

**PENGARUH STRATEGI *WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUASAN LAYANAN ANGGOTA KOPERASI PADA
KOPERASI SIMPAN PINJAM (KPRI) SEJAHTERA
WOTU-BURAU LUWU TIMUR**

SKRIPSI



**SRI HASTUTI
NIM: 105721121818**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**

2022

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN:

**PENGARUH STRATEGI *WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUASAN LAYANAN ANGGOTA KOPERASI PADA
KOPERASI SIMPAN PINJAM (KPRI) SEJAHTERA
WOTU-BURAU LUWU TIMUR**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh:

SRI HASTUTI

NIM: 105721121818

*Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar*

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR MAKASSAR**

02/09/2022

Sub. Alurami

P/0439/MAN/2240

HAS
P

2022

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Allah Tidak Akan Menguji Hambanya di Luar
Batas Kemampuannya"

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho-Nya serta karunia-Nya sehingga
skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.

Alhamdulillah Rabbilalamin

Skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku tercinta

Orang-orang yang saya sayang dan almamaterku



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Layanan Anggota Koperasi Pada Koprasi Simpan Pinjam (KPRI) Sejahtera Wotu-Burau Luwu Timur

Nama Mahasiswa : Sri Hastuti

NIM : 105721121818

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan didepan penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 6 Juli 2022 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 6 Juli 2022

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Ir/Ahmad AC, ST., MM
NIDN: 0903076201

Dr. Samsul Riza, SE., MM
NIDN: 0907028401

Mengetahui,

Dekan

Ketua/program Studi



Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si
NBM : 651 567

Muh. Nur Rasyid, SE., MM
NBM : 1085 576



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama: Sri Hastuti, NIM: 105721121818, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0017/SK-Y/61201/091004/2022 M, tanggal 7 Dzulhijjah 1443 H/ 6 Juli 2022 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **SARJANA MANAJEMEN** pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 7 Dzulhijjah 1443 H
6 Juli 2022 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, SE., M.ACC
(WD 1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Hj. Naidah, SE., M.Si.
2. Dr. Ir. Ahmad AC, ST., M.M
3. Dr. Samsul Rizal S.E., M.M
4. Inyan Abdullah, S.Sos., MM

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM : 654 507



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Sri Hastuti

Stambuk : 105721121818

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Layanan Anggota Koperasi Pada Koprasi Simpan Pinjam (KPP) Selahtera Wotu-Burau Luwu Timur

Dengan ini menyatakan bahwa :

Skripsi yang saya ajukan di depan tim penguji adalah asli HASIL karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapapun.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 6 Juli 2022 M

at pernyataan,



Sri Hastuti

NIM: 105721121818

Mengetahui,



Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si
NBM : 651 507

Ketua program Studi

Muh. Nur Rasyid, SE., MM
NBM : 1085 576

KATA PENGANTAR



Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul "Pengaruh Strategi *Word Of Mount* Terhadap Kepuasan Layanan Anggota Koperasi Pada Koperasi Simpan Pinjam (KPRI) Sejahtera Wotu-Burau Luwu Timur".

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis bapak Imran dan Ibu Hasni yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Muh. Nur Rasyid, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. Ahmad AC, ST., MM selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Bapak Dr. Samsul Rizal, S.E., MM, selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Angkatan 2018 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi

penulis.

9. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya

para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Bilahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Makassar, Juni 2022

Sri Hastuti

ABSTRAK

SRI HASTUTI. 2022. Pengaruh Strategi Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Layanan Anggota Koperasi Pada Koperasi Simpan Pinjam (KPRI) Sejahtera Wotu-Burau Luwu Timur. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh : Ahmad AC dan Samsul Rizal

Tujuan penelitian ini merupakan jenis penelitian bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh Strategi *Word Of Mouth* Terhadap Kepuasan Layanan Anggota Koperasi Pada Koperasi Simpan Pinjam (KPRI) Sejahtera Wotu-Burau Luwu Timur. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan 100 responden anggota koperasi simpan pinjam (KPRI) Sejahtera Wotu-burau Luwu timur. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala Likert 5 poin untuk mengukur 22 indikator. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis jalur.

Hasil Dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan, kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota, dan *word of mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan dan *word of mouth* melalui kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung terhadap kepuasan anggota.

Kata Kunci : Word Of Mouth, Kepuasan Anggota, Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

SRI HASTUTI. 2022. The Influence of the Word Of Mouth Strategy on Service Satisfaction of Cooperative Members at the Sejahtera Wotu-Burau Savings and Loans Cooperative (KPRI) East Luwu. Essay. Department of Management, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Guided by : Ahmad AC and Samsul Rizal

The purpose of this research is a type of quantitative research with the aim of knowing the Effect of Word Of Mouth Strategy on Service Satisfaction of Cooperative Members at the Sejahtera Wotu-Burau Savings and Loans Cooperative (KPRI) East Luwu. This study uses data collection techniques with 100 respondents from the savings and loan cooperative (KPRI) Sejahtera Wotu-Burau Luwu Timur. Data was collected by distributing questionnaires using a 5-point Likert scale to measure 22 indicators. The analytical method used in this research is path analysis.

The results of this study indicate that word of mouth has a significant effect on service quality, service quality has a significant effect on member satisfaction, and word of mouth has no significant effect on service quality and word of mouth through service quality has an indirect effect on member satisfaction.

Keywords: Word Of Mouth, Member Satisfaction, Service Quality

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL	i
HALMAN JUDUL	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
ABSRACK	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTARTABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Tinjauan Teori	9
1. Pemasaran Jasa	9
2. Kualitas Layanan	11
3. Kepuasan Anggota	13
4. <i>Word Of Mouth</i>	14
B. Tinjauan Empiris	16
C. Kerangka Pikir Penelitian	19
D. Rumusan Hipotesis	19
BAB III. METODE PENELITIAN	21
A. Jenis Penelitian	21

B. Lokasi dan Waktu Penelitian	21
C. Jenis dan Sumber Data	21
1. Data Primer	21
2. Data Sekunder	22
D. Variabel dan Indikator Penelitian	23
1. Variabel Penelitian	23
2. Indikator Penelitian	24
E. Populasi dan Sampel	26
1. Populasi	26
2. Sampel	26
F. Metode Pengumpulan Data	27
1. Dokumentasi	27
2. Kuisioner	28
G. Uji Validasi dan Uji Reliabilitas	29
1. Validasi	29
2. Reliabilitas	30
H. Metode Analisis Data	31
1. Analisis jalur (Path Analysis)	31
I. Uji Hipotesis	33
1. Uji Statistik t	33
2. Uji Statistik F	33
3. Koefisien Determinasi (R^2)	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian	35
B. Gambaran Umum Responden	36
C. Uji Validitas dan Reliabilitas	38
D. Hasil Uji Analisis Hipotesis	40
E. Pembahasan Hasil Penelitian	42
BAB V PENUTUP	48
A. Kesimpulan	48
B. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
5.1 Jenis Kelamin Responden.....	37
5.2 Umur Responden.....	37
5.3 Hasil Uji Validasi Kualitas Pelayanan.....	38
5.4 Hasil Uji Validasi Kepuasan Anggota.....	39
5.5 Hasil Uji Validasi Word Of Mouth.....	39
5.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	39
5.7 Hasil Uji t Model 1.....	40
5.8 Hasil Uji R Model 1.....	40
5.9. Hasil Uji t Model 2.....	41
5.10 Hasil Uji R Model 2.....	41



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Pikir.....	19
3.1 Diagram Jalur.....	32
5.1 Model Jalur 1.....	41
5.2 Model Jalur 2.....	42



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Kuesioner
- Lampiran 2 Tabel Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan
- Lampiran 3 Tabel Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan
- Lampiran 4 Tabel Jawaban Variabel *Word of Mouth*
- Lampiran 5 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan
- Lampiran 6 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan
- Lampiran 7 Uji Validitas Variabel *Word of Mouth*
- Lampiran 8 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan
- Lampiran 9 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan
- Lampiran 10 Uji Reliabilitas Variabel *Word of Mouth*
- Lampiran 11 Hasil Uji t Model 1
- Lampiran 12 Hasil Uji R Model 1
- Lampiran 13 Hasil Uji t Model 2
- Lampiran 14 Hasil Uji R Model 2
- Lampiran 15 Surat balasan Penelitian
- Lampiran 16 Dekomentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebutuhan masyarakat akan pinjaman atau permodalan baik yang sifatnya jangka panjang maupun jangka pendek sekarang ini semakin tinggi, seiring perkembangan zaman berkembang pula kebutuhan hidup yang semakin meningkat. Sehingga mengakibatkan semakin banyak pula lembaga-lembaga keuangan baik itu bank maupun lembaga keuangan bukan bank yang mana lembaga keuangan tersebut menjadi tujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Lembaga keuangan merupakan badan usaha atau institusi di bidang jasa keuangan yang bergerak dengan cara menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya untuk pendanaan serta dengan mendapatkan keuntungan dalam bentuk bunga atau persentase. Kemudian menurut pasal 1 UU No.14/1967 dan direferendum dengan UU No. 7/1992 yang membahas tentang perbankan di Indonesia bahwa lembaga keuangan merupakan badan ataupun lembaga yang kegiatannya menarik hasil dana dari masyarakat dan kemudian menyalurkan kembali kepada masyarakat.

Mengenai tentang bagaimana lembaga keuangan dalam dunia keuangan yang beroperasi bertindak selaku lembaga yang menyediakan jasa keuangan bagi nasabahnya, dimana pada umumnya lembaga ini diatur oleh regulasi keuangan dari pemerintah. Bentuk umum dari lembaga keuangan ini adalah termasuk perbankan, koperasi, pialang saham, aset manajemen, asuransi, dana pensiun, pegadaian, dan berbagai macam bisnis serupa.

Berdasarkan beberapa penjelasan mengenai lembaga keuangan di atas, dapat diartikan bahwa lembaga keuangan merupakan sebuah organisasi yang selaku sebagai penyedia jasa keuangan bagi masyarakat. Umumnya lembaga keuangan tersebut sudah diatur oleh regulasi keuangan dari pemerintah.

Fungsi dari lembaga ini adalah menyediakan jasa sebagai perantara antara pemilik modal yang bertanggung jawab dalam penyaluran dana dari investor kepada pihak yang membutuhkan tersebut. Kehadiran lembaga keuangan inilah yang memfasilitasi arus pederan uang dalam perekonomian, dimana uang dari individu pemilik dana dikumpulkan dalam bentuk tabungan, sehingga resiko dari para investor ini beralih pada lembaga keuangan yang kemudian menyalurkan dana tersebut dalam bentuk pinjaman uang kepada yang membutuhkan. Ini merupakan tujuan utama dari lembaga penyimpanan dana untuk menghasilkan pendapatan.

