

PENGARUH PROMOSI , CITRA KOPERASI , DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH ANGGOTA PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM

Isrok¹, Yanthi Metri Gunawan², Siti Asriah Immawati³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Tangerang

¹Adamaisrok02@gmail.com, ²yanthimeitry@gmail.com, ³immawati.rosyid@gmail.com

Keyword	Abstract
<p>Promosi , Citra Koperasi , Kualitas Pelayanan, Peningkatan Jumlah Anggota</p>	<p><i>The purpose of this study was to determine the effect of promotion, image of cooperatives and service quality on increasing the number of members in savings and loan cooperatives (case study of savings and loan cooperatives in Tangerang Regency). With an Associative Quantitative approach. The data analysis method used multiple regression. All populations in this study will be a sample, namely as many as 63 samples. The results of the research are (1) promotion has a significant positive effect on increasing the number of cooperative members (2) the image of the cooperative has no significant negative effect on the increase in the number of cooperative members (3) service quality has a significant and positive effect on increasing the number of cooperative members (4) promotion , the image of the cooperative, the quality of service simultaneously affected the increase in the number of cooperative members by F count $12,551 > F$ table 1.99. The result of the coefficient of determination test showed that the value of Adjusted R Square was 35.9% and the remaining 64.1% was influenced by factors other than the variables examined in this study.</i></p>

© 2021 JMB, All right reserved

I. PENDAHULUAN

Menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Pokok-Pokok Perkoperasian di dalam pasal 1, Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang, seseorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Dari pengertian tersebut, dapat diketahui bahwa koperasi mengandung dua unsur yaitu ekonomi dan unsur sosial yang berkaitan satu sama lain. Dikatakan memiliki unsur ekonomi karena tujuan dari koperasi itu sendiri

adalah untuk mencapai kesejahteraan anggota. Sedangkan unsur sosial terlihat dari adanya asas yang dijunjung dalam koperasi, yakni asas kekeluargaan.

Adapun penyebab terjadinya penurunan jumlah anggota yaitu dikarenakan adanya pesaing dari lembaga keuangan lain, kurangnya promosi yang dilakukan karyawan penyuluh di Koperasi Simpan Pinjam Wilayah Kabupaten Tangerang, dan yang terakhir yaitu pelayanan terhadap anggota maupun calon anggota kurang baik. Untuk lebih jelasnya, lihat tabel data jumlah anggota di bawah ini :

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Anggota
Koperasi Simpan Pinjam Wilayah Kabupaten Tangerang

<i>Nama Koperasi</i>	<i>TAHUN</i>		<i>Ket.</i>
	<i>2018</i>	<i>2019</i>	
1. Tatapan Prima	570	518	Turun
2. Dana Arta Mandiri	120	112	Turun
3. Sejahtera Utama Indonesia	85	59	Turun
4. Mitra Sejahtera Labua	325	300	Turun
5. Putra Mandiri	75	60	Turun

Sumber: Hasil Olah Data Penulis

Berdasarkan data jumlah anggota koperasi yang diperoleh dari hasil observasi Koperasi Simpan Pinjam di Wilayah Kabupaten Tangerang pada tahun 2018 sampai Agustus 2019 mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Setelah melakukan wawancara dengan beberapa anggota Koperasi Simpan Pinjam di Wilayah Kabupaten Tangerang peneliti memperoleh informasi bahwa penyebab terjadinya penurunan jumlah anggota ini disebabkan karena adanya berbagai masalah yaitu lemahnya tenaga penyuluh yang kurang paham dalam memasarkan produk-produk koperasi, kurangnya promosi secara totalitas dalam bentuk kunjungan kerumah-rumah calon nasabah untuk bisa meyakinkan manfaat menjadi anggota koperasi. Lemahnya citra koperasi yang masih dirasa kurang maksimal disebabkan pengurus koperasi yang tidak melaksanakan tugasnya dengan baik dimata para anggota koperasi sehingga kepercayaan anggota berkurang.

