BIMA: Journal of Business Inflation Management and Accounting
E-ISSN: 3089-1809 P-ISSN: 3089-2007
Vol. 2 No. 2 Juli 2025

Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Anggota

Sarwo Edi[1] Hendri Tanjung[2] Ibdalsyah[3]
Program Studi Magister Ekonomi Syariah , UIKA Bogor, Indonesia[1,2,3]
Email: edydevice683@gmail.com[1] hendri.tanjung@uika-bogor.ac.id[2]
buyaibdalsyah@gmail.com[3]

Abstract

The problem that was used as the object of the research is that in the operational journey carried out by Kopsyah, BMI for the past 5 years in providing services to members was very maximal and this could not be proven with supporting data, from the financial statements that members could quit , the need for this research was made to find out from the form of satisfaction and loyalty of members in Kopsyah Benteng Mikro Indonesia. This study aims to 1) Know the Effect of Service Quality on Member Satisfaction in Kopsyah Benteng Mikro Indonesia 2) Know the Effect of Service Quality on Loyalty of Koperasi Benteng Mikro Indonesia's Members 3) Know the Effect of Member Satisfaction on Loyalty of Koperasi Benteng Mikro Indonesia's Members. The data collection technique is use a questionnaire given to respondents (members) of 457 people. The population in this study is a member of the BMI Sharia Cooperative who has a membership period of at least 2 years in Kopsyah BMI. The sampling technique uses Simple Random Sampling from all members who have been members for at least 2 years. The analytical tool used is SPSS 20. The results of the study showed that the service quality of Kopsyah Benteng Mikro Indonesia had an effect on member satisfaction and loyalty.

Keywords: *Service Quality, Satisfaction, Loyalty*

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

PENDAHULUAN

Pada saat ini, perkembangan lembaga keuangan syariah sebagai bagian dari aplikasi system ekonomi syariah di Indonesia telah mengalami stage baru. Perkembangan dan pertumbuhan industry lembaga keuangan syariah telah mengalami perubahan drastis dari hanya sekedar memperkenalkan suatu alternatif praktek lembaga keuangan menjadi berpotensi sebagai pemain utama dalam perekonomian di tanah air. Lembaga keuangan syariah memiliki potensi besar untuk menjadi pilihan utama dan pertama bagi nasabah dalam pilihan transaksi mereka. Hal ini ditunjukkan dengan akselerasi pertumbuhan dan perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia (Wahyudi et al., 2024). Menurut OJK, pada akhir 2024 total aset perbankan syariah mencapai Rp980 triliun, tumbuh 9,9 % YoY, dengan pangsa pasar naik menjadi 7,72 % (OJK, 2025). Seiring dengan pertumbuhan lembaga keuangan syariah, dinamika kompetisi di antara pelaku usaha semakin tinggi. Pelaku usaha harus memiliki strategi-strategi untuk mempertahankan usaha mereka. Salah satu faktor penting dalam mempertahankan dan meningkatkan usaha adalah masalah pemasaran. Dengan pemasaran perusahaan berusaha untuk mencapai tujuan mempertahankan konsumen agar tetap loyal pada perusahaan. Loyalitas menurut Oliver yang dikutip oleh dalam Razavi et al mengungkapkan definisi loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlanggan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten pada masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku (Sudarso, 2016). Loyalitas pelanggan akan berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan, Dimana perusahaan bertahan karena produk atau jasa yang digunakan terus menerus oleh pelanggan (Fauziah et al., 2024).