Lembaga keuangan di Indonesia banyak yang berasal dari bank maupun bukan bank. Pada bank umum, dimana lembaga ini menawarkan berbagai layanan produk dan jasa kepada masyarakat dengan fungsi menghimpun dana secara langsung dari masyarakat dalam berbagai bentuk, memberi kredit pinjaman kepada masyarakat, menjual jasa asuransi, jasa giro, jual beli valuta asing, dan sebagainya. Kemudian pada lembaga keuangan bukan bank, dimana lembaga ini merupakan organisasi bukan bank yang melakukan kegiatan di bidang keuangan namun tidak menerima dana masyarakat dalam bentuk tabungan, giro, dan deposito.

Bentuk-bentuk lembaga keuangan bukan bank di Indonesia diantaranya adalah koperasi kredit atau koperasi simpan pinjam, pegadaian, asuransi, pasar modal atau bursa efek, modal ventura, dana pensiun, kartu kredit dan

sebagainya. Tentunya masing masing dari bentuk lembaga keuangan bukan bank tersebut memiliki ciri dan tujuan khusus dan juga memiliki kelebihan maupun kekurangannya.

Lembaga keuangan bukan bank seperti koperasi kredit atau koperasi simpan pinjam bisa menjadi salah satu bentuk yang bisa ditawarkan kepada masyarakat. Koperasi bisa menjadi salah satu tujuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan mereka pada salah satu bentuk dari lembaga keuangan bukan bank ini.

Definisi koperasi di Indonesia termuat dalam UU No. 25/1992 mendefinisikan koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi, dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat, yang berdasarkan atas azas kekeluargaan. Pengertian koperasi menurut Revrisond Baswir (2013: 21), koperasi adalah suatu bentuk perusahaan yang didirikan oleh orang-orang tertentu, untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu, berdasarkan ketentuan dan tujuan tertentu pula.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat diartikan bahwa koperasi merupakan suatu badan usaha ekonomi milik bersama yang berbasis kekeluargaan, kebersamaan, dan kegotongroyongan. Seperti yang dijelaskan di UU nomor 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian sebagai "Badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan". Prinsip koperasi adalah suatu sistem ide-ide abstrak yang merupakan petunjuk untuk membangun koperasi

yang efektif dan tahan lama yang dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan atau anggotanya.

Dari beberapa pengertian di atas koperasi simpan pinjam merupakan bentuk dari lembaga keuangan bukan bank yang bergerak dalam simpan pinjam yang bertujuan untuk menyejahterakan anggotanya dengan azas kekeluargaan.

Keberadaan koperasi diharapkan mampu mewujudkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta membangun tatanan perekonomian nasional. Menurut pasal 4 Undang-undang No. 25 tahun 1992, fungsi dan peranan koperasi adalah a) Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya, b) berperan secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat, c) memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai sokogurunya, d) berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.

KPRI adalah koperasi yang didirikan oleh pegawai negeri serta dikelola untuk kepentingan pegawai negeri. Jadi anggota KPRI adalah juga orang-orang yang mempunyai wilayah kerja kecamatan atau berada dalam lembaga pemerintahan atau di sekolah-sekolah atau di kecamatan-kecamatan. Pendiri dan anggota KPRI adalah orang-orang yang mempunyai profesi sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) pada instansi pemerintah. Oleh karena KPRI sebagai badan usaha yang beranggotakan para anggota PNS, maka keberhasilan

usahanya sangat tergantung pada kemauan anggota untuk memanfaatkan jasa yang disediakan oleh koperasi.

Pada saat ini perkembangan koperasi banyak memiliki tantangan, baik yang berasal dari luar maupun dari dalam. Tantangan koperasi yang berasal dari luar antara lain munculnya badan usaha yang didirikan oleh pihak lain yang memiliki tujuan yang hampir sama dengan koperasi, misalnya adanya pertokoan maupun penyedia jasa lain yang menyediakan berbagai kebutuhan seseorang. Munculnya badan usaha milik swasta merupakan ancaman yang serius bagi keberadaan koperasi. Dalam hal ini koperasi perlu mengembangkan dan meningkatkan usahanya untuk memenuhi kebutuhan anggota agar tujuan utama koperasi yaitu kesejahteraan anggota dapat tercapai. Dalam rangka pengembangan dan peningkatan usaha koperasi inilah peranan anggota sangat penting, karena perkembangan koperasi sangat tergantung dari partisipasi anggotanya.

Rangkuti (2013:183) berpendapat bahwa strategi adalah perencanaan induk yang komprehensif, yang menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan hasil yang dipikirkan terhadap hasil yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Penerima layanan akan merasakan kepuasan apabila memperoleh pelayanan sesuai dengan yang diharapkan dan dibutuhkan. Menurut fandy tjiptono (2014: p.353) kata "kepuasan atau satisfaction: berasal dari bahasa latin "satis" (artinya cukup banyak, memadai) dan "facio" (melakukan atau membuat) secara sederhana kepuasan

dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Menurut Howard dan Sheth dalam Fandy Tjiptono (2014: p.353) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembelian berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Sedangkan Menurut Danang Sunyoto (2015: p.140), Kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahukan orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut.

Pelanggan pada umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang diperoleh, dinikmati lalu dikonsumsi melalui pelayanan yang memuaskan. Pelanggan juga akan memberikan pendapatnya terhadap kualitas pelayanan yg telah diterimanya. Pelayanan merupakan salah satu faktor keberhasilan memikat pelanggan. Pengalaman empiris menunjukkan bahwa banyak koperasi yang kurang berhasil dalam mempertahankan pelanggan, padahal pelanggannya sangat jelas yaitu anggota koperasi itu sendiri. Mungkin terdapat beberapa penyebab seperti kelemahan yang ada pada manajemen yang menimbulkan budaya customer service di kalangan pegawai, sehingga pelayanan terhadap anggota atau pelanggan menjadi kurang maksimal. Oleh karena itu, koperasi harus secara terus menerus meningkatkan pengetahuan tentang pelanggan serta secara kontinyu memperbaharui hubungan dengan konsumen untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. KPRI SEJAHTERA adalah

salah satu koperasi yang berada di Kabupaten Luwu Timur dan jenisnya adalah koperasi profesi yaitu koperasi para Pegawai Negeri Sipil (PNS).

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik mengambil judul : **"Pengaruh Strategi *Word Of Mount* Terhadap Kepuasan Layanan Anggota Koperasi Pada Koperasi Simpan Pinjam (KPRI) Sejahtera Wotu-Burau Luwu Timur"**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *Word of Mouth (WOM)* terhadap Kualitas Pelayanan Koperasi Simpan Pinjam (KPRI) Sejahtera Wotu-Burau Luwu Timur?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam (KPRI) Sejahtera Wotu-Burau Luwu Timur?
3. Bagaimana pengaruh *Word of Mouth (WOM)* terhadap kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam (KPRI) Sejahtera Wotu-Burau Luwu Timur?
4. Bagaimana pengaruh *Word of Mouth* terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam (KPRI) Sejahtera Wotu-Burau Luwu Timur melalui Kualitas Pelayanan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian Sesuai rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Word of Mouth (WOM)* terhadap Kualitas Pelayanan Koperasi Simpan Pinjam (KPRI) Sejahtera Wotu-Burau Luwu Timur.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam (KPRI) Sejahtera Wotu-Burau Luwu Timur.

3. Untuk mengetahui pengaruh *Word of Mouth (WOM)* terhadap kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam (KPRI) Sejahtera Wotu-Burau Luwu Timur.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Word of Mouth* terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam (KPRI) Sejahtera Wotu-Burau Luwu Timur melalui Kualitas Pelayanan.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Untuk memperluas dan mendalami bidang sumber daya manusia khususnya dan manajemen pada umumnya serta sebagai sarana berpikir dan berlatih dalam menghadapi masalah untuk kemudian mencapai jalan pemecahannya.

2. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat mengetahui dan mengevaluasi atas kebijaksanaan dalam meningkatkan produktivitasnya, sehingga dapat mengetahui perkembangan perilaku karyawan terhadap produktivitas kerja yang dihasilkan.

3. Bagi Pihak Lain

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan pengembangan pengetahuan lebih lanjut dan dapat digunakan sebagai perbandingan untuk kasus-kasus yang serupa mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas kerja karyawan.

4. Bagi Akademisi Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi sebuah karya yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang ada di perpustakaan Universitas Muhammadiyah Makassar.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pemasaran Jasa

a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Salah satu dari definisi pemasaran terpendek adalah memenuhi kebutuhan secara menguntungkan. Pengertian pemasaran menurut American Marketing Association (AMA) yang dikutip oleh Kotler & Keller (2012:5) yang telah diterjemahkan adalah suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.

Berdasarkan definisi di atas, pemasaran adalah suatu fungsi untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan mengantarkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan dengan cara yang menguntungkan bagi organisasi atau perusahaan maupun bagi para pemilik saham.

b. Pengertian Jasa

Kotler dan Keller (2012:224) mengemukakan pengertian jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa ada beberapa perbedaan yang cukup jelas antara produk yang berupa jasa dengan produk yang berupa barang. Jasa merupakan serangkaian tindakan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud, dapat memberikan nilai tambah tanpa perubahan kepemilikan walaupun dalam produksinya, jasa dapat melibatkan fisik untuk mendukungnya.

c. Karakteristik Jasa

Berbagai riset dan literatur manajemen dan pemasaran jasa mengungkapkan bahwa jasa memiliki empat karakteristik unik yang membedakannya dari barang dan berdampak pada strategi mengelola dan memasarkannya. Keempat karakteristik tersebut dinamakan paradigma IHIP: *intangibility*, *heterogeneity*, *inseparability*, dan *perishability* (Lovelock dan Gummesson, 2004 dalam Tjiptono, 2014:34-46). Karakteristik tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1) Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa bersifat *intangible* artinya jasa tidak dapat dilihat, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Konsep *intangible* ini memiliki dua pengertian yaitu: (1) sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasakan, dan (2) sesuatu yang tidak mudah didefinisikan, dirumuskan atau dipahami secara rohaniah.

2) Bervariasi (*Heterogeneity/Variability/inconsistency*)

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya terdapat banyak variasi buruk, kualitas, dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan di mana jasa tersebut diproduksi.

3) Tidak terpisahkan (*Inseparability*)

Barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual baru dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Keduanya mempengaruhi hasil (outcome) dari jasa bersangkutan.

4) Mudah Musnah (*Perishability*)

Perishability berarti bahwa jasa merupakan komoditas tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu datang, dijual kembali, atau dikembalikan.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut (Sudarso, 2016) kualitas pelayanan merupakan manfaat yang dirasakan oleh pelanggan setelah melakukan evaluasi pada produk/jasa tersebut dan membandingkan manfaat yang diharapkan pelanggan, manfaat yang diharapkan pelanggan"

Kualitas pelayanan jasa jauh lebih sukar didefinisikan, dijabarkan, dan diukur bila dibandingkan dengan kualitas barang. Bila ukuran kualitas dan pengendalian kualitas telah lama dikembangkan dan diterapkan untuk barang-barang berwujud, maka jasa berbagai upaya justru dikembangkan untuk merumuskan ukuran-ukuran semacam itu. (Tjiptono:2011:162).

