Puar, sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak.
2. Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa variabel kualitas produk terhadap kepuasan anggota memiliki nilai t_{hitung} sebesar 10,359 dan nilai sig. sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ karena 10,359 > 2,022 dan nilai sig. 0,000 < 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* KPN Banuhampu Sungai Puar, sehingga H_2 diterima dan H_0 ditolak.

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model regresi linear berganda mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Pembuktian dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} dengan tingkat kepercayaan 5% . Nilai

F_{tabel} ditentukan dengan melihat tabel F di mana (*degree of freedom*) $df_1 = k - 1$ dan $df_2 = (n - k)$, di mana k merupakan banyaknya variabel dan n merupakan jumlah sampel. Dasar pengambilan keputusan uji simultan adalah apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sebaliknya, apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima.

Tabel 4. 14
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1649,818	2	824,909	96,897	,000[b]
	Residual	332,016	39	8,513		
	Total	1981,833	41			
a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Penanganan Keluhan (X1)						

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, dapat diketahui nilai F_{hitung} sebesar 96,897 dan nilai sig. sebesar 0,000. Sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,24 yang diketahui dengan melihat pertemuan antara kolom $df_1 = 2$ dan baris $df_2 = 39$. Hal ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ karena 96,897 > 3,24 dan nilai sig. 0,000 < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel penanganan keluhan dan variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* KPN Banuhampu Sungai Puar, sehingga H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak.

e. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi mampu menjabarkan seberapa besar variabel bebas (penanganan keluhan dan kualitas produk) mampu menjelaskan variabel terikat (kepuasan).

Tabel 4. 15
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,912[a]	,832	,824	2,918
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Penanganan Keluhan (X1)				

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, dapat diketahui bahwa variabel Penanganan Keluhan (X_1) dan variabel Kualitas Produk (X_2) memiliki nilai R Square sebesar 0,832. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Penanganan Keluhan (X_1) dan variabel Kualitas Produk (X_2) mampu menjelaskan variabel Kepuasan Anggota (Y) sebesar 0,832 atau sebesar 83,2%, sedangkan sisanya sebesar 0,168 atau 16,8 % dijelaskan oleh variabel lain di luar model regresi penelitian ini.

E. Pembahasan Hasil Analisis Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian tentang "Pengaruh Penanganan Keluhan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar" didapatkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. **Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar**

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa variabel penanganan keluhan tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota pembiayaan muarabahah Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar. Hal ini ditentukan oleh hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan bahwa variabel penanganan keluhan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0,176 dengan tingkat signifikan sebesar 0,861. Di mana perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} adalah $t_{hitung} < t_{tabel}$ karena 0,176 < 2,022 dan signifikan 0,861 > 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_{01} diterima dan H_{a1} ditolak.

Temuan ini mengindikasikan bahwa variabel penanganan keluhan tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar. Hal ini diakibatkan oleh keluhan yang disampaikan oleh anggota kepada karyawan dan pengurus tergolong rendah. Di mana keluhan cenderung disampaikan secara berulang oleh beberapa anggota yang merasa kurang puas karena *refinancing* pembiayaan *murabahah* yang diajukan oleh anggota tersebut ditolak oleh koperasi. Kondisi inilah yang menjadikan variabel penanganan keluhan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* secara keseluruhan.

Selain itu, dalam penelitian ini peneliti mengambil seluruh anggota pembiayaan *murabahah* yang masih aktif sebagai responden. Responden ini terdiri dari beberapa responden yang pernah mengajukan keluhan *refinancing murabahah* terhadap koperasi dan responden yang tidak pernah mengajukan keluhan *refinancing murabahah* terhadap koperasi. Dengan kata lain, mayoritas anggota pembiayaan *murabahah* tidak mengalami masalah yang sama sehingga variabel penanganan keluhan tidak menjadi faktor utama pembentuk kepuasan anggota Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan tiga peneliti lain yang menghasilkan temuan yang sama. *Pertama*, penelitian oleh Salma dkk pada tahun 2023 dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Prabumulih" yang menemukan bahwa kepuasan nasabah BSI Kota Prabumulih tidak dipengaruhi oleh variabel penanganan keluhan.[102] *Kedua*, penelitian oleh Septiani pada tahun 2025 dengan judul penelitian "Pengaruh Fasilitas Layanan *Mobile Banking, Automatic Teller Maschine*, dan Penanganan Keluhan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank BTN Syariah (Studi Kasus: Nasabah BTN Syariah KCPS Pekalongan)" juga menunjukkan bahwa variabel penanganan keluhan

[102] Salma dkk, ... hlm. 706.

tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BTN Syariah KCPS Pekalongan.[103]

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Andayani dan Anggraini pada tahun 2023 dengan jurnal yang berjudul "Pengaruh *Customer Experience* dan *Complaint Handling* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Nasabah Yang Melakukan Transaksi di PT Bank Sumut KCP Syariah HM Joni Medan" juga menunjukkan bahwa secara parsial variabel *complaint handling* tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction* nasabah yang melakukan transaksi di PT Bank Sumut KCP Syariah HM Joni Medan.[104] Dengan demikian, meskipun memiliki subjek dan lokasi penelitian yang berbeda, namun penelitian ini menghasilkan temuan yang selaras dengan penelitian sebelumnya.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar. Hal ini ditentukan oleh hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan bahwa variabel

---

[103] Sara Duwi Septiani, Skripsi: "*Pengaruh Fasilitas Layanan Mobile Banking, Automatic Teller Maschie, dan Penanganan Keluhan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank BTN Syariah (Studi Kasus: Nasabah Bank BTN Syariah KCPS Pekalongan)"*, (Pekalongan: UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2025), hlm. 74.

[104] Nadya Andayani dan Tuti Anggraini, Pengaruh *Customer Experience* dan *Complaint Handling* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Nasabah Yang Melakukan Transaksi di PT Bank Sumut KCP Syariah HM Joni Medan, Vol. 9, No. 1, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 2023, hlm. 784.

kualitas produk memiliki nilai t_{hitung} sebesar 10,359 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Di mana perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$ karena 10,359 > 2,022 dan signifikan 0,000 < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak.