Menjalin hubungan yang baik, menciptakan pelayanan yang berkualitas dengan nasabah merupakan cara yang ditempuh Lembaga Keuangan Syariah dalam menarik minat para nasabah memilih Lembaga tersebut. Diharapkan dengan cara tersebut para nasabah yang telah ada mampu mempengaruhi nasabah yang lain bahwa Lembaga tersebut pelayanannya baik (Sulistiyawan et al., 2024). Sehingga dengan informasi tersebut diharapkan nasabahnya semakin banyak serta nasabah lama akan semakin loyal dan tidak berupaya untuk mencari-cari informasi maupun pindah ke Lembaga Keuangan yang lain. Customer relationship manajement memungkinkan adanya konsistensi dan akurasi penerimaan berbagai informasi penting dari semua titik kontak dengan nasabah. Akurasi dan kelengkapan informasi tersebut memungkinkan Lembaga Keuangan melakukan layanan yang lebih baik dalam penjualan retail produk. Layanan penjualan produk dan jasa yang lebih baik dapat mendorong terjadinya loyalitas pelanggan dan bisa menghindari perpindahan nasabah ke Bank lain. Customer Relationship Manajement (CRM) muncul sebagai salah satu bentuk kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam rangka mengakuisisi dan mempertahankan pelanggan (Rachman et al., 2023). CRM memungkinkan organisasi untuk mengidentifikasi, memperoleh, mempertahankan dan memelihara pelanggan yang menguntungkan dengan membangun dan memelihara hubungan jangka panjang dengan pelanggan. CRM berperan menjaga kepuasan pelanggan agar pelanggan bertahan dengan produk atau jasa yang digunakan sehingga menciptakan loyalitas pelanggan (Haryandika & Santra, 2021).

Strategi pemasaran memiliki bagian yang cukup penting untuk meningkatkan kualitas dalam lembaga keuangan syariah, yaitu dalam hal pelayanan. Kualitas layanan bagi dunia perbankan adalah kunci yang membedakan suatu lembaga dengan pesaingnya, sehingga memegang peranan penting dalam pencapaian tujuan perusahaan. Secara istilah kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh (Mon, 2023). Nasabah selalu menilai suatu layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan. Hal tersebut mendorong perusahaan untuk memberikan jasa dengan akurat dan mempunyai wawasan terhadapa produk serta bertutur kata dengan keramahan, kesopanan dalam memberikan pelayanan, kemampuan menanamkan kepercayaan nasabah juga merupakan salah satu kualitas dari sebuah pelayanan yang baik (Le et al., 2023). Sehingga apabila sebuah lembaga mempunyai kualitas pelayanan yang baik juga akan mempengaruhi kepuasan dari para nasabah itu sendiri dan akan memunculkan sifat keloyalan dari nasabah. Salah satu wujud dari pesatnya perkembangan lembaga keuangan syariah adalah dengan berkembangnya koperasi yang berbasis syariah. Koperasi Syariah sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil berlandaskan syariah (Hermawan et al., 2024). Pada dasarnya Koperasi Syariah merupakan lembaga swadaya masyarakat yang didirikan dan dikembangkan oleh masyarakat. Dalam hal ini Koperasi Syariah dapat dikatakan sebagai lembaga keuangan yang bertugas untuk mengelola keuangan pada segmen pasar mikro (Pusporini et al., 2023).

Sebagaimana sebuah perusahaan yang berorentasi pada profit, Koperasi Syariah menjalankan usahannya bertinak sebagai lembaga intermediary bagi pihak yang kelebihan dan kekurangan dana. Usaha yang dijalankan oleh Koperasi Syariah secara spesifik yakni himpunan dana dari anggota, kemudian disalurkan kembali kepada anggota lain yang membutuhkan, guna dikelola ke sektor ekonomi yang menguntungkan (Maulida et al., 2024). Dalam konteks lembaga keuangan, Koperasi Syariah adalah unit usaha yang cara kerjanya hampir sama dengan bank syariah, namun perbedaannya terletak pada mekanisme operasionalnya. Kehadiran Koperasi Syariah ditengah masyarakat dapat menjadi solusi bagi pelaku usaha kecil dan menengah untuk mengembangkan usaha. Pelaku usaha kecil dan menengah pada umumnya mengalami kesulitan dalam meningkatkan usaha yang dikelola. Pada kondisi ini

disebabkan keterbatasan modal dan juga kesulitan mengakses lembaga pembiayaan seperti perbankan umum yang cukup sulit untuk dijadikan tempat alternatif untuk mendapatkan modal usaha (Nugroho et al., 2021). Fakta inilah yang menjadi motivasi Koperasi Syariah untuk mengelola segmen pasar mikro. Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia menggunakan sistem operasional simpanan, pinjaman dan pembiayaan menggunakan model BMI Syariah yaitu sebuah skema pelayanan dengan 5 instrumen pemberdayaan berupa sedekah, pinjaman, pembiayaan, simpanan dan investasi melalui pengembangan budaya menabung dan memperdayaan zakat, infaq, sedekah, wakaf (ZISWAF). Dengan tujuan untuk kemandirian yang berkarakter dan bermartabat sesuai prinsip-prinsip syariah dalam menciptakan kemaslahatan dibidang ekonomi, pendidikan, kesehatan, sosial dan spiritual.

Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia merupakan salah satu lembaga jasa keuangan yang tidak terlepas dari ketatnya persaingan antar lembaga keuangan penyedia modal usaha. Dalam menanggapi situasi persaingan yang semakin ketat, salah satu cara dengan menumbuhkan sikap loyal pada anggota kepada Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia. Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia memiliki jumlah anggota sebanyak 142.965 per Nopember 2018. Hal ini menunjukkan bahwa di tengah banyaknya pilihan lembaga keuangan yang menawarkan pembiayaan, Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia tetap menjadi pilihan bagi anggotanya untuk mengajukan modal pembiayaan. Dalam perjalanan operasional yang dilakukan Kopsyah BMI selama 5 tahun terakhir dalam melakukan pelayanan terhadap anggota sudah sangat maksimal dan ini belum bisa dibuktikan dengan data yang mendukung, dari laporan keuangan yang di peroleh bahwa anggota yang keluar atau berhenti bisa dikatakan sangat banyak, perlunya penelitian ini dibuat untuk mengetahui dari bentuk kepuasan dan loyalitas anggota di Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia. Kepuasan dan Loyalitas anggota terhadap suatu pelayanan di Koperasi Syariah dilandaskan oleh faktor-faktor tertentu. Maka dalam penelitian ini, faktor-faktor tersebut akan menjadi variabel penelitian. Terdapat faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas anggota Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia salah satu diantaranya adalah kualitas pelayanannya. Penelitian mengenai hubungan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas anggota perlu dilakukan guna membantu Koperasi Syariah dalam melakukan peningkatan mutu pelayanan terutama kepada anggota Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia yang menggunakan produk pembiayaannya. Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin meneliti tentang Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas anggota koperasi syariah Benteng Mikro Indonesia. Oleh karena itu, Peneliti menyusun penelitian yang berjudul ”Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Anggota”.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan filosofi penelitiannya, penelitian ini termasuk dalam filsafat positivisme, yaitu digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel yang telah dipilih oleh peneliti, mengumpulkan data dengan menggunakan instrumen penelitian, menganalisis data statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ada. telah ditentukan oleh peneliti dengan tujuan untuk menguji hipotesis. (Sugiyono, 2018). Penelitian ini termasuk dalam filsafat positivisme karena: 1) Penelitian ini berupaya menemukan hubungan sebab akibat; 2) Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa angka, statistik atau variabel yang dapat diukur; dan 3) Penelitian ini mengajukan hipotesis yang dapat diuji secara empiris (Syahza & Riau, 2021). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, model teoritis digunakan untuk mengetahui peran mediasi sumber daya teknologi dalam pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap kinerja organisasi berkelanjutan. Koperasi Syariah Benteng Micro Indonesia (Kopsyah BMI) menjadi lokasi penelitian. Jumlah karyawan sebanyak 450 orang. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS 20 dengan taraf signifikansi 5%.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data hasil penelitian di lapangan (data empiris) dan dengan bantuan statistika atau teknik analisis data ditemukan deskripsi data sebagai berikut:

Tabel 1.

Descriptive Statistics							
	N	Range	Min	Max	Sum	Mean	Std. Deviation
X (kualitas pelayanan)	457	103.00	229.00	332.00	1.23177.00	269.53	23.72493
Y (kepuasan anggota)	457	9.00	15.00	24.00	8878.00	19.4267	2.06569
Z (loyalitas anggota)	457	20.00	.00	20.00	7186.00	15.7243	2.39941
Valid N (listwise)	457						

Berdasarkan tabel di atas dapat di jelaskan bahwa nilai rata-rata kualitas pelayanan sebesar 269,53 kepuasan anggota sebesar 19,43 dan loyalitas anggota 15,72 dapat di asumsikan bahwa nilai rata-rata dari semua vriabel tergolong baik.