Berdasarkan beberapa definisi diatas, kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan atau harapan pelanggan.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

- 1) Bukti langsung (Tangibles), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penempatan karyawan.
- 2) Keandalan (Reliability), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- 3) Daya tanggap (Responsiviness), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
- 4) Jaminan (Assurance), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

- 5) Empati (Empathy), berarti bahwa perusahaan memahami masalah parapelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, sertamemberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

3. Kepuasan Anggota

a. Pengertian Kepuasan Anggota

Menurut Kotler & Keller (2012:150), kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas.

Kepuasan anggota adalah sebagai hasil penilaian anggota terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk atau jasa tersebut. Apakah keinginan yang diterimanya lebih besar (minimal sama) dari pada harapannya, maka anggota puas, sebaliknya kinerja yang diberikan dari pemakaian produk atau jasa tersebut lebih kecil dari pada apa yang diharapkannya maka anggota tidak puas (Nailis dan Syamsul, 2019)

Kepuasan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan, dan kebutuhan dipenuhi sesuai dengan apa yang diharapkan. Kepuasan anggota adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan

antara apa yang dia terima dan harapannya. Dengan kata lain, kepuasan anggota koperasi adalah tingkat perasaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari anggota koperasi dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya transaksi ulang atau kesetiaan yang berlanjut pada organisasi koperasi tersebut.

4. Word of Mouth

a. Pengertian *Word of Mouth*

Word of Mouth (WOM) menurut Marketing Association (WOMMA) dalam Guna (2014), *word of mouth* merupakan usaha pemasaran yang memicu konsumen untuk membicarakan, mempromosikan, merekomendasikan dan menjual produk atau merek kepada pelanggan serta calon konsumen lain. Kotler dan Armstrong (2012) mendefinisikan minat merferensi *word of mouth* sebagai suatu komunikasi personal tentang produk diantara pembeli dan orang-orang disekitarnya. *Word of Mouth* merupakan bentuk promosi paling efektif. Pelanggan yang terpuaskan akan menjadi juru bicara produk perusahaan secara lebih efektif dan meyakinkan dibandingkan dengan iklan jenis apapun. Menurut (Poerwanto dan Zakaria, 2018) WOM adalah saluran komunikasi yang dapat dipercaya, karena kejadiannya bermula dari pelanggan yang sudah pernah mengonsumsi sebuah produk atau menggunakan jasa perusahaan, dan memperoleh kepuasan kemudian merekomendasikannya kepada orang lain tentang pengalamannya

Berdasarkan beberapa definisi di atas *word of mouth* merupakan pertukaran informasi baik positif maupun informasi negatif oleh orang

yang pernah mencoba suatu produk tertentu dan dilakukan secara informal antar individu mengenai suatu produk.

b. Karakteristik *Word of mouth*

Kotler & Keller (2012) menjelaskan bahwa WOM (*word of mouth*) memiliki beberapa karakteristik penting, yaitu:

- 1) Kredibel, karena orang mempercayai orang lain yang mereka kenal dan hormati, pemasaran *word of mouth* bisa sangat berpengaruh.
- 2) Pribadi, Pemasaran *word of mouth* (WOM) bisa menjadi percakapan yang sangat akrab yang dapat mencerminkan fakta, pendapat-pendapat, dan pengalaman pribadi tentang produk tersebut.
- 3) Tepat waktu, Pemasaran *word of mouth* (WOM) terjadi ketika orang menginginkannya dan saat mereka paling tertarik, dan sering kali mengikuti acara atau pengalaman penting.

c. Dimensi *Word of Mouth*

Didalam *word of mouth* (WOM) terdapat beberapa hal yang digunakan untuk mengukur *word of mouth* communication tersebut berhasil atau tidaknya, indikator *word of mouth* adalah

1) Membicarakan

Kemauan seseorang untuk membicarakan hal-hal positif tentang kualitas produk kepada orang lain. Konsumen berharap mendapatkan kepuasan yang maksimal dan memiliki bahan menarik untuk dibicarakan dengan orang lain.

2) Merekomendasikan

Konsumen menginginkan produk yang bisa memuaskan dan memiliki keunggulan dibandingkan dengan yang lain, sehingga bisa direkomendasikan kepada orang lain.

3) Mendorong

Dorongan terhadap teman atau relasi untuk melakukan transaksi atas produk dan jasa. Konsumen menginginkan timbal balik yang menarik pada saat mempengaruhi orang lain untuk memakai produk atau jasa yang telah dibertahukan.

B. Tinjauan Empiris/ Penelitian Terdahulu

Ringkasan Penelitian Terdahulu dapat di kemukakan pada tabel berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti/ Tahun penelitian	Judul Penelitian	Variabel (kuantitatif)	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Kristin V Pasaribu, Yuliawati/ 2019	Pengaruh Dimensi Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Konsumen	Variabel (X) Word Of Mouth dan Variabel (Y) Kepuasan Pengunjung, Variabel (Z) Kepuasan Konsumen	Analisis data menggunakan Structural Equation Model (SEM) dengan metode alternatif Partial Least Square (PLS) yang dibantu dengan software smartPLS V.3.0.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi E-WOM yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung adalah konten dan valensi opini sedangkan dimensi E-WOM yang berpengaruh

					signifikan terhadap kepuasan konsumen adalah intensitas dan valensi opini.
2.	Regita Puji Agustin, Adi Suparwo, Wulan Yuliyana, Denok Sunarsi, Nurjaya/2021	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan serta dampaknya pada Word of Mouth Jasa Pengurusan Nenkin di CV Speed Nenkin	variabel (x) Kualitas Pelayanan dan variable (Y) kepuasan Pelanggan, Variabel (Z) Word Of Mouth	Analisis deskriptif dan analisis verifikatif Analisis jalur (path analysis).	hasil temuan bahwa perusahaan yang memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas akan langsung terasa manfaatnya oleh pelanggan sehingga pelanggan dapat menilai bahwa pelayanan yang diberikan memberikan kepuasan dan pelanggan secara alami akan melakukan komunikasi word of mouth.
3.	Atika Rosifa, Lia Supriharti ni, Roni Kurniawan /2020	Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Pengunjung Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai	variabel (X) Word Of Mouth dan Variabel (Y) Kepuasan Pengunjung.	analisis statistik dan analisis jalur	Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai pelanggan secara parsial memiliki berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

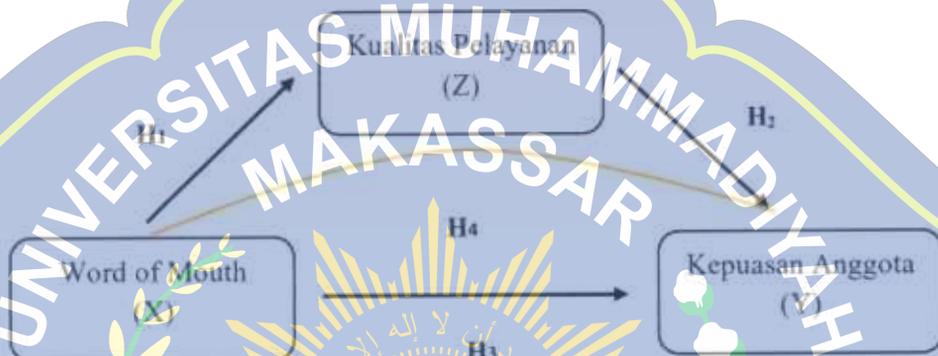
Variabel
Intervening
Pada New
Marjoly Beach
And Resort

Secara parsial, electronic word of mouth berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Nilai pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Sebagian, electronic word of mouth tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Keputusan untuk berkunjung tidak bisa menengahi antara nilai pelanggan dan kepuasan pengunjung dan keputusan untuk berkunjung juga tidak dapat menengahi antara electronic word of mouth dan kepuasan pengunjung



C. Kerangka Pikir Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Word Of Mouth kepuasan layanan anggota koperasi pada KPRI, Untuk itu penulis akan mengkaji lebih lanjut mengenai Pengaruh Strategis Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Layanan Anggota Koperasi Pada Koperasi Simpan Pinjam (KPRI) Sejahtera Wotu-Burau Luwu Timur.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

D. Rumusan Hipotesis

1. Hipotesis 1

H_0 = Tidak ada pengaruh Word of Mouth (WOM) terhadap kualitas pelayanan

H_1 = Ada pengaruh Word of Mouth (WOM) terhadap kualitas pelayanan

2. Hipotesis 2

H_0 = Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota

H_2 = Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota

3. Hipotesis 3

H0 = Tidak ada pengaruh Word of Mouth (WOM) terhadap kepuasan konsumen

H3 = Ada pengaruh Word of Mouth (WOM) terhadap kepuasan konsumen

4. Hipotesis 4

H0 = Tidak ada pengaruh Word of Mouth (WOM) terhadap kepuasan anggota melalui kualitas pelayanan

H4 = Ada pengaruh Word of Mouth (WOM) terhadap kepuasan anggota melalui kualitas pelayanan.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (Case Study) yaitu penelitian yang dilakukan dengan melihat langsung kelapangan. Study kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu, atau suatu fenomena yang ditemukan pada suatu tempat yang belum tentu sama dengan daerah ini.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di koperasi simpan pinjam (KPRI) Sejahtera Kecamatan Wotu-Burau Kabupaten Luwu Timur. Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu 2 bulan terhitung Maret 2022 dan diharapkan selesai sampai dengan April 2022.

C. Jenis dan Sumber Data

Menyusun instrumen adalah pekerjaan penting di dalam langkah penelitian. Itulah sebabnya menyusun instrumen pengumpulan data harus ditangani secara serius agar diperoleh hasil yang sesuai dengan kegunaannya yaitu pengumpulan variabel yang tepat. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang langsung penulis peroleh dari jawaban responden terhadap kuisisioner yang dibagikan kepada para anggota tentang keadaan, promosi yang dilakukan, harga yang

ditetapkan dan pelayanan yang diberikan. Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara lengkap dari responden melalui daftar pernyataan yang diajukan. Data primer yang dikumpulkan meliputi data identitas responden, pendapat responden tentang kualitas pelayanan, persepsi nilai pelanggan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan pada jasa Koperasi Simpan Pinjam.

Metode pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner pada anggota (KPRI) Sejahtera. Responden nya adalah para anggota yang telah melakukan kegiatan pinjam meminjam di Koperasi Simpan Pinjam (KPRI) Sejahtera.

Pengumpulan data akan dilakukan melalui kuesioner yang diserahkan kepada masing masing responden terpilih. Dengan kuesioner secara personal, peneliti dapat berhubungan langsung dengan responden dan dapat memberikan penjelasan seperlunya. Data dalam penelitian ini didapatkan langsung dari pengisian kuesioner oleh responden. Kuesioner pada penelitian ini terdiri dari pernyataan-pernyataan yang bersumber dari tiap-tiap indikator variabel penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber kedua, melalui sumber-sumber tertulis (studi pustaka). Yang digunakan data-data sekunder adalah arsip-arsip perusahaan, buku pedoman atau buku bacaan yang berhubungan dengan masalah penelitian, jurnal yang didapatkan dari internet dan skripsi terdahulu.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013: 58).