Temuan ini mengindikasikan bahwa secara umum kualitas produk merupakan faktor utama yang membentuk kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* di Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar. Di mana dalam praktiknya pengurus dan karyawan selalu mengupayakan agar setiap anggota yang mengajukan pembiayaan merasa tenang dan nyaman, mengupayakan agar pembiayaan *murabahah* memiliki persyaratan yang mudah untuk dipenuhi oleh anggota itu sendiri, menawarkan tingkat margin dan jangka waktu pelunasan yang wajar, serta pencairan pembiayaan dilakukan secara tepat waktu.

Di samping itu, pengurus juga menghargai anggota yang mengajukan pembiayaan karena setiap ada anggota yang ingin mengajukan pembiayaan, maka pengurus akan menunggu kedatangan anggota ke koperasi. Di sisi lain, karyawan akan memberikan pelayanan yang ramah dengan menjelaskan mekanisme pembiayaan *murabahah* dan menjawab pertanyaan dari anggota dengan sabar. Dengan kata lain, dalam penelitian ini anggota lebih memperhatikan bagaimana kualitas produk pembiayaan *murabahah* mampu membentuk kepuasan anggota itu sendiri.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan tiga peneliti lain yang menghasilkan temuan yang sama. *Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Nurcahyo dan Solekah pada tahun 2022 dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Koperasi Syariah Murni Amanah Sejahtera Malang)" yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Koperasi Syariah Murni Amanah Sejahtera Malang.[105] *Kedua*, penelitian oleh Munzir dkk pada tahun 2021 dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank UOB Indonesia Cabang Batam Center" menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank UOB Indonesia Cabang Batam Center.[106]

Ketiga, penelitian oleh Azkiya dkk yang melakukan penelitian pada tahun 2022 dengan judul "Pengaruh Kinerja Karyawan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia: Studi Riset Bank Syariah Indonesia KCP Citeureup 1" menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Citeureup 1.[107]

---

[105] Agil Nurcahyo dan Nihayatu Aslamatis Solekah, ... hlm. 1429.

[106] T. Munzir dkk, ... hlm. 194.

[107] Binta Malina Azkiya dkk, Pengaruh Kinerja Karyawan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia: Studi Riset Bank Syariah Indonesia KCP Citeureup1, Vol. 5, No. 1, *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2022, hlm. 91.

3. Pengaruh Penanganan Keluhan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa variabel penanganan keluhan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar. Hal ini ditentukan oleh hasil uji simultan (uji F) yang menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 96,897 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Di mana perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} adalah $F_{hitung} > F_{tabel}$ karena 96,897 > 3,24 dan nilai sig. 0,000 < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak.

Temuan ini mengindikasikan bahwa secara simultan variabel penanganan keluhan dan kualitas produk mampu memengaruhi kepuasan anggota koperasi. Dari segi variabel penanganan keluhan, pengurus dan pegawai menyediakan sarana yang mudah digunakan oleh anggota untuk menyampaikan keluhan kepada pengurus atau pegawai itu sendiri. Di sisi lain pengurus dan pegawai memanfaatkan sarana tersebut agar bisa menampung dan memproses berbagai keluhan yang datang dari anggota. Dari segi kualitas produk pembiayaan *murabahah*, pengurus dan pegawai mengupayakan agar pembiayaan *murabahah* dirancang khusus agar optimal dalam memenuhi kebutuhan anggota.

Dengan demikian, baik sisi penanganan keluhan dan sisi kualitas produk pembiayaan *murabahah* sama-sama mampu menciptakan kepuasan bagi anggota itu sendiri. Hasil penelitian ini diperkuat dengan tiga peneliti lain yang menghasilkan temuan yang sama. *Pertama*, hasil penelitian oleh Puspitasari dan Nisak pada tahun 2023 dengan judul penelitian "*Factors Influencing Customer Satisfaction: Empirical Study at* Bank Muamalat Madiun *Branch*" yang menunjukkan bahwa secara simultan pelayanan prima, kualitas produk dan penanganan keluhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun.[108]

Kedua, penelitian oleh Wulandari dkk pada tahun 2024 dengan judul penelitian "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia Tbk Kantor Cabang Samarinda" yang menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan penanganan keluhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Samarinda. [109] *Ketiga*, penelitian oleh Nurcahyo dan Solekah pada tahun 2022 dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, dan Kualitas Produk Terhadap

[108] Rinda Eka Puspitasari dan Khoirun Nisak, *Factors Influencing Customer Satisfaction: Empirical Study at* Bank Muamalat Madiun *Branch*, Vol. 3, No.2, *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2023, hlm. 120.

[109] Fitri Wulandari dkk, Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia Tbk Kantor Cabang Samarinda, Vol. 2, No. 4, *Activa: Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, 2024, hlm. 200.

Kepuasan Nasabah (Studi Pada Koperasi Syariah Murni Amanah Sejahtera Malang)" menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, penanganan komplain, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Koperasi Syariah Murni Amanah Sejahtera Malang.[110]

[110] Agil Nurcahyo dan Nihayatu Aslamatis Solekah, ... hlm. 1427.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan hasil penelitian pada bab sebelumnya tentang pengaruh penanganan keluhan dan kualitas produk terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel penanganan keluhan (X_1) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel kepuasan anggota (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 0,176 dengan tingkat signifikan sebesar 0,861. Di mana perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} 0,176 < 2,022 dan signifikan 0,861 > 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_{01} diterima dan H_{a1} ditolak.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan anggota (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 10,359 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Di mana perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} adalah 10,359 > 2,022 dan signifikan 0,000 < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak.

3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel penanganan keluhan (X_1) dan variabel kualitas produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F yang menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 96,897 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Di mana perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} 96,897 > 3,24 dan nilai sig. 0,000 < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak.

B. Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan terkait penelitian pengaruh penanganan keluhan dan kualitas produk terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak pengurus dan karyawan Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar disarankan untuk mempertimbangkan penambahan skema pembiayaan yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan mendesak anggota. Salah satu alternatif yang dapat diterapkan adalah dengan menawarkan akad *qardh* bagi anggota yang mengajukan pembiayaan namun masih berada dalam masa pelunasan pembiayaan *murabahah*. Rekomendasi ini diharapkan dapat membantu anggota memenuhi kebutuhan mendesak tanpa melanggar

ketentuan syariah dan pada akhirnya berdampak positif terhadap kepuasan anggota.

2. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar untuk memperluas ruang lingkup variabel penelitian. Peneliti selanjutnya bisa mempertimbangkan variabel lain di luar variabel dalam penelitian ini yang dapat memberikan hasil yang lebih menyeluruh terkait kepuasan anggota. Peneliti selanjutnya juga bisa mengkaji topik ini dengan menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti metode penelitian dengan pendekatan kualitatif agar bisa menghasilkan temuan yang lebih mendetail dan rinci.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Karimuddin dkk. 2021. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.

Aksoy, Mujde and Ozer Yilmaz. 2022. "Consumer Complaints and Complaint Management in The Tourism Sector" *Contempory Studies in Economic and Finansial Analysis in: Managing Risk and Decision Making in Ties of Economic Distress* Part A 108 : 95 – 111.

Akta Perobahan Anggaran Dasar Koperasi Pegawai Negeri Sipil (PNS) Wilayah Banuhampu Sungai Puar Tahun 1972.

Amelia, Sindy dan Jon Kenedi. 2024. "Strategi Pengembangan Produk Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Pada KSPPS BTM Sumatera Barat Cabang Sungai Rumbai)" *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen* 3 (4) : 153 – 166.

Andayani, Nadya dan Tuti Anggraini. 2023. "Pengaruh *Customer Experience* dan *Complaint Handling* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Nasabah Yang Melakukan Transaksi di PT Bank Sumut KCP Syariah HM Joni Medan" Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 9 (1) : 780 – 787.

Anzali, Nadia dan Jon Kenedi, 2025. "Strategi Membangun Keunggulan Bersaing Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Menghadapi Persaingan Lembaga Keuangan Syariah di Kota Padang Panjang" *Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan* 6 (3): 590 – 603.

Azkiya, Binta Malina dkk. 2022. "Pengaruh Kinerja Karyawan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia: Studi Riset Bank Syariah Indonesia KCP Citeureup1" *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5 (1) : 85 – 95.

Candrianto. 2021. *Kepuasan Pelanggan: Suatu Pengantar.* Malang: Literasi Nusantara.

Cetin, Filiz Aslan. 2018. "Customer Complaints Management: A Conceptual View" *Atlas International Refereed Journal on Social Sciences* 4 (11) : 869 – 880.

Darmawan, Akhmad dan Totok Haryanto. 2020. *Koperasi: Perkembangan Perspektifnya Dalam Islam*. Purwokerto: UM Purwokerto Press.

Davidow, Moshe. 2003. "Organizational Responses to Customer Complaints: What Works and What Doesn't" *Journal of Service Research* 5 (3) : 225 – 250.

Departemen Agama RI. 2020. *al-Qur'an dan Terjemahan* (Jakarta: Pustaka al-Kaustar.

Dewa, Chriswardana Bayu dkk. 2022. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Expert.

Dikdik dan Iqbal Arraniri. 2021. *Experimental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Kesambi: Insania.

Fatihudin, Didin dan Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.

Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 89/DSN-MUI/XII/2013 Tentang Pembiayaan Ulang (*Refinancing*) Syariah.

Febiola, Vani dkk. 2023. "Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk Tabungan *Easy Wadiah* Pada PT. Bank Syariah Indonesia Tahun 2022" *AMBITEK: Jurnal Akuntansi Manajemen, Bisnis dan Teknologi* 3 (1) : 97 – 104.

Fitriani dan Jon Kenedi. 2024. "Strategi Bank Syariah Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen (Pada PT BSI KCP Bukittinggi Sudirman)" *Transformasi: Journal of Economics and Business Management* 3 (2) : 191 – 203.

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hidayati, Husnul dan Suharti. 2024. *Hadis-Hadis Fiqh Muamalah.* Mataram: UIN Mataram Press.

Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

Indartini, Mintarti dan Mutmainah. 2024. *Analisis Data Kuantitatif: Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Korelasi dan Regresi Linier Berganda*. Klaten: Penerbit Lekeisha.

Irona, Vitra Della dan Marissa Triyani. 2022. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen: Kualitas Produk, Harga dan Promosi" *JIM: Jurnal Ilmu Multidisiplin* 1 (1) : 174 – 185.

Irwansyah, Novi dkk. 2024. *Metode Penelitian*. Tangerang: PT Luana Publishing House.

Isti'anah. 2020. *Pembiayaan Murabahah*: *Konsep dan Penerapannya Pada Bank Syariah di Indonesia (Tinjauan Maqashid Syariah)*. Yogyakarta: Nuta Media Yogya.

Khairunisa, Mutia dkk. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT BANK BRI Kantor Unit Klandasan Balikpapan)" *JMAP: Jurnal Mahasiswa Akuntansi Poltekba* 4 (1): 1 – 10.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar. 2025. *Laporan Pertanggungjawaban Pengurus dan Pengawas Rapat Anggota Tahunan (RAT) Ke-53 Pada Tutup Buku 31 Desember 2024*. Aula KPN RI Wilayah Banuhampu Sungai Puar.

Machali, Imam. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

Maisyarah dan Jon Kenedi. 2025. "Strategi Membangun *Brand Image* di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Hidup Berkah Bermakna Kota Padang Panjang" *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang* 11 (3) : 220 – 234.

Muchsony, Fajar dan Mursyid. 2024. "Pembiayaan *Murabahah* Pada Perbankan Syariah di Indonesia" *Rayah al-Islam* 8 (3) : 1524 – 1543.

Muhammadiah dan Zulhamdi. 2022. "Implementasi *Murabahah* pada Perbankan Syariah" *al-Hiwalah* 1 (1) : 53 – 74.

Mulyatiningsih, Endang. 2023. *Metode Penelitian Dasar*. Yogyakarta: Relasi Inti Media.

Mulyati, Ely dkk. 2024. *Pengantar SPSS: Teori, Implementasi, dan Interpretasi*. Padang: Gita Lentera.

Mulyawan, M. 2023. "Kedudukan Hukum Hasil Rapat Anggota Tahunan Sebagai Dasar Dalam Menjalankan Kegiatan Usaha Koperasi (Studi Pada Kantor Koperasi Karya Bahari Lombok Utara)" *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum* 10 (01) : 97 – 112.