Uji Kosefisien Korelasi

Setelah dilakukan pengujian persyaratan analisa melalui uji normalitas, dan homogenitas didapatkan perhitungan berdasarkan hasil SPSS sebagai berikut:

Tabel 2.

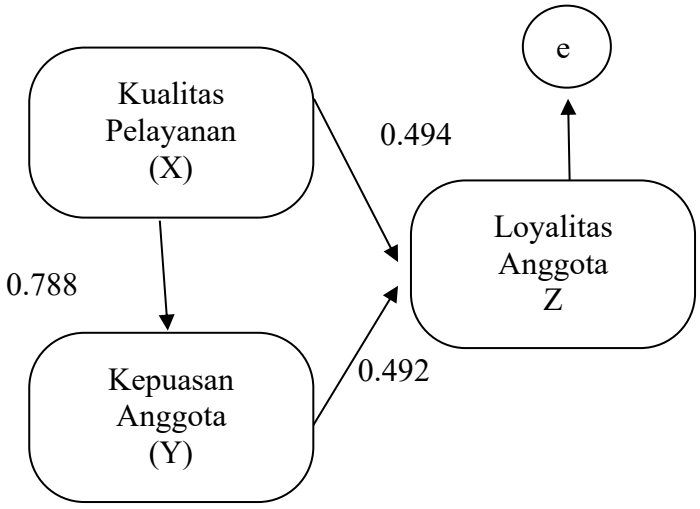
Model Summary[b]										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.798[a]	.636	.635	14.34048	.636	397.047	2	454	.000	1.398
a. Predictors: (Constant), Z, Y										
b. Dependent Variable: X										

Berdasarkan hasil analisis korelasi di atas, maka diperoleh R sebesar 0,798 karena nilai korelasi berganda berada pada di antara 0,70 – 0,89 maka dapat disimpulkan bahwa terjadi pengaruh yang sangat kuat antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota dan Loyalitas anggota.

Uji Koefisien Regresi

Koefisien regresi dinyatakan dalam bentuk persamaan regresi adapun regresi berganda digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel indevenden terhadap dependen. Pengaruh Kualitas pelayanan (X), terhadap Kepuasan anggota (Y) dan Loyalitas anggota (Z) dengan menggunakan teknik korelasi product moment diperoleh koefisien korelasi $r_{yx.}$ = 0,798. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 di terima, berarti terdapat pengaruh yang sangat signifikan Kualitas pelayanan (X) Kepuasan anggota (Y) dan Loyalitas anggota Pegawai (Z) analisis regresi X = 87,24 + 8,25Y + 1,38 Z Berarti persamaan regresi tersebut signifikan dengan demikian variabel Kualitas pelayanan (X) dapat mempengaruhi Kepuasan anggota (Y) dan Loyalitas anggota Pegawai (Z). Untuk lebih jelasnya secara detail tentang pengaruh masing – masing variabel dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

Hasil Penelitian Penulis
Desain Hasil Penelitian



Adapun hasil penelitian penulis adalah sebagai berikut sebagaimana tergambar dalam desain hasil penelitian di atas. Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa pengaruh variable-variabel penelitian di atassignifikan yang artinya hipostesis penelitian yang di utarakan meliputi :

a. Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Benteng Mikro Indonesia
b. Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Benteng Mikro Indonesia
c. Terdapat Pengaruh Kepuasan Anggota Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Benteng Mikro Indonesia

Validitas dan Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Perhitungan Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS 20.0

Keterangan	Validitas	Reliabilitas	Variabel
X1	0,828	0,81	Kualitas pelayanan
X2	0,789		
X3	0,825		
X4	0,828		
X5	0,801		
X6	0,731		

Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas pelayanan

Validitas (Asep Hamdi dan E Bahrudin, 2014;65) adalah kesahihan berasal dari kata validity yang berarti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dapat melakukan fungsi ukurnya. Validitas suatu instrumen atau tes mempermasalahkan apakah instrumen atau tes tersebut benar-benar mengukur apa yang hendak diukur, Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai korelasi variable kepempimpinan di dengan tingkat signifikasninya 0,000 < 0,05 dapat disimpulkan valid. Reliabilitas (Asep Hamdi dan E Bahrudin, 2014;65) menunjukkan sejauhmana hasil pengukuran dapat dipercaya. Reliabilitas mengacu pada konsistensi pengukuran-hingga dimana hasilnya sama berdasarkan bentuk yang berbeda dari instrumen yang sama atau waktu pada saat pengumpulan data, Berdasarkan tabel di atas nilai alpha reliability sebesar 0,81 menunjukan bahwa nilai sebesar 0,81 > dari 0,600 yang artinya bahwa *Uji Reliabilitas* menggunakan Rumus Alpha Cronbach dengan Kriteria Uji Jika Alpha Cronbach > 0,6 maka instrumen tersebut reliabilitas variabel dengan kata lain bahwa instrument variabel kualitas pelayanan reliable.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Benteng Mikro Indonesia

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan meliputi Model Pelayanan, Ketersedian Jenis Pelayanan, Skema dan harga Pelayanan, Profesionalitas, keterandalan dan Responsibilitas serta Jaminan Pelayanan. Adapun faktor yang paling dominan mempengaruhi kualitas pelayanan adalah faktor Model Pelayanan dengan Profesionalitas dengan nilai sebesar 0,828. Dan untuk ketersediaan Jenis layanan dengan nilai sebesar 0,789. Untuk Skema dan Harga Layanan dengan nilai sebesar 0,825. Untuk Keterandalan dan Responsivitas dengan nilai sebesar 0,801. Dan faktor dengan pengaruh yang paling kecil dan harus menjadi pertimbangan untuk ditingkatkan adalah jaminan. Dari gambar diatas, faktor jaminan hanya mempunyai nilai sebesar 0,731. Dari hal-hal diatas, yang patut menjadi kebanggaan oleh Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia adalah Model Pelayanan. Dengan adanya Model Pelayanan yang mana membuat anggota nyaman berada di rembug pusat dan Kewajiban dan mengingatkan para anggota tentang pentingnya menabung serta pengarahan sebelum menjadi anggota resmi di Rembug Pusat membuat mereka puas atas pelayanan Kopsyah BMI. Skema dan harga layanan yang terjangkau membuat anggota merasa puas, dimana anggota-anggota Kopsyah BMI yang notabene dari segmen menengah ke bawah.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Benteng Mikro Indonesia

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja meliputi kepuasan model pelayanan, kepuasan beragamnya pembiayaan, kepuasan bagi hasil pembiayaan yang terjangkau, kepuasan pelayanan yang akurat cepat dan tepat, kepuasan cepat tanggap dan kepuasan rasa aman dalam pembiayaan simpanan. Adapun faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan anggota adalah kepuasan akan model pelayanan dengan jumlah skor hasil angket sebesar 1511. Dilihat dari segmen anggota Rembug Pusat yang mana berada di segmen menengah kebawah, sangat cocok dengan model pelayanan yang ditawarkan oleh Kopsyah BMI. Hal itu dikarenakan banyaknya dari mereka yang pekerjaannya warung, maka sulit untuk meninggalkan usaha mereka lama-lama. Dengan adanya model pelayanan tempat yang dekat dengan rumah mereka dan juga tempat yang teratur, serta system yang sesuai dengan pengetahuan dan pendidikan mereka. Maka, Model pelayanan seperti yang ditawarkan oleh BMI sangat cocok dan membuat anggota-anggota puas.

Pengaruh Kepuasan Anggota Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Benteng Mikro Indonesia

Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas anggota meliputi Anggota tidak / belum beralih ke lembaga lain, Kopsyah BMI menjadi pilihan pertama bagi anggota, Kopsyah BMI merupakan koperasi terbaik di lingkungannya, Anggota mempromosikan Kopsyah BMI kepada pihak lain dan Anggota merekomendasikan Kopsyah BMI kepada pihak lain adapaun faktor yang paling dominan mempengaruhi Loyalitas anggota adalah faktor Kopsyah BMI merupakan koperasi terbaik di lingkungannya dengan skor nilai hasil angket sebesar 1519.

