

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan anggota. Penelitian ini dilakukan di Koperasi Simpan Pinjam CU Karya Bersama dengan jenis penelitian kuantitatif, metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan populasi anggota aktif dalam data produk pinjaman Koperasi Simpan Pinjam CU Karya Bersama yang berjumlah 213 dan sampel yang berjumlah 140 responden, metode pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner kepada responden. Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi $Y = 4.871 + 0.319 X_1 + 0.089 X_2 + e$. Variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam CU Karya Bersama. Dalam penelitian ini variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk mampu mempengaruhi kepuasan anggota dengan nilai sebesar 36,3. sedangkan sisanya sebesar 63,7% ($100\% - 36,3$) = 63,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini seperti citra perusahaan, promosi, motivasi dan sebagainya

Keywords : Kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan anggota, koperasi simpan pinjam

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine how product and service quality affect member satisfaction. The data analysis method in this study used multiple linear regression analysis with a population of active members in the loan product data of the Koperasi Simpan Pinjam CU Karya Bersama, totaling 213 and a sample of 140 respondents. This research was conducted at the Koperasi Simpan Pinjam CU Karya Bersama with a quantitative research type. employing questions to get data from respondents. The results of this research show the regression equation $Y = 4.871 + 0.319 X1 + 0.089 X2 + e$. The variables of service quality and product quality together influence the satisfaction of members of the Koperasi Simpan Pinjam CU Karya Bersama In this study, the variables of service quality and product quality were able to influence member satisfaction with a value of 36.3. while the remaining 63.7% ($100\% - 36.3$) = 63.7% is explained by other variables not mentioned in this study such as corporate image, promotion, motivation and so on.

Keywords: service quality, product quality, member satisfaction, saving and loan cooperative