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel, yakni variabel bebas (independent) berupa Word of Mouth (WOM) (X), variabel terikat (dependent) berupa Kepuasan Anggota (Y) dan variabel pemediasi (interventing) yaitu Kualitas Pelayanan (Z).

- 1) Variabel Bebas (independent), adalah variabel yang dipelajari pengaruhnya terhadap variabel yang lain atau variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab variabel lain. Variabel ini disebut juga variabel bebas.
- 2) Variabel Terikat (dependent), adalah variabel yang kondisinya dipengaruhi oleh variabel yang lain atau yang menjadi akibat. Variabel ini disebut juga variabel terikat atau tergantung.
- 3) Variabel Pemediasi (interventing), adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan Independen dengan dependen, yang tadinya hubungan langsung menjadi tidak langsung karena secara teoritis bahwa hubungan antara independen dan dependen sebenarnya tidak langsung.

2. Indikator Penelitian

1) Word of Mouth (WoM)

Word of Mouth (WoM) merupakan kegiatan promosi yang dilakukan oleh konsumen yang menawarkan produk secara sukarela, di mana mereka menceritakan produk kita dan menyarankan orang lain untuk mengkonsumsi atau menggunakan produk tersebut (Pratiwi, 2017). Indikator yang digunakan menurut (Semovitz, 2012) yaitu: 1) Talker, 2) Topic, 3) Tools, 4) Taking Part, 5) Tracking.

2) Kualitas pelayanan

Kepuasan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan, dan kebutuhan dipenuhi sesuai dengan apa yang diharapkan. Kepuasan anggota adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Dengan kata lain, kepuasan anggota koperasi adalah tingkat perasaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari anggota koperasi dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya transaksi ulang atau kesetiaan yang berlanjut pada organisasi koperasi tersebut (Ningsih & Sedana, 2019).

Menurut Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong

konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantikan akan menjadi pelanggan setia.

Davis (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa ,manusia, proses,lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen.

Menurut Abdullah dan Tantri (2019) kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk dapat memenuhi harapan konsumennya. Indikator kualitas pelayanan (Tjipto dan candra, 2019) adalah :1) Keandalan (reliability), 2) Daya tanggap (Responsiveness), 3) Jaminan (assurance), 4) Empati (emphaty), 5) Bukti fisik (tangible)

3) Kepuasan Anggota

Kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersiapkan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, maka pelanggan akan sangat puas atau senang Ada empat indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu: (Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2012:453) 1) Konfirmasi harapan, 2) Kepuasan pelanggan secara keseluruhan, 3)

Minat pembelian ulang, 4) Kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017: 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian atau populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Dalam penelitian ini populasinya merupakan koperasi simpan pinjam (KPRI) Sejahtera Kecamatan Wotu-Buru Kabupaten Luwu Timur.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Rumus pengambilan sampel menurut Wibisono (2003) dalam Riduwan (2007:50) apabila populasi tidak diketahui secara pasti adalah sebagai berikut:

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Dimana:

n = Besarnya sampel

Z_{α} = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 1,96 dengan tingkat kepercayaan 95%

σ = Standar deviasi populasi

e = Tingkat kesalahan atau kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi.

Contoh Perhitungan :

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2 = \left(\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2 = 96,04$$

Dengan demikian peneliti yakin dengan tingkat kepercayaan 95% bahwa random berukuran 96,04 = 96 akan memberikan selisih estimasi rata-rata dengan μ kurang dari 0,05. Jadi sampel yang diambil sebesar 100 orang dari semua anggota Koperasi Simpan Pinjam (KPRI) Sejahterah Wotu-Burau Luwu timur.

F. Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah pengumpulan data menggunakan studi lapangan. Yaitu suatu metode penelitian dengan mengadakan penelitian langsung pada objek penelitian. Dalam hal ini, objek penelitian adalah anggota koperasi simpan pinjam (KPRI) Sejahterah Wotu- burau. Penelitian ini dapat dilakukan dengan empat cara, yaitu:

1. Dokumentasi

Dokumentasi adalah laporan tertulis dari suatu peristiwa yang isinya terdiri dari penjelasan dan pemikiran untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan dan buku. Biasanya digunakan untuk mengetahui sejarah berdirinya, struktur organisasi, statistik volume penjualan dan data lain yang menunjang terhadap penelitian. Dokumentasi di sini dilakukan untuk mengetahui jumlah konsumen dan menu yang disediakan melalui nota yang dikeluarkan oleh pihak warung.

2. Kuisisioner

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner dapat diberikan secara langsung atau dikirim melalui pos ataupun internet (Sugiyono, 2015: 135). Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2015: 142).

Pada penelitian ini peneliti akan membagikan kuisisioner kepada responden yang bersangkutan, yaitu anggota Koperasi simpan pinjam (KPRI) Sejahtera Wotu-Burau. Kuisisioner (angket) berupa pertanyaan yang memiliki lima alternatif jawaban yang harus dipilih oleh responden. Bentuk angket yang diberikan adalah angket dengan model skala likert, yaitu kuisisioner yang memiliki empat atau lebih butir-butir pertanyaan yang dikombinasikan sehingga membentuk sebuah skor/ nilai yang mempresentasikan sifat individu, misalkan pengetahuan, sikap dan perilaku. Sewaktu menanggapi pertanyaan dalam skala likert, responden

menentukan tingkat persetujuan mereka terhadap suatu pernyataan dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia. Biasanya disediakan lima pilihan skala dengan format dan skor seperti:

- a. Sangat Setuju (SS) diberi skor 5.
- b. Setuju (S) diberi skor 4.
- c. Netral/ Ragu-ragu (RG) diberi skor 3.
- d. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2.
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1 (Maryuilana, Vol. 1, 2016).

Penyebaran kuisisioner sendiri dilakukan secara bertahap, tidak langsung sekaligus.

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang penting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Proses observasi dilakukan apabila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan apabila responden yang diteliti tidak terlalu besar (Sugiyono, 2013: 203).

G. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Taniredja dan Mustafidah, 2011: 42). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Variabel melebihi nilai signifikansi maka pertanyaan

tersebut tidak valid. Menurut Ancok langkah-langkah menguji validitas instrumen penelitian dengan menggunakan teknik analisis butir adalah sebagai berikut :

- a. Mendefinisikan secara operasional konsep yang akan diukur.
- b. Melakukan uji coba atas instrument yang telah disusun pada sejumlah responden.
- c. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
- d. Menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total.
- e. Menguji taraf signifikansi item-item pernyataan yakni untuk menentukan valid tidaknya item-item pernyataan tersebut (Isna dan Wardo, 2013:341).

2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Isna dan Wardo, 2013:359). Ancok, Singarimbun dan Effendi, Hadi, dan Sugiono menjelaskan ada sejumlah teknik yang telah dikembangkan untuk mengukur reliabilitas yaitu teknik belah dua (spearman brown), teknik kudemichardson (KR 20), teknik alpha cronbach, teknik bentuk paralel, dan teknik boyt. Dalam penelitian ini, peneliti memilih melakukan uji realibilitas menggunakan teknik alpha cronbach (Isna dan Wardo, 2013:360-361).

Teknik ini sangat terkenal dengan nama teknik Alpha dari Cronbach, dan koefisien keandalan yang dihasilkannya disebut koefisien

Alpha. Rumus koefisien reliabilitas alpha cronbach dijelaskan oleh Sugiono sebagai berikut:

$$r_i = \left\{ \frac{k}{k-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right\}$$

dimana :

r_i = koefisien alpha cronbach

k = banyaknya item

$\sum Si^2$ = jumlah varians item

St^2 = varians total

Untuk mengetahui instrument yang diuji reliable atau tidak, dilakukan dengan cara membandingkan nilai koefisien alpha dengan rtabel pada $n - 2$: 0.1. jika koefisien alpha > rtabel ($n - 2$: 0.1) berarti instrument reliabel; dan jika koefisien alpha < rtabel ($n - 2$: 0.1) berarti instrument tidak reliabel (Isna dan Wario, 2013:365-366).

H. Metode Analisis Data

1. Analisis Jalur (Path Analysis)

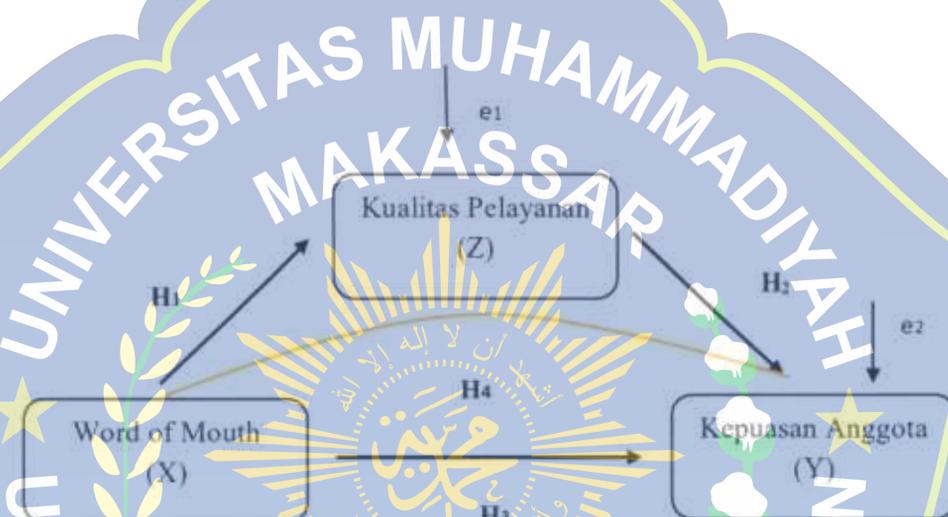
Robert D. Rutherford (1993) menyatakan, " Analisis Jalur adalah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung". (Perdede dan Manurung, 2014:16).

Sedangkan Paul Webley (1997) mengatakan bahwa, : Analisis jalur merupakan pengembangan langsung regresi berganda dengan

tujuan untuk memberikan estimasi tingkat kepentingan dan signifikansi hubungan sebab akibat hipotetikal dalam seperangkat variabel". (Pardede dan Manurung, 2014:17).

Langkah-langkah dalam analisis jalur menurut Sarwono dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut (Fenanda,2018):

Tahap I: Menentukan diagram jalur berdasarkan paradigma hubungan variabel sebagai berikut:



Gambar 3.1 Diagram Jalur

Keterangan:

X : *Word of Mouth Marketing*

Z : Kualitas Pelayanan

Y : Kepuasan Konsumen

e_1 : *error struktur 1*

e_2 : *error struktur 2*

Tahap II: menentukan persamaan struktural sebagai berikut:

$$Z = p_1X + e_1$$

$$Y = p_2Z + p_1X + e_1$$

Tahap III: meregresikan antara variabel eksogen terhadap variabel endogen untuk setiap persamaan struktural.

Tahap IV: menghitung pengaruh langsung, tidak langsung dan total.