KESIMPULAN

Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Benteng Mikro Indonesia. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan meliputi Model Pelayanan, Ketersedian Jenis Pelayanan, Skema dan harga Pelayanan, Profesionalitas, keterandalan dan Responsibilitas serta Jaminan Pelayanan adapun faktor yang paling dominan

mempengaruhi kualitas pelayanan adalah faktor Model Pelayanan dengan Profesionalitas. Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Benteng Mikro Indonesia. Dengan adanya pelayanan yang maksimal dari Staf Lapang Khususnya kepada anggota di Rembug Pusat, dengan adanya bentuk rembug pusat yang nyaman. Terdapat Pengaruh Kepuasan Anggota Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Benteng Mikro Indonesia. Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas anggota meliputi Anggota tidak / belum beralih ke lembaga lain, Kopsyah BMI menjadi pilihan pertama bagi anggota**.**

Implikasi Praktis

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang ada di Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia sudah dikatakan baik. Akan tetapi, masih ada beberapa poin pelayanan yang diberikan dari Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia yang masih harus diperhatikan. Yaitu jaminan dari petugas sehingga anggota masih ada yang mengeluhkan hal tersebut. Sebaiknya Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia memperbaiki jaminan oleh petugas dengan mengadakan pelatihan yang lebih intensif sehingga anggota puas secara maksimal dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Fauziah, S. N., Arifianti, R., & Rivani, R. (2024). Pengaruh Service Quality Dan Loyalty Program Jimea | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, *8*(2), 2425–2445. https://doi.org/DOI:10.31955/mea.v8i2.4365

Haryandika, D., & Santra, I. (2021). The Effect Of Customer Relationship Management On Customer. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, *7*(2), 139–149. https://doi.org/DOI: http://dx.doi.org/10.17358/IJBE.7.2.139

Hermawan, A. P., Ardiyansyah, F., Ariyanto, R., & Wahyudi, S. (2024). Perkembangan dan Tantangan Koperasi Syariah di Indonesia. *Koaliansi Cooperative Journal*, *4*(1), 67–76. https://doi.org/https://doi.org/10.32670/koaliansi.v4i1.4832

Le, T., Nguyen, H., & J, P. M. (2023). *The Effect of Perceived Service Quality and Expectation on Customer Satisfaction*. *4*(1), 1–7. https://doi.org/10.19080/JTMP.2023.04.555630

Maulida, M., Nabil, M., & Ali, M. (2024). Diversifikasi Sumber Keuangan Perguruan Tinggi Melalui Pendirian Koperasi Syariah. *Journal of Indonesia Sharia Economics*, *3*(September), 147–166.

Mon, A. M. (2023). Student Expectation and Perception on Service Quality : Gap Analysis Model. *International Journal of Academe and Industry Research*, *4*(1), 1–23.

Nugroho, H. S., Nugroho, A. F., Taqiyya, S. I., Studi, P., Islam, E., & Diponegoro, U. (2021). Pengaruh Koperasi Syariah Terhadap Kemudahan Akses Modal Bagi UMKM. *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business*, *1*(4), 250–261. https://doi.org/https://doi.org/10.14710/djieb.20245

OJK. (2025). *Siaran Pers : Kinerja Positif Perbankan Syariah 2024*. https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Kinerja-Positif-Perbankan-Syariah-2024.aspx?utm_source=chatgpt.com

Pusporini, P., Handayani, T., Aryani, L., & Resti, A. A. (2023). Peran Koperasi Syariah Dalam Pembiayaan Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *9*(01), 240–248.

Rachman, Z. A., Putra, S. A., Argya, R., Herdiyanto, D., Pratiwi, A. L., Informasi, S., Komputer, F. I., Upn, U., & Jawa, V. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Djtechno: Jurnal*

Teknologi Informasi, *4*(2), 310–330. https://doi.org/10.46576/djtechno

Sudarso, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan* (1st ed.). Deepublish.

Sugiyono, D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.

Sulistiyawan, E., Zuhroh, R. S., Regita, Z., & Putri, A. (2024). The Role Of Islamic Banking Service Quality On Customer Satisfaction In Increasing Customer. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, *8*(3), 885–895.

Syahza, A., & Riau, U. (2021). *Buku Metodologi Penelitian , Edisi Revisi Tahun 2021* (Issue September).

Wahyudi, I., Yama, I., Qizam, I., & Amelia, E. (2024). Potensi Bisnis Perbankan Syariah Indonesia Tahun 2024 : Peluang Dan Tantangan. *Jurnal Lentera Bisnis*, *13*(1), 10–25. https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i1.945