Mumtahaen, Ikmal. 2021. *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Implementasi Refinancing Syariah Pada Pembiayaan Mikro Syariah*

dengan Akad Murabahah di Bank Syariah Mandiri Rancaekek Bandung. Thesis. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Munzir, T. dkk. 2021. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah" DIMENSI 10 (1) : 178 – 196.

Nabilah, Sakinah Ifli dan Khusnudin. 2024. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah BSI di Kota Pasuruan" *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting* 7 (6) : 827 – 839.

Nurcahyo, Agil dan Nihayatu Aslamatis Solekah. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Koperasi Syariah Murni Amanah Sejahtera Malang)" *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 7 (4) : 1421 – 1433.

Nurfauzi, Yogi dkk. 2023. "Literature Review: Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif" *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4 (1) : 183 – 188.

Puspitasari, Rinda Eka dan Khoirun Nisak. 2023. "*Factors Influencing Customer Satisfaction: Empirical Study at* Bank Muamalat Madiun *Branch*" *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance* 3 (2) : 111 – 121.

Putri, Nadila dan Jon Kenedi. 2024. "Analisis Keputusan Masyarakat Non-Muslim Menggunakan Pembiayaan *Murabahah* Pada PT Bank Sumut KCP Syariah" *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 2 (9) : 1262 – 1272.

Rahmawati, Anida. 2024. "Dominasi *Murabahah* dalam Pembiayaan Bank Syariah Indonesia" *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 10 (10) : 5803 – 5809.

Ramadhan, Muhammad Fakhri dkk. 2024. Validitas dan Reliabilitas *Journal on Education* 06 (02) : 10967 – 10975.

Rasyid, Ahmad dkk. 2025. "Reliabilitas Alat Ukur, Jenis-Jenis, Cara Pengukuran, dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya" *Tsaqofah: Jurnal Penelitian Guru Indonesia* 6 (2) : 1285 – 1294.

Razali, Nornadiah Mohd dan Yap Bee Wah. 2011. "Power Comparison of Saphiro-Wilk, Kolmogrov-Smirnov, Liliefors, and Anderson Darling Tests" *Journal of Statistical Modeling and Analytics* 2 (1): 21 – 33.

Richard F. Gerson. 1993. *Measuring Customer Satisfaction*. California: Crisp Publications.

Saleh, Muwafik. 2021. *Komunikasi Pelayanan Publik*. Malang: Intrans Publishing.

Salma dkk. 2023, "Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Prabumulih" *eCo-Buss* 6 (2) : 697 – 707.

Sambodo Rio Sasongko. 2021. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran) *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3 (1) : 104 – 114.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Septiani, Sara Duwi. 2025. *Pengaruh Fasilitas Layanan Mobile Banking, Automatic Teller Maschie, dan Penanganan Keluhan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank BTN Syariah (Studi Kasus: Nasabah Bank BTN Syariah KCPS Pekalongan).* Skripsi. Pekalongan: UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Sihabudin dkk. 2021. *Ekonometrika Dasar: Teori dan Praktik Berbasis SPSS*. Banyumas: Pena Persada.

Sihotang. Hotmaulina. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: UKI Press.

Sugandhi, R. K. 2003. *Customer Relationship Management*. New Delhi: New Age Internasional Publishers.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitan Kuantitaif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukmayadi. 2020. *Koperasi Syariah Dari Teori Untuk Praktek.* Bandung: Alfabeta Bandung.

Surat Keputusan Pengurus Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar No. 29/KPN BNH. SEI. PUAR/2024.

Suriani, Nidia dkk. 2023. "Konsep Populasi dan Sampling serta Pemilihan Partisipan Ditinjau dari Penelitian Ilmiah Pendidikan" *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1 (2) : 24 – 36.

Syafira, Dinda dan Alfi Amalia. 2024. "Pengaruh Penanganan Komplain terhadap Kepuasan Nasabah pada Baitulmaal Muamalat Medan" *Reslaj: Religion Education, Social Laa Roiba Journal* 6 (1) : 99 – 109.

Syahriani, Neky dan Fita Kurniasari. 2022. "Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Anggota Meminjam pada Koperasi Karyawan Tirta Dharma Pontianak" *Jurnal Produktivitas* 9 (1): 62 – 67.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2015. *Pelanggan Puas? Tak Cukup!*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction Edisi 4*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Wulandari, Fitri dkk. 2024. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia Tbk Kantor Cabang Samarinda" *Activa: Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan* 2 (4) : 186 – 203.

Vikaliana. Resista dkk. 2022. *Ragam Penelitian dengan SPSS*. Sukoharjo: Tahta Media Group.

Zeithaml, Valarie A. Dkk. 2013. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 7th Edition*. New York: McGraw-Hill.

LAMPIRAN

Lampiran 1: SK Pembimbing

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
Nomor : 293.21/Un.26.3/HK.00.5/08/2025

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Membaca : Lembaran Pengajuan Judul Proposal Skripsi dan Penetapan Pembimbing oleh Ketua Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi an **Mela Azmardiah** NIM. **3322165** tanggal 19 Agustus 2025;

Menimbang :
a. bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan Skripsi mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. bahwa nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing.

Mengingat :
1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 4286);
2 Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5336);
3 Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5500);
4 Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 120, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 6263);
5 Peraturan Presiden RI No. 85 Tahun 2022 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi menjadi Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 135);.
6 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 76 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik IndonesiaTahun 2022 Nomor 1233);
7 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2022 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 1288);

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **" Pengaruh Penanganan Keluhan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan Murabahah Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar"**

Kedua : Menunjuk saudara:

Nama	:	**Jon Kenedi, SE, MM**
NIP	:	197004242009011002
Pangkat/Gol.Ruang	:	Penata Tk I /III/d/Lektor
Bidang Keahlian Pokok	:	Ilmu Manajemen
Memberi Mata Kuliah	:	Manajemen Pemasaran
Untuk Tugas	:	Pembimbing