Berdasarkan uraian di atas, terlihat bahwa Promosi, Citra Koperasi dan Kualitas Pelayanan berhubungan erat dengan Peningkatan Jumlah Anggota Koperasi Simpan Pinjam di Wilayah Kabupaten Tangerang dan belum menjadi hal yang terbukti benar positif di Koperasi Simpan Pinjam di wilayah Kabupaten Tangerang, sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan variabel Promosi, Citra Koperasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Peningkatan Jumlah Anggota Koperasi pada Koperasi Simpan Pinjam di Wilayah Kabupaten Tangerang.

Rumusan masalah penelitiannya ini:

1. Apakah terdapat pengaruh Promosi terhadap Peningkatan Jumlah Anggota pada Koperasi

Simpan Pinjam di Wilayah Kabupaten Tangerang?

2. Apakah terdapat pengaruh Citra Koperasi terhadap Peningkatan Jumlah Anggota pada Koperasi Simpan Pinjam di Wilayah Kabupaten Tangerang?
3. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Peningkatan Jumlah Anggota pada Koperasi Simpan Pinjam di Wilayah Kabupaten Tangerang?
4. Apakah terdapat pengaruh Promosi, Citra Koperasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Peningkatan Jumlah Anggota pada Koperasi Simpan Pinjam di Wilayah Kabupaten Tangerang?

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Peningkatan Jumlah Anggota pada Koperasi Simpan Pinjam di Wilayah Kabupaten Tangerang.
2. Untuk mengetahui pengaruh Citra Koperasi terhadap Peningkatan Jumlah Anggota pada Koperasi Simpan Pinjam di Wilayah Kabupaten Tangerang.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Peningkatan Jumlah Anggota pada Koperasi Simpan Pinjam di Wilayah Kabupaten Tangerang.
4. Untuk mengetahui pengaruh Promosi, Citra Koperasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Peningkatan Jumlah Anggota pada Koperasi Simpan Pinjam di Wilayah Kabupaten Tangerang.

II. METODE PENELITIAN

Jenis dan pendekatan penelitian ini adalah Kuantitatif Asosiatif. Penelitian ini berlokasi di Wilayah Kabupaten Tangerang. Populasi penelitian berjumlah 63 Koperasi Simpan Pinjam di wilayah Kabupaten Tangerang, dengan jumlah sampel 63 responden pengurus Koperasi Simpan Pinjam di Wilayah Kabupaten Tangerang, Teknik Sampling yang digunakan Non Probability Sampling (Sample Jenuh), Penelitian ini

menggunakan data primer serta analisis deskripsi dan analisis regresi linier berganda sebagai teknik analisis data. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Operasonlaisasi Variabel

Berikut adalah operasionalisasi variabel penelitian

Tabel I. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Promosi (X1)	Promosi (X1) Promosi bisa diartikan sebagai sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa ataupun sebuah proses membagi ide, informasi atau perasaan <i>audiens</i> .(Buchari Alma 2018:181)	1. Periklanan 2. Penjualan Tatap Muka 3. Hubungan Masyarakat 4. Promosi Penjualan
Citra Koperasi (X2)	Citra (X2) Jefkins (dalam dan Ardianto, 2003:114) Citra adalah kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta – fakta atau kenyataan. Jadi citra terbentuk dari pengetahuan dan informasiinformasi yang diterima seseorang.	1. Lokasi (strategis) 2. Kualitas Produk dan Jasa 3. Harga (bunga yang ditawarkan) 4. Promosi yang dilakukan koperasi 5. Atribut Kopersi 6. Pelayanan Setelah transaksi
Kualitas Pelayanan (X3)	Kualitas Pelayanan (X3) Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.(Tjiptono 2019:290)	1. <i>Tangible</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Responsiviness</i> 4. <i>Assurance</i> 5. <i>Empathy</i>
Peningkatan Jumlah Anggota (Y)	Peningkatan Jumlah Anggota (Y) Anggota Koperasi adalah pemilik dan sekaligus sebagai pengguna jasa koperasi, kenaggotaan koperasi padasarnya bersifat bebas sukarela dan terbuka (Subandi:45)	1. Bebas 2. Sukarela 3. Terbuka