Pengaruh tidak langsung : $p_1 \times p_2$

Pengaruh total : $p_2 + (p_1 \times p_2)$

I. Uji Hipotesis

1. Uji Statistik t

Uji statistik t dilakukan untuk dapat mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen pada variabel dependen (Ghozali, 2018:98).

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen. Probabilitas lebih kecil dari 0,05, maka hasilnya signifikan berarti terdapat pengaruh dari variabel independen secara individu terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013:98-99).

2. Uji Statistik F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Probabilitas lebih kecil dari 0,05, maka hasilnya signifikan berarti terdapat pengaruh dari variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013:98).

3. Koefisien deteminasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan proporsi variabel terikat yang mampu menjelaskan proporsi variabel terikat yang mampu dijelaskan oleh variabel bebasnya. Nilai koefisien determinasi ada diantara 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti harga variabel bebasnya dalam menjelaskan variabel terikatnya sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikatnya (Idris, Skripsi, 2014).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian

KPRI merupakan Koperasi Pegawai Republik Indonesia yang didirikan serta dikelola untuk kepentingan Pegawai Negeri Sipil. Jadi anggota KPRI merupakan sekelompok orang di wilayah kerja misalnya; kecamatan, sekolah, serta lembaga pemerintah lainnya. Pendiri dan anggota KPRI adalah orang-orang yang memiliki profesi sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) pada Instansi Pemerintah. Oleh karena KPRI sebagai badan usaha yang beranggotakan para anggota PNS, maka keberhasilan usahanya sangat tergantung pada kemampuan anggota untuk memanfaatkan jasa yang disediakan oleh koperasi.

Koperasi Pegawai Republik Indonesia berdiri pada tanggal 15 September 1989 bernama Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) tersebut Diberi Nama Koperasi Pegawai Republik Indonesia Sejahtera Pada dasarnya koperasi merupakan salah satu bentuk badan hukum yang sudah lama dikenal di Indonesia sangat berperan teguh pada asaz kekeluargaan dan gotong royong koperasi meningkatkan sifat-sifat dan syarat-syarat ekonominya. Bagi koperasi asaz gotong royong berarti adanya keinsyafan semangat kerja sama dan tanggung jawab terhadap akibat kerja , dengan selalu mendahulukan kepentingan bersama tanpa mengabaikan kepentingan pribadi.

1. Profil perusahaan

Nama Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Sejahtera

Alamat Jl. Pahlawan no.63 Wotu (92971)

Nomor Induk Koperasi 7325030020017

Badan Hukum Tanggal 15 September 1989

Nomor 4998 / BH / IV

2. Bidang keanggotaan

Keanggotaan adalah Guru-Guru SD Negeri Dan TK yang PNS

Wilayah Wotu-Burau

Pengurus :

Ketua : SUPRIADI, S.Pd

Sekretaris : SUBUR, S.Pd

Bendahara : SUWARNO, S.Pd

Karyawan : SYAHRUDDIN PUJA, S.Pd

DEWA KETUT YASA, S.Pd

Badan Pengawasan Keuangan

Ketua : Drs. IDA BAGUS SUAMBARA

Anggota : Hj. MASRIAH, BA

Anggota : ISLAMUDDIN, A.Ma.P

B. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah Anggota Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Sejahtera Wotu-Burau Luwu Timur. Responden yang menjadi objek penelitian ini berjumlah 100 orang, Karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Adapun mengenai detail karakteristik responden penulis jelaskan sebagai berikut:



1. Karakteristik Responden

a. Berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan Anggota Koperasi Adalah Guru-Guru SD Negeri dan TK yang PNS wilayah Wotu-Burau.

b. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel IV.1 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	46	46%
2	Perempuan	54	54%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa responden dengan kelamin laki-laki sebanyak 46 orang (46%) dan responden perempuan sebanyak 54 orang (54%). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang diteliti mayoritas memiliki jenis kelamin perempuan.

c. Berdasarkan Usia

Tabel IV.2 Umur Responden

No	Rentang Usia	Jumlah	Persentase
1	26-30	5	5%
2	31-35	29	27%
3	36-40	32	32%
4	>40	34	38%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dengan rentan usia di 26-30 tahun berjumlah 5 orang (5%), usia 31-35 sebanyak 29 orang (29%). Dan rentan usia 36-40 tahun berjumlah 32 orang (32%), serta responden dengan rentan usia di atas 40 tahun berjumlah 34

orang, atau dengan kata lain 34%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden penelitian rata-rata berumur sekitar >40 tahunan.

C. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validasi

Tabel IV.3 Hasil Uji Validasi Kualitas Pelayanan

No	Variabel	Item	Koefisien Korelasi	Nilai r tabel	Ket.
1.	Kualitas Pelayanan	Item 1	0,635	0,361	Valid
		Item 2	0,571		Valid
		Item 3	0,787		Valid
		Item 4	0,669		Valid
		Item 5	0,743		Valid
		Item 6	0,647		Valid
		Item 7	0,589		Valid
		Item 8	0,668		Valid
		Item 9	0,725		Valid
		Item 10	0,634		Valid
		Item 11	0,641		Valid
		Item 12	0,764		Valid
		Item 13	0,693		Valid
		Item 14	0,655		Valid
		Item 15	0,642		Valid
		Item 16	0,491	Valid	

Sumber : data diolah dengan SPSS 21.0,2022

Tabel IV.4 Hasil Uji Validasi Kepuasan Anggota

No	Variabel	Item	Koefisien Korelasi	Nilai r tabel	Ket.
1.	Kepuasan Anggota	Item 1	0,711	0,361	Valid
		Item 2	0,673		Valid
		Item 3	0,734		Valid

Sumber data diolah dengan SPSS 21.0, 2022

Tabel IV.5 Hasil Uji Validasi *Word Of Mouth*

No	Variabel	Item	Koefisien Korelasi	Nilai r tabel	Ket.
1.	<i>Word Of Mouth</i>	Item 1	0,861	0,361	Valid
		Item 2	0,652		Valid
		Item 3	0,890		Valid

Sumber: data diolah dengan SPSS 21.0, 2022

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi lebih besar dari nilai r tabel, maka disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam kuisisioner yang dibagikan kepada responden terkait variabel *word of mouth* (WOM), kualitas pelayanan dan kepuasan anggota semuanya valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel IV.6 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Ket.
1.	Kualitas Pelayanan	0,759	17	Reliabel
2.	Kepuasan Anggota	0,770	8	Reliabel
3.	<i>Word Of Mouth</i>	0,781	6	Reliabel

Sumber : Data diolah dengan SPSS 21.0, 2022

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien alpha lebih besar dengan demikian maka disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam kuisisioner yang dibagikan kepada responden terkait variabel *word of mouth* (WOM), kualitas pelayanan dan kepuasan Anggota semuanya reliabel.

D. Hasil Uji Analisis Hipotesis

Pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan aplikasi IBM SPSS Statistic 22. Untuk menguji hipotesis dengan analisis jalur diperlukan 2 model regresi: 1. Variabel *word of mouth* (WOM) sebagai variabel independen diregresikan dengan variabel kualitas pelayanan sebagai variabel mediasi; dan 2. variabel *word of mouth* (WOM) sebagai variabel independen dan variabel kualitas pelayanan sebagai variabel mediasi diregresikan dengan variabel kepuasan anggota sebagai variabel dependen. Untuk lebih jelasnya sebagai berikut:

1. Regresi Model 1

Tabel IV.7 Hasil Uji t Model 1

Model		Coefficients ^a			Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-6,405	2,628		,2437
	WOM	1,047	,074	,823	,000

a. Dependent Variable: Kualitas

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Tabel IV.8 Hasil Uji R Model 1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,823	,678	,674	3,208

a. Predictors: (Constant), WOM

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi X yaitu variabel *word of mouth* (WOM) menunjukkan 0,000 yang artinya $<0,05$ ($p1 < \alpha$). Kesimpulannya yaitu, bahwa variabel X (WOM) berpengaruh

signifikan terhadap variabel Z (kualitas Pelayanan). Sedangkan nilai R square sebesar 0,674 menunjukkan bahwa 67,4% variabel perantara (kualitas Pelayanan) dapat dijelaskan oleh variabel independen (*word of mouth*). Sisanya sebesar 32,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini. Sedangkan untuk menghitung e_1 dapat digunakan rumus $e_1 = \sqrt{1 - 0,674} = 0,5709$.

Gambar IV.1 Model jalur 1



Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Tabel IV.11 Hasil Uji t Model 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-4,897	4,856		1,088	,316
WOM	,154	,234	,080	,660	,511
Kualitas	1,026	,184	,677	5,581	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Tabel IV.11 Hasil Uji R Model 2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,744 ^a	,554	,545	5,751

a. Predictors: (Constant), Kualitas, WOM

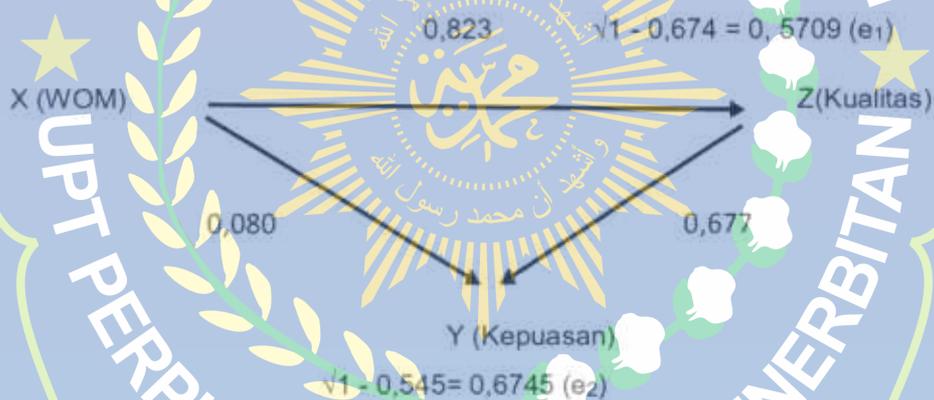
Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi X yaitu variabel

word of mouth (WOM) dan variabel Z yaitu Kualitas pelayanan menunjukkan 0,000 yang artinya $<0,05$ ($p_1 < \alpha$). Kesimpulannya yaitu, bahwa variabel X (WOM) dan variabel Z (kualitas pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (kepuasan anggota). Sedangkan nilai R square sebesar 0,545 menunjukkan bahwa 54,5% variabel dependen (kualitas pelayanan) dapat dijelaskan oleh variabel independen (*word of mouth*) dan variabel perantara (kualitas pelayanan). Sisanya sebesar 45,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

Sedangkan untuk menghitung e_2 dapat digunakan rumus $e_2 = \sqrt{1 - 0,545} = 0,6745$.

Gambar IV.2 Model Jalur 2



Sumber: data primer yang diolah, 2022.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Berikut akan dijelaskan lebih rinci terkait pengujian hipotesis penelitian yang telah dilakukan.