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 19 Agustus 2025

KEMENTERIAN AGAMA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN BUKITTINGGI REPUBLIK INDONESIA

[illegible] ALFIN

Tembusan :
1. Pembimbing;
2. Mahasiswa yang bersangkutan

Lampiran 2: Surat Izin Penelitian

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam - Sumatera Barat - Telpon / Fax : (0752) 22875
Website : https://febi.uinbukittinggi.ac.id | Email : febi@uinbukittinggi.ac.id

Nomor : B-2658/Un.26.3/PP.07/12/2025 11 Desember 2025
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar
Sungai Buluah Cingkariang Kec. Banuhampu Kab. Agam

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan melakukan penelitian kepada mahasiswa dibawah ini:

Nama	: **Mela Azmardiah**
NIM	: 3322165
Semester	: VII (Tujuh)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Perbankan Syariah S1
Judul Skripsi	: ***"Pengaruh Penanganan Keluhan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan Murabahah Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar"***
Lokasi Penelitian	: Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar Sungai Buluah Cingkariang Kec. Banuhampu Kab. Agam
Waktu	: 11 Desember 2025 s.d 11 Januari 2026

Demikian disampaikan, atas bantuannya diaturkan terima kasih.

Wassalam
Dekan

Dr. H. Aidil Alfin, M.Ag
NIP. 197205201999031007

Lampiran 3: Surat Menyelesaikan Penelitian

Lampiran 5: Kuesioner Penelitian

SURAT PERMOHONAN PENGISIAN KUESIONER PENELITIAN

Perihal : Permohonan Pengisian Kuesioner Penelitian
Lampiran : Kuesioner Penelitian

Kepada Yth.

Bapak/Ibu

Anggota Pembiayaan *Murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Sungai Puar

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Mela Azmardiah, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi dengan NIM 3322165. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Penanganan Keluhan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* Koperasi Pegawai Negeri Banuhampu Sungai Puar**". Penelitian ini dilakukan sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan saya pada Prodi Perbankan Syariah. Oleh karena itu, saya mohon bantuan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan kondisi atau pendapat Bapak/Ibu. Kuesioner ini semata-mata hanya untuk kepentingan penyelesaian pendidikan saya dan tidak ada kepentingan selain dari itu, serta dijaga kerahasiaannya.

Demikian surat permohonan ini saya ajukan, atas partisipasi dan kesediaan Bapak/Ibu, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Hormat Saya,

MELA AZMARDIAH
NIM. 3322165

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH PENANGANAN KELUHAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA PEMBIAYAAN *MURABAHAH* KOPERASI PEGAWAI NEGERI BANUHAMPU SUNGAI PUAR

A. Identitas Responden

Petunjuk Pengisian : Berilah tanda ceklis (√) pada salah satu alternatif jawaban yang sesuai dengan keadaan Anda sebenarnya.

1	Nama	:	.....	
2	Alamat	:	.....	
3	Jenis Kelamin	:	☐ Laki-Laki	
			☐ Perempuan	
4	Umur	:	☐ 20-30 tahun	☐ 51-60 tahun
			☐ 31-40 tahun	☐ 61 ke atas
			☐ 41-50 tahun	
5	Pekerjaan Sampingan	:	☐ Petani	☐ Pengrajin
			☐ Pedagang	☐ Lainnya (*tuliskan*)
			☐ Wirausahawan	.....
6	Lamanya Menjadi Anggota	:	☐ < 1 tahun	☐ 11-15 tahun
			☐ 1-5 tahun	☐ 15-20 tahun
			☐ 6-10 tahun	☐ > 20 tahun
7	Tujuan Meminjam	:	☐ Konsumtif	
			☐ Produktif	

B. Petunjuk Pengisian

Sebelum mengisi kuesioner, diharapkan agar Bapak/Ibu membaca terlebih dahulu petunjuk pengisian kuesioner sebagai berikut:

a. Bapak/Ibu dapat memilih salah satu jawaban dari setiap pernyataan.

b. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu dengan memberikan tanda ceklis (√) untuk jawaban yang Bapak/Ibu pilih.

c. Ada 5 (lima) pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan yaitu:

1	= Sangat Tidak Setuju	4	= Setuju
2	= Tidak Setuju	5	= Sangat Setuju
3	= Netral		

d. Akhir kata, saya ucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu yang telah meluangkan waktu untuk bersedia mengisi kuesioner ini.

C. Daftar Pernyataan

1. Variabel Penanganan Keluhan (X_1)

No.	PERNYATAAN	PENILAIAN				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Empati Terhadap Pelanggan Yang Mengeluh						
1	Pengurus dan karyawan mendengarkan dengan baik keluhan saya					
2	Pengurus dan karyawan ikut merasakan apa yang saya keluhkan					
3	Pengurus dan karyawan memberikan perhatian yang tulus untuk memahami keinginan saya					
4	Pengurus dan karyawan menunjukkan sikap serius saat saya menyampaikan keluhan					
5	Keluhan saya dianggap penting oleh pengurus dan karyawan					
Kesigapan Dalam Menangani Keluhan						
1	Pengurus dan karyawan memberikan tanggapan awal yang cepat saat saya menyampaikan keluhan					
2	Pengurus/karyawan mencatat keluhan yang saya sampaikan					
3	Pengurus dan karyawan cekatan dalam menangani keluhan saya					
4	Pengurus dan karyawan cepat menemukan solusi keluhan saya					
5	Pengurus dan karyawan menyelesaikan keluhan saya dengan cepat					

Keadilan atau Kewajaran Pemecahan Masalah						
1	Saya menganggap proses penyelesaian keluhan dilakukan secara adil dan wajar					
2	Pengurus dan karyawan tidak membeda-bedakan anggota yang mengeluh					
3	Pengurus dan karyawan turut mempertimbangkan kepentingan saya dalam menemukan solusi atas keluhan saya					
4	Pengurus dan karyawan bersedia berdiskusi dengan saya untuk mencari solusi atas keluhan yang saya sampaikan					
5	Pengurus dan karyawan memberikan solusi yang wajar atas keluhan saya					
Kemudahan Penyampaian Keluhan						
1	Pengurus dan karyawan memberikan kemudahan bagi saya untuk menyampaikan keluhan					
2	Tersedianya saluran atau fasilitas yang memudahkan saya untuk menyampaikan keluhan (telepon, email, formulir keluhan, kotak saran ataupun secara langsung)					
3	Saya dapat menyampaikan keluhan tanpa kendala dari pihak pengurus dan karyawan					
4	Pengurus dan karyawan mudah ditemui saat saya ingin menyampaikan keluhan					
5	Mekanisme penyampaian keluhan tidak memberatkan saya					