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Untuk menguji normalitas data dalam penelitian ini digunakan uji *Kolmogorov Sminorv-Test*. Hasil output SPSS untuk uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		63
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.81926186
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.100
	Negative	-.043
Test Statistic		.100
Asymp. Sig. (2-tailed)		.196 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data Output SPSS versi 21, Tahun 2020

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan uji kolmogorov smirnov, pada tabel 4.1 ditunjukkan data residual terdistribusi normal. Berdasarkan hasil output SPSS 21, besarnya nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.196 lebih dari 0,05.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara Variable Indenpeden

tersebut, maka hubungan antara Variable Indenpeden. Atau variable dependen menjadi terganggu. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi Multikolinieritas. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF. Nilai CUT OFF yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas $\geq 0,1$ dan nilai VIF ≤ 10 . Hasil Uji Multikolinieritas disajikan pada tabel berikut :

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.702	6.730		1.144	.257		
	X1	.448	.124	.468	3.605	.001	.613	1.631
	X2	.110	.131	.088	.840	.405	.933	1.072
	X3	.226	.133	.226	1.697	.095	.582	1.718

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Output SPSS versi 21, Tahun 2020

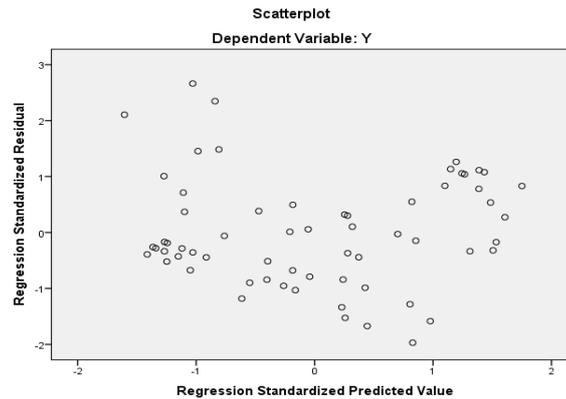
Sumber : Output SPSS data diolah, 2020.

Berdasarkan Uji Multikolinertias pada tabel 4.2, hasil perhitungan menunjukkan bahwa tidak ada variable bebas yang mempunyai nilai tolerance $\geq 0,1$ yaitu 0,448, 0,110 dan 0,226. Hal yang sama ditunjukkan oleh nilai VIF, dimana ≤ 10 yaitu 1,631, 1,072 dan 1,718, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi Multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variace dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, disebut Homoskedastisitas. Sedangkan untuk varians dari sebuah residual suatu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, disebut

Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah model Heterokedastisitas



Gambar I. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik Scatterplot diatas terlihat titik-titik menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas pada model regresi.

Uji Hipotesis

1. Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independent dengan satu variabel dependent yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi (Priyanto, 2016).

Tabel 10. Hasil Pengujian Regresi Linier Y atas X1 dan X2

Hasil Uji Regesi Linier Berganda						
Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.702	6.730		1.144	.257
	X1	.448	.124	.468	3.605	.001
	X2	.110	.131	.088	.840	.405
	X3	.226	.133	.226	1.697	.095

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil olah data Penelitian SPSS versi 21, Tahun 2020

Sumber : Output SPSS V.25, Penelitian 2020

Pada tabel 11 *Coefficients*, kolom B pada Constanta (a) adalah 9,253, skor Kompetensi Kewirausahaan adalah 0,300, dan skor Etos Kerja 0,301 bernilai positif atau searah. Dari hasil analisis regresi diperoleh persamaan regresi :

$$Y = 7.702 + 0,448x_1 + 0,110x_2 + 0,226x_3 + e$$

Berdasarkan nilai koefisien regresi pada setiap variabel, dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap Peningkatan Jumlah Anggota Koperasi (Y) adalah variabel Promosi (X1) yang memiliki nilai koefisien regresi lebih besar yaitu 0,448 dibandingkan dengan variabel

Citra Koperasi (X2) sebesar 0,110 dan Kualitas Pelayanan (X3) sebesar 0,226.