1. Analisis pengaruh X (*Word of Mouth*) terhadap Z (Kualitas Pelayanan)

H0 = Tidak ada pengaruh *Word of Mouth (WOM)* terhadap kepuasan anggota

H3 = Ada pengaruh *Word of Mouth (WOM)* terhadap kepuasan anggota

Hipotesis ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel *Word Of Mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan anggota. Berdasarkan hasil analisis regresi model 1 dapat dilihat bahwa nilai sig menunjukkan $0,511 > \alpha 0,05$ dimana nilai sig $> \alpha 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H0 diterima dan H3 ditolak sehingga *word of mouth* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan anggota..

Hal tersebut membuktikan bahwa tidak selamanya *word of mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan anggota dan tidak selamanya pula kepuasan anggota akan mempengaruhi timbulnya *word of mouth*.

Menurut Nisa dan Harti (2015) menyatakan dalam penelitiannya bahwa penelitiannya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap *word of mouth* secara langsung. Selain itu juga dibuktikan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh tak langsung terhadap *word of mouth*.

4. Analisis pengaruh variabel X (*word of mouth*) terhadap variabel Y (kepuasan anggota) melalui variabel Z (kualitas Pelayanan).

Hipotesis 4

H0 = Tidak ada pengaruh *Word of Mouth (WOM)* terhadap kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan.

H4 =Ada pengaruh *Word of Mouth* (WOM) terhadap kepuasan anggota melalui kualitas Pelayanan.

Untuk mengetahui pengaruh variabel *word of mouth* terhadap kepuasan anggota melalui kualitas pelayanan perlu dilakukan beberapa perhitungan untuk mengetahui pengaruh secara langsung dan pengaruh secara tidak langsung,

Koefisien pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh total:

- Pengaruh langsung *word of mouth* terhadap kepuasan anggota dilihat dari nilai koefisien regresi X terhadap Y yakni sebesar 0,080.
- Pengaruh tidak langsung *word of mouth* terhadap kepuasan anggota melalui kualitas pelayanan dapat dilihat dari hasil perkalian antara nilai koefisien regresi *word of mouth* terhadap kualitas pelayanan dengan nilai koefisien regresi kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota, yaitu: $0,823 \times 0,677 = 0,5571$.
- Pengaruh total dari *word of mounth* ke kepuasan anggota dapat dilihat dengan menjumlahkan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung, seperti berikut: $0,080 + 0,5571 = 0,6371$.

Dari hasil perhitungan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan dengan beberapa kriteria sebagai berikut:

- Jika nilai koefisien pengaruh tidak langsung $>$ pengaruh langsung maka variabel kepuasan anggota adalah variabel perantara dengan kata lain tidak memiliki pengaruh secara langsung.
- Jika nilai koefisien pengaruh tidak langsung $<$ pengaruh langsung, maka variabel kepuasan anggota bukan variabel perantara dan

sebenarnya memiliki pengaruh secara langsung (Juliandi, *et al*, 2014: 179).

Dengan demikian, dapat kita lihat bahwa nilai koefisien pengaruh tidak langsung > pengaruh langsung, yaitu $0,5571 > 0,080$. Sehingga *word of mouth* berpengaruh tidak langsung terhadap kepuasan anggota. Untuk dapat mempengaruhi kepuasan anggota *word of mouth* membutuhkan variabel pemediasi yaitu kualitas pelayanan. Dalam hal ini maka kualitas pelayanan menjadi variabel yang begitu penting perannya dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nisa dan Harti (2011) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *word of mouth* (WOM) melalui kepuasan konsumen pada jasa bus Putra Mas kelas ekonomi" hasil analisis membuktikan hubungan tidak langsung ditemukan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung dari hubungan antara kualitas pelayanan dan *word of mouth* yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth marketing* sebagai variabel X terhadap kepuasan anggota sebagai variabel Y dengan kualitas pelayanan yang merupakan variabel Z sebagai variabel pemediasi. maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara langsung variabel X (*word of mouth*) berpengaruh signifikan terhadap variabel Z (kualitas pelayanan) dilihat bahwa nilai sig menunjukkan $0,000 < \alpha 0,05$ dimana nilai sig $< \alpha 0,05$. Dengan demikian dapat dinilai bahwa kualitas pelayanan akan bergantung pada baik tidaknya *word of mouth* yang dilakukan.
2. Bahwa variabel Z (kualitas Pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (kepuasan anggota) dilihat bahwa nilai sig menunjukkan $0,000 < \alpha 0,05$ dimana nilai sig $< \alpha 0,05$. Maka dengan demikian kepuasan yang diperoleh anggota akan sangat bergantung pada kualitas pelayanan yang dilakukan oleh anggota.
3. Variabel X (*word of mouth*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (kepuasan Anggota) dapat dilihat bahwa nilai sig menunjukkan $0,511 > \alpha 0,05$ dimana nilai sig $> \alpha 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak selamanya kepuasan konsumen bergantung pada *word of mouth* yang dilakukan oleh anggota lain.
4. Variabel X (*word of mouth*) berpengaruh tidak langsung terhadap variabel Y (kepuasan anggota). Untuk dapat mempengaruhi variabel Y (kepuasan anggota), variabel X (*word of mouth*) membutuhkan variabel pemediasi yaitu

variabel Z (kualitas pelayanan). Dalam hal ini maka kualitas pelayanan menjadi variabel yang begitu penting perannya dalam penelitian ini

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, disarankan hal-hal sebagai berikut:

Bagi Perusahaan

A. Kualitas pelayanan

Dari hasil penelitian diketahui bahwa para anggota berpendapat kualitas pelayanan yang diberikan Koperasi Simpan Pinjam (KPRI) Sejahtera mempunyai pengaruh baik terhadap kepuasan dan *word of mouth*. Akan tetapi, dari penelitian yang ditemukan pada tabel 4.3 menunjukkan adanya keraguan sebesar 42 responden dan 2 responden yang tidak setuju dimana angka tersebut lebih besar dari responden yang menjawab setuju sebesar 40 responden akan fasilitas pendukung. Masih terdapat beberapa kekurangan seperti fasilitas-fasilitas pendukung yang kurang lengkap untuk menunjang kegiatan Koperasi Simpan Pinjam (KPRI) Sejahtera. Walaupun hal tersebut tidak telah dibutuhkan selama kegiatan operasi berjalan lancar, namun hal ini perlu diperbaiki lagi oleh perusahaan mengenai fasilitas penunjang pelayanan cara salah satunya pembelian peralatan penunjang kegiatan koperasi secara berkala agar kondisinya tetap layak saat digunakan, sehingga nantinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh koperasi simpan pinjam (KPRI) Sejahtera dapat memberikan kepuasan yang maksimal serta akan menciptakan *word of mouth* terhadap anggotanya.

B. Kepuasan Pelanggan

Dari hasil penelitian pada bab sebelumnya, dapat diketahui beberapa hal

yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada KPRI Sejahtera, diantaranya, dengan terus berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik pada nasabah. Dengan demikian, nasabah akan lebih merasa puas dengan apa yang telah diberikan koperasi kepada anggotanya. Salah satu yang dapat dilakukan KPRI Sejahtera adalah dengan memahami apa yang dibutuhkan anggota. Dengan adanya peningkatan dalam memahami apa yang dibutuhkan anggota dan juga memberikan pelayanan dengan cepat dan akurat, dengan demikian besar kemungkinan anggota akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh KPRI Sejahtera. Dengan peningkatan kepuasan yang dirasakan anggota diharapkan dapat meningkatkan kemitraan antara anggota dengan KPRI Sejahtera. Dalam jangka waktu lama, kemitraan yang sudah dibangun dan telah berjalan ini diharapkan dapat menjadi aspek untuk menciptakan *word of mouth* dari para anggota tersebut.

C. Word of Mouth

Terciptanya *word of mouth* pada pelanggan yang telah merasakan kualitas pelayanan oleh sebuah perusahaan harus selalu ditingkatkan dan dijaga demi keberlangsungan hidup perusahaan. Selain melalui usaha-usaha peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, terdapat berbagai hal-hal lain yang dapat menjadi pertimbangan perusahaan agar dilakukan supaya *word of mouth* dari anggota tersebut meningkat.

Contoh yang dapat diambil yaitu pada penelitian yang dilakukan oleh Indriani & Nurcahya (2014) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap *word of mouth* yang dimediasi oleh kepercayaan pelanggan. Kemudian juga seperti yang dilakukan pada penelitian terdahulu oleh Sriwardiningsih (2011)

yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap *word of mouth* yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan menyatakan bahwa kualitas pelayanan akan berdampak pada terciptanya *word of mouth* yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.



DAFTAR PUSTAKA

- Fenanda, Zakiah Intan. 2018. *Analisis Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Dengan Brand Equity Sebagai Variabel Mediasi Pada PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Malang*. Skripsi. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim.
- Ghozali, Imam. 2013. *"Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS"*. Edisi ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guna, Randi Arya 2014 *" Pengaruh Brand Image dan Brand Love pada Word of Mouth Smartphone Samsung di Kota Padang"* , Universitas Andalas, Kota Padang.
- Isna, Alizar dan Warto. 2013. *Analisis Data Kuantitatif Panduan Praktis untuk Penelitian Sosial Dilengkapi dengan Analisis Regresi Nominal dan Ordinal*. Purwokerto: STAIN Press.
- Kotler dan Keller. 2012 *"Marketing Management Edisi 14"*. Global Edition. Pearson: Prentice Hall
- Maryuliana. 2016. *Sistem Informasi Angket Pengukuran Skala Kebutuhan Materi Pembelajaran Tambahan Sebagai Pendukung Pengambilan Keputusan Di Sekolah Menengah Atas Menggunakan Skala Likert*. Jurnal TRANSISTOR EI. Vol. 1, No 2, Oktober
- Nailis Syuhada, Syamsul Rizal, Shelly Midesia(2019) *Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan* Vol. IV No. 2, September <http://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/ji>
- Ningsih, G. A. M. N. C., Sedana, I. D. G. P., & Suryawan, D. K. (2019). *Analisis Tingkat Kepuasan Anggota atas Pelayanan Koperasi Simpan Pinjam Cakra Mandiri di Kabupaten Tabanan*. SINTESA: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. 10(2). pp. 94-103. <http://dx.doi.org/10.22225/sintesa.10.2.1537-94-103>
- Pratiwi, Yuly Rahmi. 2017. *Pengaruh Word of Mouth Marketing Communication Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Boardgame Longe Smart Cafe Pekanbaru*. JOM FISIP, Volume 4 No.1 Februari.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Republik Indonesia. 1967. Undang-undang Nomor. 14 tahun 1967 Tentang Pokok pokok Perbankan.

Republik Indonesia. 1992. Undang-undang Nomor. 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian, terbitan Dinas Koperasi Kota Bandung.

Revrisond Baswir. (2013). *Koperasi Indonesia, Edisi Kedua*. Yogyakarta: Graha. Ilmu.

Sugiyono. 2013. *Metode penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2015 *"Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D"*, Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, CV

Sunyoto, Danang. 2015. Strategi Pemasaran. Cetakan pertama. Yogyakarta: CAPS(CenterforAcademicPublishingService).

