

## ABSTRAK

Koperasi merupakan salah satu institusi yang penting dalam perekonomian masyarakat, terutama dalam sektor ekonomi mikro. Banyak koperasi Indonesia menghadapi tantangan dalam mempertahankan eksistensinya seperti peningkatan kepuasan anggota, pengelolaan pelayanan, dan daya saing dengan lembaga keuangan lainnya. Koperasi berbasis syariah seperti BMT (*Baitul Maal Wa Tamwil*) memiliki karakteristik yang unik yang membedakannya dengan lembaga keuangan konvensional. Pada koperasi BMT TMSM tantangan utama yang dihadapi adalah menjaga dan meningkatkan kepuasan anggota ditengah persaingan dengan lembaga keuangan lainnya. Kualitas pelayanan yang diberikan, citra koperasi yang dibangun, serta penerapan sistem bagi hasil yang adil dan sesuai syariah menjadi faktor utama yang mempengaruhi tingkat kepuasan anggota. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, citra koperasi dan bagi hasil terhadap kepuasan anggota koperasi BMT TMSM.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota koperasi BMT TMSM sebanyak 1.188 anggota/nasabah. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Accidental sampling* yang ditentukan menggunakan rumus slovin, sehingga jumlah sampel penelitian ini berjumlah 100 responden. Analisis data yang dilakukan yaitu uji instrument, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai  $t\text{-hitung } 1.721 < t\text{-tabel } 1.985$  dengan signifikan  $0,088 > 0,05$  yang artinya kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota/nasabah koperasi BMT TMSM, Variabel citra koperasi memiliki nilai  $t\text{-hitung } 2.223 > t\text{-tabel } 1.985$  dengan signifikan  $0,028 < 0,05$  yang artinya citra koperasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota/nasabah koperasi BMT TMSM, Variabel bagi hasil memiliki nilai  $t\text{-hitung } 5.787 > t\text{-tabel } 1.985$  dengan signifikan  $0,001 < 0,05$  yang artinya Bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota/nasabah koperasi BMT TMSM, sedangkan variabel kualitas pelayanan, citra koperasi dan bagi hasil diuji secara simultan diperoleh nilai  $f\text{-hitung } 87.255 > f\text{-tabel } 3.090$  dengan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$  yang artinya kualitas pelayanan, citra koperasi dan bagi hasil secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota/nasabah koperasi BMT TMSM.

**Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Koperasi, Bagi Hasil, Kepuasan Anggota.**

## **ABSTRACT**

*A cooperative is an important institution in the community's economy, especially in the microeconomic sector. Many cooperatives in Indonesia face challenges in maintaining their existence, such as improving member satisfaction, managing services, and competing with other financial institutions. Sharia-based cooperatives like BMT (Baitul Maal Wa Tamwil) have unique characteristics that set them apart from conventional financial institutions. For the BMT TMSM cooperative, the main challenge is to maintain and improve member satisfaction amidst competition with other financial institutions. The quality of services provided, the image of the cooperative, and the implementation of a fair and Sharia-compliant profit-sharing system are the key factors affecting member satisfaction. This study aims to analyze how service quality, cooperative image, and profit-sharing impact member satisfaction at the BMT TMSM cooperative.*

*The research used a quantitative method, with data collected through questionnaires using a Likert scale. The population of this study consisted of 1,188 members/customers of the BMT TMSM cooperative. Sampling was done using accidental sampling, determined by the Slovin formula, resulting in a sample size of 100 respondents. The data analysis included instrument testing, classical assumption testing, and hypothesis testing.*

*The results showed that the service quality variable had a  $t$ -value of 1.721  $<$   $t$ -table 1.985 with a significance of  $0.088 > 0.05$ , meaning service quality does not affect member/customer satisfaction at BMT TMSM. The cooperative image variable had a  $t$ -value of 2.223  $>$   $t$ -table 1.985 with a significance of  $0.028 < 0.05$ , meaning the cooperative image significantly affects member/customer satisfaction at BMT TMSM. The profit-sharing variable had a  $t$ -value of 5.787  $>$   $t$ -table 1.985 with a significance of  $0.001 < 0.05$ , meaning profit-sharing significantly affects member/customer satisfaction at BMT TMSM. Simultaneously, the variables of service quality, cooperative image, and profit-sharing were tested together, resulting in an  $f$ -value of 87.255  $>$   $f$ -table 3.090 with a significance of  $0.001 < 0.05$ . This means that service quality, cooperative image, and profit-sharing collectively have a significant effect on member/customer satisfaction at BMT TMSM.*

**Keywords:** *Service Quality, Cooperative Image, Profit-Sharing, Member Satisfaction.*