2. Uji Koefisien Determinasi

Tehnik analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependent (Priyanto, 2016). Analisis ini dapat dilakukan melalui pengujian nilai R2. Adapun hasil analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini dalah sebagai berikut

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.624 ^a	.390	.359	5.96537

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan data hasil pada tabel 4.4 di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa penelitian ini memiliki nilai R² sebesar 0,359. Nilai tersebut dapat digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel Promosi (X1), Citra Koperasi (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) dengan Peningkatan Jumlah Anggota Koperasi (Y) di wilayah Kabupaten Tangerang sebesar 35,9 % dan sisanya 64,1 % dipengaruhi faktor lain selain variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

3. Uji Signifikansi Hipotesis

Uji F

Uji F digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji F dilakukan dengan membandingkan F_{table} dengan F_{hitung} dengan uji dua sisi dengan taraf signifikan 5%.

Tabel 12. Hasil Uji Hipotesis Berdasarkan Tabel Anova

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1339.872	3	446.624	12.551	.000 ^b
	Residual	2099.556	59	35.586		
	Total	3439.429	62			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: Output SPSS, Penelitian 2020.

Berdasarkan perhitungan pada tabel 4.4 dapat diketahui bahwa F_{hitung} 12.551 > F_{table} 1,99 dan probabilitas signifikansi 0,000 < 0,05, berarti bahwa secara simultan Promosi, Citra Koperasi dan Kualitas Pelayanan pengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Jumlah Anggota Koperasi pada Koperasi Simpan Pinjam di Wilayah Kabupaten Tangerang.

Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent) secara individual (parsial). Uji t dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{table} pada taraf signifikan 5%.

Tabel 13. Hasil Pengujian Signifikansi Hipotesis Secara Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.908	3.851		3.872	.000
	X1	.571	.098	.598	5.826	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Output SPSS, Penelitian 2020

Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai thitung 5,826 > ttabel 1,999 yang diperoleh 0,000 < 0,05 dan signifikan, berarti secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Jumlah Anggota Koperasi pada Koperasi Simpan Pinjam di Wilayah Kabupaten Tangerang. Promosi adalah cara untuk memperkenalkan sebuah produk kepada konsumen . Cara pemasaran produk yang baik

akan membuat konsumen tertarik untuk mencoba membeli produk yang akan dijual, begitupun sistem promosi disebuah koperasi akan berdampak pada ketertarikan seseorang untuk menjadi anggota koperasi. sehingga semakin tinggi atau semakin baik peomosi yang dilakukan oleh koperasi akan berpengaruh terhadap keinginan seseorang untuk menjadi anggota koperasi.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	38.025	5.346		7.113	.000
	X2	-.034	.160	-.027	-.213	.832

a. Dependent Variable: Y

Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai thitung -0,213 > ttabel 1,999 secara parsial citra koperasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Peningkatan Jumlah Anggota Koperasi pada Koperasi Simpan Pinjam di Wilayah Kabupaten Tangerang. Citra adalah pandangan atau penilaian dari seseorang terhadap sebuah objek yang terlihat dan dirasakan sebagai suatu respon. Citra yang baik akan menunjukkan kualitas

dari objek tersebut. Semakin tinggi nilai citra maka semakin tinggi pula kualitas baik dilihat dari standar operasional prosedur dalam sebuah organisasi (Koperasi). Namun SOP yang terlalu berlebihan dapat membuat karyawan (anggota koperasi) merasa berat untuk menjalankannya . Sehingga semakin tinggi nilai citra koperasi akan berdampak kepada penurunan anggota koperasi tersebut.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.681	4.182		4.467	.000
	X3	.495	.111	.495	4.444	.000

a. Dependent Variable: Y

Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai thitung 4,444 > ttabel 1,999 yang diperoleh 0,000 < 0,05 dan signifikan, berarti secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Jumlah Anggota Koperasi pada Koperasi Simpan Pinjam di Wilayah Kabupaten Tangerang. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka diketahui bahwa semakin tinggi kualitas yang dihasilkan oleh sebuah koperasi akan membuat ketertarikan orang lain untuk masuk menjadi anggota koperasi, sehingga dapat disimpulkan bahwa

semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan mempengaruhi peningkatan jumlah anggota koperasi. Sebaliknya jika kualitas pelayanan buruk maka akan menimbulkan kesan yang tidak baik yang pada akhirnya menurunkan jumlah anggota koperasi.

Untuk mengetahui nilai t tabel menggunakan rumus :

t tabel = (taraf signifikansi dibagi 2; jumlah responden dikurangi jumlah variabel bebas dikurangi 1) jika ditulis dalam bentuk rumus adalah : $(\alpha/n-k-1)$

t tabel = (0,05/2 ; 52-2-1) atau (0,05/2 ; 52-3)
t tabel = (0,025; 49), diperoleh nilai t tabel sebesar 2,009 pada selang kepercayaan 95%

V. PENUTUP

Pengaruh Promosi (X1) terhadap Peningkatan Jumlah Anggota Koperasi (Y). Bahwa secara parsial promosi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah anggota koperasi simpan pinjam di wilayah Kabupaten Tangerang.

Pengaruh Citra Koperasi (X2) terhadap Peningkatan Jumlah Anggota Koperasi (Y). Bahwa secara parsial citra koperasi mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap peningkatan jumlah anggota koperasi simpan pinjam di wilayah Kabupaten Tangerang.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Peningkatan Jumlah Anggota Koperasi (Y) Bahwa secara parsial kualitas pelayanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah anggota koperasi simpan pinjam di wilayah Kabupaten Tangerang.

Pengaruh Promosi (X1), Citra Koperasi (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Peningkatan Jumlah Anggota Koperasi (Y). Secara simultan promosi, citra koperasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah anggota koperasi di wilayah Kabupaten Tangerang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, Yurike. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan nasabah untuk menabung pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Solok", Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Bung Hatta Padang.
- Chandra S.M Dan M.V.J Tielung. 2015, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Hotel Baliem Pilamo Di Wamena". Jurnal Volume III No. 3
- Dwi Kresna, Bayu, (2011), "Pengaruh Customer in Service Delivery Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Sulses Syariah Cab. Makassar", Skripsi, Makassar.
- Eliyawati, N,W. Sutjipta, I Gede Setiawan Adi Putra. 2016. "Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepuasan Anggota Koperasi Unit Desa Suraberata Kecamatan Slemadeg Barat. Jurnal Manajemen Agribisnis", Vol. 4, No. 1, Mei 2016. Bali: Universitas Udayana.
- Guspul, Ahmad. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo). Jurnal PPKM UNSIQ (2014).
- Hardiansyah, (2018), "Kualitas Pelayanan Publik", Gava Media, Yogyakarta.
- Hasibuan, (2018), "Manajemen Dasar, Pengertian, Dan Masalah", Bumi Aksara.
- Hidayat, (2009), "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri", Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.II, (1), Madura.
- Juliansyah, (2017), "Metodologi Penelitian", PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Keller, Kotler (2018), "Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid I".
- Partomo, (2009), "Ekonomi Koperasi", Ghalia Indonesia.
- Sarwita, (2017), "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung", Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi, Vol.4, (1), Majalengka.
- Siregar, (2016), "Pengaruh Promosi dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadia'ah di PT.Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan", Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman, Vol.2, (2), Padangsidempuan.
- Subandi, (2015), "Ekonomi Koperasi (Teori dan Praktik)", Alfabeta.
- Sugiyono, (2018), "Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D", Alfabeta.
- Sulistyorini, Ayu. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Ksp Sendang Artha Mandiri Kec.

- Wungu Kab. Madiun. Jurnal Equilibrium, Volume 3, Nomor 1, Januari 2015
- Susiyanti, Asim, "Pengaruh Citra Koperasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Karyawan Rumah Sakit Anak dan Bunda (RSAB) Harapan Kita Jakarta" Jurnal Administrasi dan Manajemen Vol.7 No.2 (2017)
- Swastika, 2005. "Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan, Jurnal Skripsi Ekonomi, <http://jurnalskripsi.com>.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2012 Tentang Perkoperasian, Citra Umbara, Bandung.
- Yuliyzar, Ismayudin (2016), "Manajemen Pemasaran", GAN Publishing.