Tjiptono dan Gregorius Chandra. *Service Quality Satisfaction*, Yogyakarta: Andi, 2011.

Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorius. 2014 *"Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, Penelitian"*, Penerbit ANDI, Yogyakarta.

Wiwoho, Jamal. 2011 *"Hukum Perbankan Indonesia"* Surakarta : UNS Press.



L

A

M

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR

P

I

R

A

N



DAFTAR PERTANYAAN

No	Kualitas Pelayanan (X)	STS	TS	N	S	SS
	Bukti Langsung (<i>Tangible</i>)					
1	Ruang kantor yang dimiliki nyaman					
2	Peralatan dan berbagai kebutuhan pendukung memadai					
3	Penampilan Karyawan pengurus rapih dan sopan					
Empati (<i>Empathy</i>)						
4	Anggota dengan mudah melakukan hubungan dengan Pengurus					
5	Pengurus KPRI berkomunikasi dengan anggota secara baik					
6	Pengurus KPRI memberikan perhatian secara pribadi kepada anggota					
7	Pengurus KPRI memahami kebutuhan anggota					
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)						
8	Pengurus KPRI berinisiasi untuk membantu anggota					

9	Pengurus KPRI siap untuk merespon permintaan anggota						
10	Pengurus memberikan pelayanan secara cepat						
Kehandalan (Reliability)							
11	Pengurus memberikan layanan dengan benar dan akurat						
12	Pengurus memberikan layanan tepat waktu						
13	Pengurus memberikan layanan sesuai yang ditawarkan						
Jamianan (Assurance)							
14	Para pengurus dapat Dipercaya						
15	Pengurus memiliki Pengetahuan						
16	Pengurus memiliki kemampuan dibidangnya						
Kepuasan Pelanggan (Y)							
Kepuasan General		STS	TS	N	S	SS	

1	Anggota merasa puas dengan layanan yang diberikan dari KPRI Sejahtera					
2	Anggota merasa puas dengan produk jasa yang ditawarkan oleh KPRI sejahtera					
3	Anggota merasa puas dengan kinerja pengurus KPRI Sejahterah					
Konfirmasi Harapan						
4	Anggota merasa sesuai antara kinerja yang diberikan dengan ekspektasi yang diharapkan					
5	Anggota merasa terbantu oleh kehadiran KPRI Sejahtera					
6	Anggota merasa bangga menggunakan produk jasa KPRI Sejahtera					
Perbandingan Situasi Ideal						
7	Produk yang diberikan KPRI Sejahtera sesuai yang diinginkan anggota					
Word of Mouth (Z)						
Membicarakan		STS	TS	N	S	SS
1	Anggota mau membicarakan hal – hal tentang kualitas layanan yang diberikan KPRI Sejahtera kepada orang lain					

2	<p>Anggota mau membicarakan hal-hal tentang produk jasa yang ditawarkan KPRI Sejahtera kepada orang lain.</p>						
Rekomendasi							
2	<p>Anggota mampu merekomendasikan KPRI Sejahtera kepada orang lain</p>						
Mendorong							
4	<p>Anggota mampu mendorong orang lain untuk mendaftar menjadi anggota KPRI Sejahtera agar dapat merasakan layanan yang diberikan koperasi.</p>						
5	<p>Anggota mampu mendorong orang lain untuk merasakan produk jasa KPRI Sejahtera agar dapat merasakan manfaatnya.</p>						

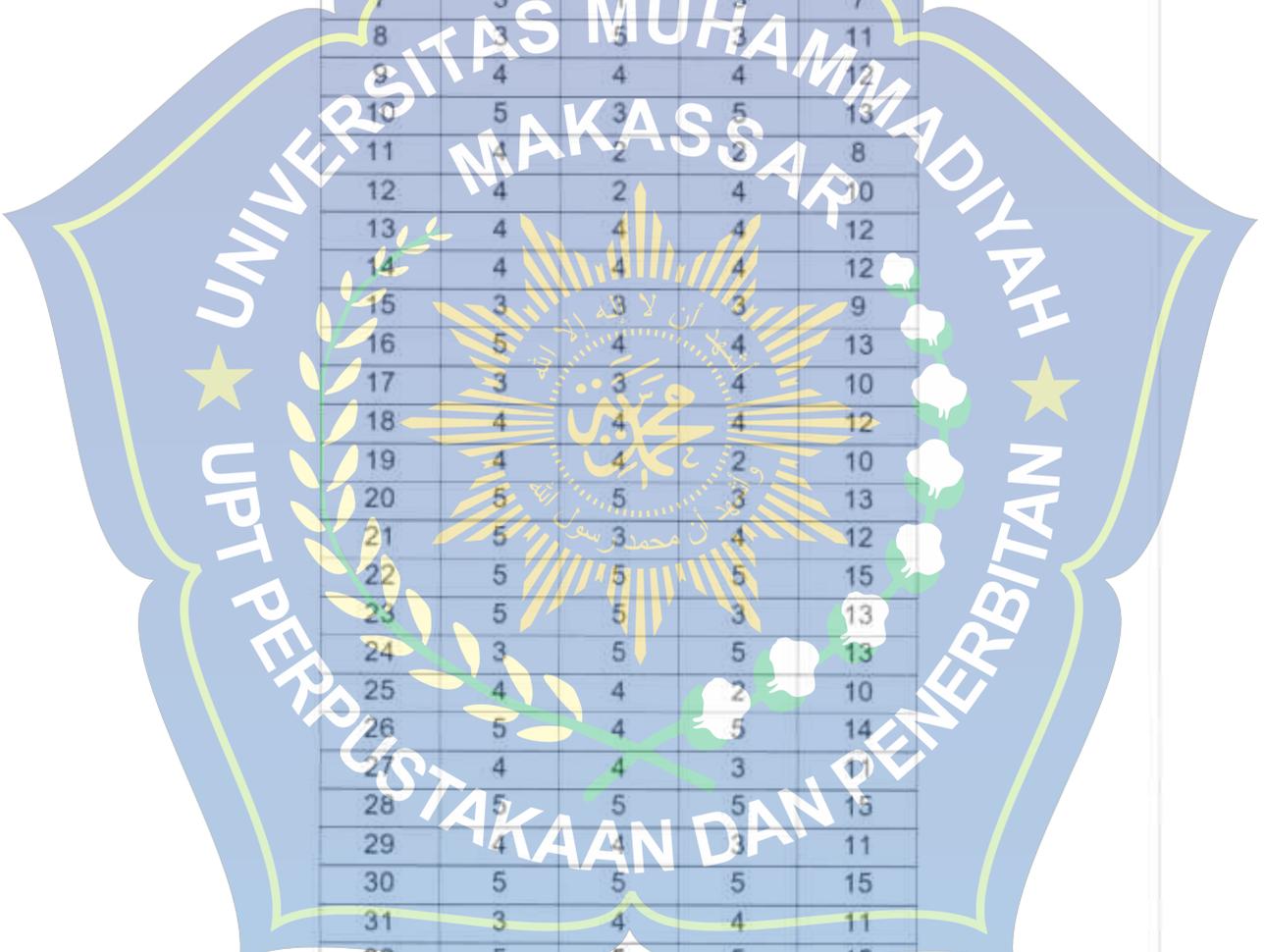


76	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	44
77	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	59
78	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	53	
79	4	4	5	4	5	3	4	3	5	4	3	5	3	3	5	65	
80	3	4	5	3	5	3	3	3	5	3	3	5	3	3	5	60	
81	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	53	
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	51	
83	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	67	
84	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	59	
85	4	3	4	3	4	5	3	5	3	4	4	3	4	5	4	62	
86	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	63	
87	3	3	4	4	4	5	3	5	4	3	5	4	5	5	4	64	
88	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	59	
89	4	4	4	4	2	3	4	3	2	4	4	2	3	4	2	53	
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	
91	3	3	5	3	5	3	3	3	5	3	3	5	3	4	5	60	
92	3	3	3	3	3	5	3	5	3	3	5	3	5	5	4	59	
93	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	2	4	2	4	5	57	
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	62	
95	3	3	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	61	
96	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48	
97	4	3	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	68	
98	5	3	5	5	5	3	4	3	5	5	4	5	3	4	5	68	
99	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62	
100	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	72	



Lampiran 3

Tabel Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan



No	KP1	KP2	KP3	TOTAL
1	4	5	4	13
2	3	3	4	10
3	4	4	4	12
4	3	4	5	12
5	4	4	4	12
6	5	3	5	13
7	3	1	3	7
8	3	5	3	11
9	4	4	4	12
10	5	3	5	13
11	4	2	2	8
12	4	2	4	10
13	4	4	4	12
14	4	4	4	12
15	3	3	3	9
16	5	4	4	13
17	3	3	4	10
18	4	4	4	12
19	4	4	2	10
20	5	5	3	13
21	5	3	4	12
22	5	5	5	15
23	5	5	3	13
24	3	5	5	13
25	4	4	2	10
26	5	4	5	14
27	4	4	3	11
28	5	5	5	15
29	4	4	3	11
30	5	5	5	15
31	3	4	4	11
32	5	5	5	15
33	5	3	3	11
34	5	5	5	15
35	5	5	5	15
36	5	3	5	13

37	4	4	4	12
38	3	3	2	8
39	4	4	3	11
40	5	5	5	15
41	4	3	3	10
42	5	5	5	15
43	4	4	4	12
44	4	2	4	10
45	4	5	4	13
46	4	4	4	12
47	3	4	4	11
48	3	3	2	8
49	5	5	3	13
50	3	3	3	9
51	4	5	4	13
52	3	3	3	9
53	4	3	4	11
54	4	4	4	12
55	4	2	4	10
56	3	3	3	9
57	3	4	4	11
58	4	4	4	12
59	4	3	3	10
60	4	5	5	14
61	3	5	3	11
62	4	3	5	12
63	3	4	3	10
64	3	5	3	11
65	3	3	3	9
66	4	2	5	11
67	2	4	3	9
68	3	3	3	9
69	4	4	2	10
70	4	4	4	12
71	3	4	4	11
72	4	4	4	12
73	5	5	5	15
74	4	4	4	12
75	4	4	2	10
76	2	3	3	8
77	3	4	4	11

78	4	3	3	10
79	4	3	5	12
80	3	3	5	11
81	4	3	3	10
82	3	3	3	9
83	4	3	4	11
84	3	4	4	11
85	3	5	3	11
86	4	4	4	12
87	3	5	4	12
88	3	4	4	11
89	4	3	5	12
90	4	4	4	12
91	3	3	5	11
92	3	5	3	11
93	4	2	4	10
94	4	4	5	13
95	3	4	4	11
96	3	3	3	9
97	4	4	5	13
98	5	3	5	13
99	4	3	3	10
100	5	4	3	12