2. Variabel Kualitas Produk *Murabahah* (X_2)

No.	**PERNYATAAN**	**PENILAIAN**				
		STS	**TS**	**N**	**S**	**SS**
		1	**2**	**3**	**4**	**5**
Kinerja						
1	Saya merasa persyaratan pembiayaan *murabahah* mudah untuk dipenuhi					
2	Pembiayaan *murabahah* membantu memenuhi kebutuhan saya dengan baik					
3	Saya merasa margin pembiayaan *murabahah* sudah wajar					

4	Saya merasa pembiayaan *murabahah* telah dijalankan sesuai prinsip syariah					
5	Akad *wakalah* yang ada dalam pembiayaan *murabahah* sudah diterapkan dengan baik					
Interaksi Pegawai						
1	Pengurus menunjukkan sikap hormat kepada saya saat saya mengajukan pembiayaan *murabahah*					
2	Pengurus bersedia mendengarkan kebutuhan saya sebelum menentukan apakah pembiayaan layak disetujui atau tidak					
3	Karyawan dengan ramah menjelaskan pembiayaan *murabahah* kepada saya					
4	Saya merasa penjelasan karyawan terkait margin, jangka waktu pembayaran, dan ketentuan pembiayaan *murabahah* lainnya mudah dipahami					
5	Pengurus dan karyawan terbuka dalam memberikan informasi kepada saya					
Keandalan dan Konsistensi						
1	Pembiayaan *murabahah* dapat diandalkan untuk memenuhi kebutuhan saya					
2	Pembiayaan *murabahah* yang saya terima sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh koperasi					
3	Pengurus dan karyawan memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang disampaikan					
4	Informasi terkait pembiayaan *murabahah* yang saya terima dari pengurus atau karyawan konsisten dari awal hingga akhir					
5	Prosedur pembiayaan yang ditetapkan tidak berubah dari waktu ke waktu					
Daya Tahan						
1	Pembiayaan *murabahah* memberikan manfaat berkelanjutan bagi usaha atau kebutuhan saya					
2	Pembiayaan *murabahah* mendukung stabilitas keuangan saya dalam jangka panjang					

3	Pembiayaan *murabahah* tetap membantu memenuhi kebutuhan saya selama masa pembiayaan berjalan					
4	Besaran angsuran pembiayaan terjangkau					
5	Saya merasa tetap mampu melunasi pembiayaan meskipun dalam keadaan sulit					
Ketepatan Waktu dan Kenyamanan						
1	Pengurus dan karyawan selesai memproses setiap tahapan pembiayaan saya sesuai dengan jangka waktu yang dijanjikan					
2	Pencairan pembiayaan dilakukan secara tepat waktu					
3	Saya merasa proses administrasi pembiayaan tidak memakan waktu yang terlalu lama					
4	Saya merasa nyaman pada saat mengajukan pembiayaan *murabahah*					
5	Pelayanan pembiayaan membuat saya merasa tenang					
Kesadaran Akan Merek						
1	Saya memiliki pemahaman yang baik terkait *merk* yang melekat pada pembiayaan *murabahah*					
2	Saya sadar dengan berbagai keunggulan *merk* yang menggunakan akad pembiayaan *murabahah*					
3	Saya dapat membedakan pembiayaan *murabahah* koperasi ini dengan pembiayaan dari lembaga lain					
4	Saya sering mendengar anggota lain membicarakan keunggulan pembiayaan *murabahah* di koperasi ini					
5	Saya merasa pembiayaan *murabahah* memiliki citra yang baik					

3. Variabel Kepuasan Anggota (Y)

No.	PERNYATAAN	PENILAIAN				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Kesesuaian Harapan						
1	Saya puas dengan penanganan keluhan yang dilakukan oleh pengurus dan karyawan di koperasi ini					
2	Saya tidak menyesal menggunakan pembiayaan *murabahah* di koperasi ini					
3	Saya puas dengan pembiayaan *murabahah* di koperasi ini					
4	Angsuran dan jangka waktu pelunasan pembiayaan *murabahah* sudah sesuai dengan harapan saya					
5	Secara keseluruhan layanan koperasi ini telah memenuhi harapan saya					
Minat Berkunjung Kembali						
1	Saya memiliki keinginan untuk kembali menggunakan pembiayaan *murabahah* di koperasi ini					
2	Pengalaman yang saya rasakan mendorong saya untuk menggunakan kembali pembiayaan *murabahah* di koperasi ini					
3	Saya menjadikan koperasi ini sebagai pilihan utama dalam mengajukan pembiayaan					
4	Saya lebih memilih pembiayaan *murabahah* di koperasi ini daripada pembiayaan di lembaga lain					
5	Saya bersedia datang kembali ke koperasi ini jika membutuhkan layanan lain					
Kesediaan Merekomendasikan						
1	Saya bersedia mengatakan hal positif tentang pembiayaan *murabahah* di koperasi ini kepada yang lain					
2	Saya termotivasi untuk menyampaikan kepada yang lain akan keunggulan dan manfaat pembiayaan *murabahah* di koperasi ini					

3	Saya merasa koperasi ini menjadi pilihan baik bagi orang yang membutuhkan pembiayaan					
4	Menurut saya pembiayaan *murabahah* di koperasi ini pantas untuk disarankan kepada yang lain					
5	Saya bersedia merekomendasikan pembiayaan *murabahah* di koperasi ini kepada yang lain					

Banuhampu, 2026

( )

Lampiran 6: Tabulasi Data Kuesioner

A. Variabel Penanganan Keluhan (X_1)

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	TOTAL
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**99**
2	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**93**
3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	5	5	5	4	4	**78**
4	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	3	3	5	3	**86**
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**80**
6	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	**89**
7	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	**97**
8	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	**75**
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**100**
10	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	**85**
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**100**
12	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	**87**
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**100**
14	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	**85**
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	**81**
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**100**
17	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**81**
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**100**
19	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	**74**
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	**98**

21	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	**87**
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**100**
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**100**
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**98**
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**100**
26	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	4	4	3	5	4	4	4	**87**
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**80**
28	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	**97**
29	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	**96**
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**80**
31	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	**88**
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**100**
33	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	**90**
34	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	**84**
35	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	**82**
36	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	**77**
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**80**
38	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	**84**
39	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**99**
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**100**
41	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**82**
42	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	**91**

B. Variabel Kualitas Produk (X_2)

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
3	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4
4	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	3	3	3	3
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4
7	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
8	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
9	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	2	5	4	4	5	4
10	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
11	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
13	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4

24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4
35	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
38	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	3	4	3	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
42	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4

Responden	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	TOTAL
1	5	5	5	5	4	4	4	4	4	**140**
2	5	5	5	5	5	5	5	4	4	**145**
3	5	4	5	4	4	4	4	4	5	**129**
4	3	5	5	5	3	3	3	3	5	**120**
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**120**
6	4	4	4	4	3	4	4	4	4	**118**
7	5	5	5	5	5	5	4	4	4	**144**
8	4	4	4	3	4	4	4	4	4	**111**
9	5	4	5	5	4	4	4	4	4	**127**
10	5	4	4	4	4	4	4	4	4	**132**
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**142**
12	4	4	4	4	4	3	3	3	4	**116**
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**118**
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**121**
15	5	5	5	5	4	4	4	4	5	**131**
16	5	5	5	5	5	5	5	4	5	**149**
17	4	4	4	4	4	4	3	3	3	**117**
18	5	5	5	5	5	5	5	3	5	**148**
19	4	4	4	4	4	4	3	3	4	**117**
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**150**
21	4	4	4	4	4	4	4	3	3	**125**
22	5	5	5	5	5	5	4	4	4	**147**
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**149**

24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**150**
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**150**
26	4	4	4	4	4	3	4	4	4	**119**
27	4	4	4	4	4	4	4	3	4	**119**
28	5	5	5	5	5	5	5	4	4	**145**
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**120**
30	4	4	4	4	4	4	4	3	4	**119**
31	4	4	4	5	4	4	4	4	5	**124**
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**120**
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**120**
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**124**
35	4	4	4	5	4	4	3	3	4	**116**
36	4	4	4	4	4	3	3	3	4	**117**
37	4	4	3	4	3	3	3	3	3	**97**
38	4	3	4	4	4	4	4	4	4	**121**
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**120**
41	5	4	4	4	4	4	4	4	4	**121**
41	4	4	4	4	4	4	4	3	3	**112**
42	4	5	5	4	4	4	4	4	4	**130**

C. Variabel Kepuasan (Y)

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	TOTAL
1	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**61**
2	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	**71**
3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	**70**
4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	3	4	4	5	4	3	**58**
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**60**
6	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	**56**
7	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	**68**
8	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	**55**
9	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**62**
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**60**
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**75**
12	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	**60**
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**60**
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	**61**
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**60**
16	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	**72**
17	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	**56**
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	**71**
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**60**
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**75**
21	4	4	4	5	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	**56**
22	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**74**

23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**75**
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**75**
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**75**
26	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**59**
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	**58**
28	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	**69**
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**60**
30	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	**56**
31	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	**63**
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**60**
33	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	**64**
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	**61**
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**60**
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**60**
37	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	**46**
38	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	**62**
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**60**
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**60**
41	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	**54**
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	**61**

Lampiran 7: Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik Jenis Kelamin			
No.	**Jenis Kelamin**	**Frekuensi**	**Persentase**
1	Jumlah Laki-Laki	6	14,3 %
2	Jumlah Perempuan	36	85,7%
Total		**42**	**100%**

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik Usia			
No.	**Usia**	**Frekuensi**	**Persentase**
1	20 - 30 tahun	6	14,3 %
2	31 - 40 tahun	7	16.7 %
3	41 - 50 tahun	13	31 %
4	51 - 60 tahun	15	35,7 %
5	> 61 tahun	1	2,4 %
Total		**42**	**100%**

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Sampingan

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Sampingan

Karakteristik Pekerjaan Sampingan			
No.	**Pekerjaan Sampingan**	**Frekuensi**	**Persentase**
1	Ibu Rumah Tangga	3	7,1 %
2	Pedagang	6	14,3 %
3	Penjahit	1	2,4 %
4	Petani	5	11,9 %
5	Wirausahawan	3	7,1 %
6	Tidak ada	24	57,1 %
Total		**42**	**100%**

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Anggota Koperasi

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Anggota

Karakteristik Lamanya Menjadi Anggota			
No.	**Lamanya Menjadi Anggota**	**Frekuensi**	**Persentase**
1	< 1 tahun	2	4,8 %
2	1 - 5 tahun	15	35,7 %
3	6 - 10 tahun	4	9,5 %
4	11 - 15 tahun	5	11,9 %
5	16 - 20 tahun	7	16,7 %
6	> 20 tahun	9	21,4 %
Total		**42**	**100%**

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Pembiayaan

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Pembiayaan

Karakteristik Tujuan Pembiayaan			
No.	**Tujuan Pembiayaan**	**Frekuensi**	**Persentase**
1	Konsumtif	24	57,1 %
2	Produktif	18	42,9 %
Total		**42**	**100%**

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Lampiran 8: Hasil Uji Validitas

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Penanganan Keluhan (X_1)	X1.1	0,803	0,3044	Valid
	X1.2	0,698	0,3044	Valid
	X1.3	0,805	0,3044	Valid
	X1.4	0,758	0,3044	Valid
	X1.5	0,748	0,3044	Valid
	X1.6	0,848	0,3044	Valid
	X1.7	0,687	0,3044	Valid
	X1.8	0,846	0,3044	Valid
	X1.9	0,817	0,3044	Valid
	X1.10	0,705	0,3044	Valid
	X1.11	0,763	0,3044	Valid
	X1.12	0,700	0,3044	Valid
	X1.13	0,749	0,3044	Valid
	X1.14	0,709	0,3044	Valid
	X1.15	0,869	0,3044	Valid
	X1.16	0,743	0,3044	Valid
	X1.17	0,611	0,3044	Valid
	X1.18	0,690	0,3044	Valid
	X1.19	0,762	0,3044	Valid
	X1.20	0,815	0,3044	Valid
Kualitas Produk (X_2)	X2.1	0,730	0,3044	Valid
	X2.2	0,749	0,3044	Valid
	X2.3	0,702	0,3044	Valid
	X2.4	0,757	0,3044	Valid
	X2.5	0,836	0,3044	Valid
	X2.6	0,835	0,3044	Valid
	X2.7	0,803	0,3044	Valid
	X2.8	0,710	0,3044	Valid
	X2.9	0,819	0,3044	Valid
	X2.10	0,854	0,3044	Valid
	X2.11	0,837	0,3044	Valid
	X2.12	0,891	0,3044	Valid
	X2.13	0,854	0,3044	Valid
	X2.14	0,827	0,3044	Valid
	X2.15	0,570	0,3044	Valid
	X2.16	0,830	0,3044	Valid
	X2.17	0,835	0,3044	Valid
	X2.18	0,824	0,3044	Valid
	X2.19	0,647	0,3044	Valid

	X2.20	0,760	0,3044	Valid
	X2.21	0,774	0,3044	Valid
	X2.22	0,795	0,3044	Valid
	X2.23	0,799	0,3044	Valid
	X2.24	0,862	0,3044	Valid
	X2.25	0,752	0,3044	Valid
	X2.26	0,862	0,3044	Valid
	X2.27	0,845	0,3044	Valid
	X2.28	0,792	0,3044	Valid
	X2.29	0,615	0,3044	Valid
	X2.30	0,615	0,3044	Valid
Kepuasan (Y)	Y1	0,598	0,3044	Valid
	Y2	0,881	0,3044	Valid
	Y3	0,788	0,3044	Valid
	Y4	0,792	0,3044	Valid
	Y5	0,849	0,3044	Valid
	Y6	0,739	0,3044	Valid
	Y7	0,825	0,3044	Valid
	Y8	0,909	0,3044	Valid
	Y9	0,776	0,3044	Valid
	Y10	0,789	0,3044	Valid
	Y11	0,868	0,3044	Valid
	Y12	0,704	0,3044	Valid
	Y13	0,772	0,3044	Valid
	Y14	0,854	0,3044	Valid
	Y15	0,739	0,3044	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Lampiran 9: Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Standar Reliabel	Keterangan
Penanganan Keluhan (X_1)	0,959	0,60	Reliabel
Kualitas Produk (X_2)	0,977	0,60	Reliabel
Kepuasan (Y)	0,957	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Lampiran 10: Hasil Uji Normalitas

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas

Tests of Normality

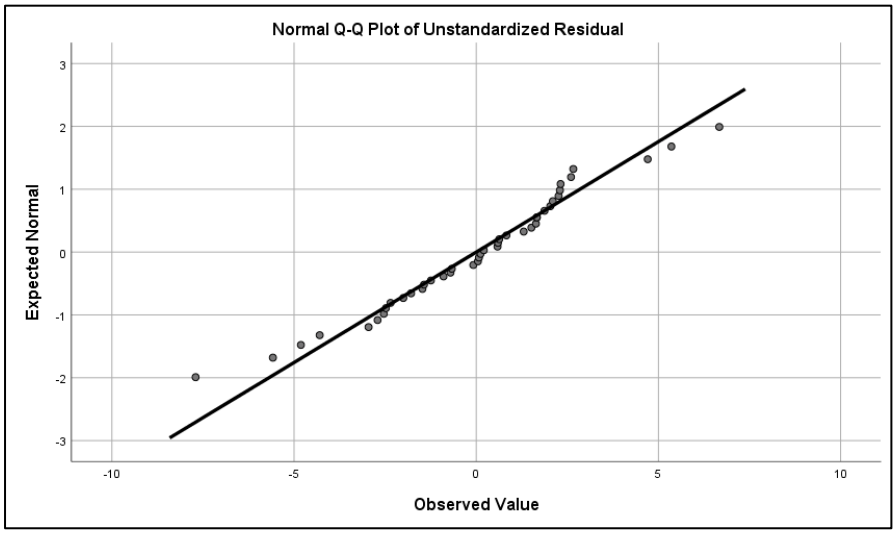
	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	,103	42	,200*	,979	42	,615

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Grafik 4.1
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Lampiran 11: Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,408	4,999		,482	,633		
	Penanganan Keluhan (X1)	,012	,070	,015	,176	,861	,566	1,766
	Kualitas Produk (X2)	,465	,045	,902	10,359	,000	,566	1,766
a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)								

Sumber : Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Lampiran 12: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,227	3,039		,733	,468
	Penanganan Keluhan (X1)	-,066	,042	-,320	-1,563	,126
	Kualitas Produk (X2)	,046	,027	,347	1,696	,098
a. Dependent Variable: Abs_Res						

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Lampiran 13: Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 4.11
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,912[a]	,832	,824	2,918	1,906
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Penanganan Keluhan (X1)					
b. Dependent Variable: Kepuasan (Y)					

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Lampiran 14: Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.12
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,408	4,999		,482	,633
	Penanganan Keluhan (X1)	,012	,070	,015	,176	,861
	Kualitas Produk (X2)	,465	,045	,902	10,359	,000
a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)						

Sumber : Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Lampiran 15: Hasil Uji Parsial (Uji t)

Tabel 4.13
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,408	4,999		,482	,633
	Penanganan Keluhan (X1)	,012	,070	,015	,176	,861
	Kualitas Produk (X2)	,465	,045	,902	10,359	,000
a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)						

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Lampiran 16: Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4.14
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1649,818	2	824,909	96,897	,000[b]
	Residual	332,016	39	8,513		
	Total	1981,833	41			
a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Penanganan Keluhan (X1)						

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Lampiran 17: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,912[a]	,832	,824	2,918
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Penanganan Keluhan (X1)				

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan 2026 (Data diolah)

Lampiran 18: Dokumentasi Penelitian

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama	: Mela Azmardiah
Tempat/Tanggal Lahir	: Balingka/ 19 Mei 2003
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Alamat	: Koto Baru, Kecamatan IV Koto, Kabupaten Agam
Email	: melaazmardiah@gmail.com
Riwayat Pendidikan	: SDN 04 Koto Tuo
	MTsN 3 Agam
	SMA N 1 IV Koto