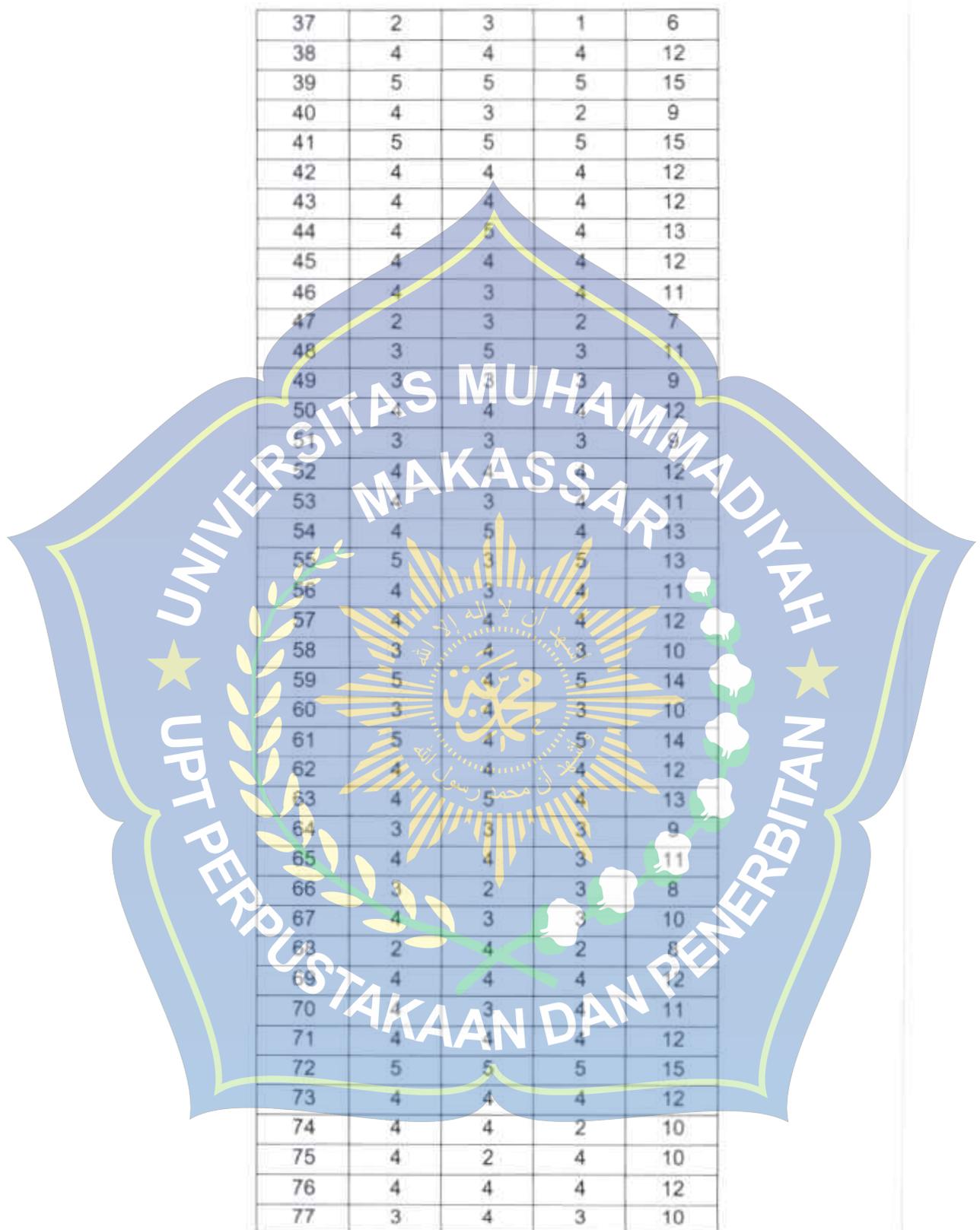


Lampiran 4

Tabel Jawaban Variabel *Word of Mouth*

No	wom1	wom2	wom3	total
	4	4	4	12
1	4	3	4	11
2	4	4	4	12
3	4	3	4	11
4	4	4	4	12
5	4	5	4	13
6	4	3	2	9
7	3	3	3	9
8	4	4	4	12
9	5	5	5	15
10	2	4	2	8
11	4	3	2	9
12	4	4	3	11
13	4	4	4	12
14	4	1	2	7
15	4	5	4	13
16	4	3	4	11
17	2	4	2	8
18	3	4	3	10
19	4	5	3	12
20	4	3	4	11
21	5	3	5	13
22	3	5	3	11
23	4	3	5	12
24	4	4	2	10
25	5	5	5	15
26	3	4	3	10
27	5	5	5	15
28	3	4	3	10
29	5	5	5	15
30	4	3	4	11
31	5	5	5	15
32	5	5	5	15
33	5	4	5	14
34	5	4	5	14
35	5	5	5	15
36	4	4	4	12

37	2	3	1	6
38	4	4	4	12
39	5	5	5	15
40	4	3	2	9
41	5	5	5	15
42	4	4	4	12
43	4	4	4	12
44	4	5	4	13
45	4	4	4	12
46	4	3	4	11
47	2	3	2	7
48	3	5	3	11
49	3	3	3	9
50	4	4	4	12
51	3	3	3	9
52	4	4	4	12
53	4	3	4	11
54	4	5	4	13
55	5	3	5	13
56	4	3	4	11
57	4	4	4	12
58	3	4	3	10
59	5	4	5	14
60	3	4	3	10
61	5	4	5	14
62	4	4	4	12
63	4	5	4	13
64	3	3	3	9
65	4	4	3	11
66	3	2	3	8
67	4	3	3	10
68	2	4	2	8
69	4	4	4	12
70	4	3	4	11
71	4	4	4	12
72	5	5	5	15
73	4	4	4	12
74	4	4	2	10
75	4	2	4	10
76	4	4	4	12
77	3	4	3	10



78	5	4	5	14
79	4	3	5	12
80	3	4	3	10
81	3	4	3	10
82	4	3	4	11
83	4	3	4	11
84	5	3	5	13
85	4	4	4	12
86	4	3	4	11
87	4	4	4	12
88	4	4	2	10
89	4	4	4	12
90	5	3	5	13
91	3	3	8	9
92	4	4	4	12
93	4	4	4	12
94	4	3	4	11
95	2	3	4	9
96	5	4	5	14
97	5	5	5	15
98	3	3	3	9
99	5	5	5	15



Lampiran 6

Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Correlations

		kp1	kp2	kp3	total
kp1	Pearson Correlation	1	,210*	,368**	,711**
	Sig. (2-tailed)		,036	,000	,000
	N	100	100	100	100
kp2	Pearson Correlation	,210*	1	,169	,673**
	Sig. (2-tailed)	,036		,092	,000
	N	100	100	100	100
kp3	Pearson Correlation	,368**	,169	1	,734**
	Sig. (2-tailed)	,000	,092		,000
	N	100	100	100	100
total	Pearson Correlation	,711**	,673**	,734**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
 MAKASSAR

UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Lampiran 7
Uji Validitas *Word of Mouth*

Correlations

		wom1	wom2	wom3	totalwom
wom1	Pearson Correlation	1	,292**	,779**	,861**
	Sig. (2-tailed)		,003	,000	,000
	N	100	100	100	100
wom2	Pearson Correlation	,292**	1	,318**	,652**
	Sig. (2-tailed)	,003		,001	,000
	N	100	100	100	100
wom3	Pearson Correlation	,779**	,318**	1	,890**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001		,000
	N	100	100	100	100
Totalwom	Pearson Correlation	,861**	,652**	,890**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

Lampiran 8

Hasil Uji Reliability Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha	,759	17

Lampiran 9

Hasil Uji Reliability Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics

	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha	,776	4

Lampiran 10

Hasil Uji Reliability Word of Mouth

Reliability Statistics

	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha	,827	4

Lampiran 11
 Hasil Uji t Model 1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6,405	2,628		-2,437	,017
	WOM	1,047	,074	,823	14,133	,000

a. Dependent Variable: Keputusan

Lampiran 12
 Hasil Uji R Model 1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,823 ^a	,678	,674	3,208

a. Predictors: (Constant), WOM

Lampiran 13
 Hasil Uji t Model 2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,897	4,856		1,008	,316
	WOM	,154	,234	,080	,660	,511
	Keputusan	1,026	,184	,677	5,581	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Lampiran 14
 Hasil Uji R Model 2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,744 ^a	,554	,545	5,751

a. Predictors: (Constant), Keputusan, WOM

Lampiran 15 Surat Balasan Penelitian

KOPERASI PEGUWI REPUBLIK INDONESIA (KPRI)
" SEJAHTERA "
GURU SD NEGERI KECAMATAN WOTU-BURAU
KEDIRI, JAWA TIMUR
TANGGAL: 11 SEPTEMBER 1991
NOMOR: 001/13
ALAMAT: JL. PANG. KHAN. NO. 10 WOTU BURAU

Nomor : 06 / KPRI - SEJ. WOTU - SA / 2022
Lampiran :
Perihal : Balasan Izin Penelitian

Wotu, 23 April 2022
Kopda:
YTH. Kepala Dinas Pemanan Modal dan PTSP /
di
Temaat

Dengan Hormat,
Menyimak lanjut surat dari Dinas Pemanan Modal dan PTSP Nomor 30045/5.01/PTSP/2022 berkenaan dengan Izin Penelitian, dengan ini kami membolehkan untuk melakukan penelitian di Koperasi Peguwi Republik Indonesia (KPRI) Sejahtera Wotu-Burau Kecamatan Wotu Kabupaten Kediri.

Nama : SRI HASTUTI
NIM : 105721171818
Program Studi : Manajemen
Judul Penelitian : Pengaruh Strategi Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Layanan Anggota Koperasi Pada Koperasi Simpan Pinjam KPRI Sejahtera Wotu-Burau Kecamatan Timur

Dengan surat ini kami sampaikan, atas kesempatannya kami ucapkan terimakasih.

PENGURUS KPRI SEJAHTERA WOTU-BURAU
Ketua
Sri Hastuti, Pd
NIM. 105721171818
Mak. 0720

Lampiran 16. Dekomentasi



**RAPAT ANGGOTA TAHUNAN
(RAT)**

XXXII



**LAPORAN
PERTANGGUNG JAWABAN PENGURUS**



**KOPERASI PEGAWAI PUBLIK INDONESIA
(KPRI)**

**SEJAKTERA
WOTU - BURAU**

NIK 7326010020011
SH. NO. 1038 / 2011 IV
TGL. 15 SEPTEMBER 1999

**TAMBAH KEMUDA
KECAMATAN WOTU - BURAU
KABUPATEN LUWU UTARA**



BIOGRAFI PENULIS



Sri Hastuti panggilan Tuti, lahir di Wotu pada tanggal 01 September 2000 dari pasangan suami istri Bapak Supriadi dan Ibu Wardiana. Peneliti adalah anak Pertama dari tiga bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Wotu Kab Luwu Timur Sulawesi Selatan.

Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SDN 127 Buanipa lulus tahun 2012, SMP Negeri 1 Wotu lulus tahun 2015, SMA Negeri 2 Luwu Timur lulus tahun 2018, dan mulai tahun 2018 mengikuti Program S1 Fakultas Ekonomi Bisnis Program Studi Manajemen Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN