

Pengaruh Pengelolaan, Keberagaman Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koperasi Al-Azam (Studi pada Santri Pondok Pesantren Ma'had Mambaul Qur'an)

Ari Susanto¹, Eni Candra Nurhayati^{2*}, Bahtiar Efendi³, Susanti⁴

Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sains Al-Qur'an
arisusanto1016@gmail.com, enicandra@unsiq.ac.id,* bahtiarefd@unsiq.ac.id, susanti@unsiq.ac.id

Abstrak

Tujuan - Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh pengelolaan, keberagaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan koperasi Al-Azam (studi pada santri Pondok Pesantren Ma'had Mambaul Qur'an). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara membagikan kuesioner secara langsung kepada pelanggan koperasi Al-Azam di pondok pesantren Ma'had Mambaul Qur'an.

Metode - Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling. Teknik non probability sampling yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik purposive sampling. Sampel penelitian ini berjumlah 80 para pelanggan koperasi Al-Azam di pondok pesantren Ma'had Mambaul Qur'an. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, kemudian menggunakan uji statistik deskriptif, uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Uji F dan pengujian hipotesis meliputi koefisien determinasi dan uji signifikan koefisien regresi dengan taraf signifikan 5%.

Hasil - Berdasarkan hasil penelitian, pengelolaan, keberagaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggankoperasi Al-Azam di pondok pesantren Ma'had Mambaul Qur'an.

Kata Kunci : Pengelolaan, Keberagaman Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

Pendahuluan

Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk menawarkan inovasi-inovasi baru, baik dalam hal produk yang lebih menarik dan atau pelayanan yang lebih memudahkan untuk para pelanggannya. Hal tersebut dilakukan demi mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggannya. Sehingga pelanggan yang telah merasa puas terhadap produk atau jasa yang diterimanya, dapat melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang. (Diapinsa Gema Zakariya, 2019)

Dikutip dari artikel CNBC Indonesia (2019), menurut Presiden Joko Widodo, salah satu penyebab UMKM tidak dapat berkembang adalah kurangnya kemampuan UMKM dalam membangun brand, desain yang mengikuti pasar dan membuat kemasan yang menarik. Hal tersebut juga yang dirasakan oleh ketua KSU Amangtiwi, Mei Ridhowati yang mengatakan bahwa anggotanya mengalami kesulitan dalam hal pengelolaan produk utamanya terkait strategi pemasaran. Manajemen pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting untuk semua perusahaan, baik dalam Usaha Besar (UB) maupun UMKM. Penerapan manajemen pemasaran ini sendiri berkaitan dengan kemampuan usaha dalam menjangkau pasar dan memaksimalkan peluang yang dimiliki. Penerapan manajemen pemasaran yang menarik dan memaksimalkan keunggulan kompetitif diharapkan akan mampu memperkuat posisi unit usaha dalam

menghadapi tantangan dan persaingan serta dapat memanfaatkan setiap peluang yang ada dan pada akhirnya akan memberi nilai tambah bagi usaha. (Prihatiningtias, 2021)

Salah satu unsur kunci dalam persaingan diantara bisnis eceran adalah keragaman produk yang disediakan oleh pengecer. Oleh karena itu pengecer harus membuat keputusan yang tepat mengenai keragaman produk yang dijual. Adanya macam-macam produk dalam arti produk yang lengkap mulai dari merk, ukuran, kualitas, dan ketersediaan produk maka akan memudahkan konsumen dalam memilih dan membeli berbagai macam produk sesuai dengan keinginan mereka. (Rena Febrita Sari, (2018)

Tjiptono (2002) mengungkapkan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Perusahaan yang tingkat kepuasan pelanggannya tinggi menyediakan tingkat layanan yang tinggi pula (Tjiptono,2002). Kotler (2002) menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan, dan juga mendukung harga yang lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah. Oleh sebab itu, program peningkatan kualitas (*quality improvement program-QIPs*) biasanya juga meningkatkan profitabilitas. Dalam penelitiannya pada suatu ritel di India, Naik et al. (2010) memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 45,84%, sedangkan sisanya 54,16% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. (Ari Prasetyo, 2012)

Fenomena yang ada saat ini pertumbuhan swalayan, mini market, sangat cepat. Ini ditandai dengan maraknya gerai ritel modern yang menembus sampai ke pemukiman penduduk. Akibatnya omzet penjualan koperasi cenderung mengalami penurunan, karena itu koperasi Kareb bergabung sebagai mitra untuk mewujudkan unit pertokoan ritel modern dan *distributor center*. Hal ini harus diimbangi dengan upaya memuaskan pelanggan. (Adi Rizki Suwito, 2018)

Saat ini koperasi Al-Azam Pondok Pesantren Ma'had Mamba'ul Qur'an kabupaten Wonosobo sedang berusaha meningkatkan nilai kepuasan pelanggannya. Pengelolaan, keberagaman produk dan kualitas pelayanan adalah tiga hal yang disinyalir khusus dapat meningkatkan kepuasan pelanggan koperasi Al-Azam Pondok Pesantren Ma'had Mamba'ul Qur'an kabupaten Wonosobo, dengan usaha untuk menggenjot ketiga variabel tersebut yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Secara empiris junaidi (2012) dalam penelitiannya menemukan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari kualitas layanan dan image terhadap terhadap kepuasan konsumen. Susilowati (2013) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa secara simultan harga dan variasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Indra Aditia dan Suhaji (2012) menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang meliputi kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, biaya dan kemudahan. (Adi Rizki Suwito, 2018). Dan pada penelitian yang dilakukan oleh Muchti Chandra Dinata pada tahun 2019 dengan judul penelitian "sistem pengelolaan rakyat LASDAP Tembilahan terhadap kepuasan pelanggan kabupaten Indragiri Hilir provinsi Riau" dengan hasil penelitian terdapat pengaruh sistem pengelolaan terhadap kepuasan pelanggan di Pelabuhan Rakyat Lasdap Tembilahan yang dibuktikan dengan didapaknya kategori sedang pada angka 0,467. Hal ini mengandung arti bahwa ada pengaruh antara system pengelolaan terhadap kepuasan pelanggan namun tidak terlalu signifikan. Maka dari penelitian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan variabel yang

sama akan tetapi menggunakan obyek penelitian yang berbeda, yaitu para pelanggan di koperasi Al-Azam.

Penelitian ini dilakukan di Pondok Pesantren Ma'had Mambaul Qur'an Dusun Munggang Bawah RT 06 RW 11 Kelurahan Kalibeber Kecamatan Mojotengah Kabupaten Wonosobo. Sedangkan alasan peneliti memilih studi pada Santri dikarenakan ingin mengetahui kepuasan santri sebagai pelanggan di koperasi Al-Azam di Pondok Pesantren Ma'had Mambaul Qur'an.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami pengaruh pengelolaan, keberagaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini dinantikan dapat memberikan manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat berkontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam hal pengembangan di bidang penelitian khususnya yang terkait dengan pengaruh pengelolaan, keberagaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat digunakan dalam dunia praktis sebagai bahan referensi dalam membuat kebijakan yang berkaitan dengan pengelolaan, keberagaman produk dan kualitas pelayanan khususnya pada koperasi Al-Azam, dengan harapan dapat membawa instansi atau koperasi dan pihak yang bersangkutan ke arah yang lebih baik lagi.

Metodologi

Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah seluruh santri pondok pesantren Ma'had Mambaul Qur'an yang berjumlah 397 orang. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampling dengan pertimbangan tertentu yang diyakini representatif terhadap populasi penelitian (Sugiyono, 2014). Sampel pada penelitian ini adalah mereka para santri pondok pesantren Ma'had Mambaul Qur'an yang menjadi pelanggan koperasi Al-Azam di Pondok Pesantren Ma'had Mambaul Qur'an.

Menurut Ferdian (2006), menyarankan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5 sampai dengan 10. Pada penelitian ini jumlah total keseluruhan indikator adalah 16 indikator. Dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= (5 \text{ sampai } 10 \times \text{jumlah indikator}) \\ &= 5 \times 16 \\ &= 80\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas didapat untuk sampel minimum menggunakan 80 sampel responden.

Hasil dan Pembahasan

Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan 80 kuesioner dengan tingkat pengembalian kuesioner 100% dengan cara membagikan kuesioner secara langsung

kepada para pelanggan koperasi Al-Azam di pondok Pesantren Ma'had Mambaul Qur'an yang berjumlah 80 responden.

Sampel diambil dari seluruh populasi. Penyebaran kuesioner dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1
Penyebaran Kuisisioner Penelitian

No	Keterangan	Jumlah Kuisisioner	Persentase
1.	Kuisisioner yang disebar	80	100%
2.	Kuisisioner yang kembali	80	100%
3.	Kuisisioner yang diolah	80	100%

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 3.1 terlihat bahwa dari seluruh data yang disebar sebanyak 80 kuisisioner dan kuisisioner yang kembali 80 kuisisioner. Semua kuisisioner yang kembali dapat diolah karena pertanyaan yang diajukan diisi dengan lengkap oleh responden.

Analisis statistik deskriptif

Tabel 3.2
Deskripsi Statistik Variabel-Variabel Penelitian

Variabel	Std. Deviation	Rata-rata Aktual	Kisaran Aktual	Kisaran Teoritis	Rata-rata Teoritis
Kepuasan Pelanggan (Y)	3,473	18,61	6-25	5-25	15
Pengelolaan (X1)	2,396	10,43	3-15	3-15	9
Keberagaman Produk (X2)	3,083	19,04	7-15	5-25	15
Kualitas Pelayanan (X3)	4,126	17,63	6-25	5-25	15

Sumber: Data primer diolah, 2021

Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel kepuasan pelanggan koperasi Al-Azam terdiri dari 5 pernyataan yang diukur dengan skala likert 5 poin. Kisaran aktual jawaban kepuasan pelanggan 6 sampai 25 yang terletak pada kisaran teoritis antara 5 sampai 25. Rata-rata aktual 18,61 dan standar deviasi 3,473 sedangkan rata-rata teoritisnya 15. Karena rata-rata aktual lebih tinggi dari pada rata-rata teoritis. Artinya kepuasan pelanggan di koperasi Al-Azam sudah cukup tinggi.

Pengelolaan (X1)

Variabel pengelolaan terdiri dari 3 pernyataan yang diukur dengan skala likert 5 poin. Kisaran aktual jawaban variabel pengelolaan 3 sampai 15 yang terletak pada kisaran teoritis antara 3 sampai 15. Rata-rata aktual 10,43 dan standar deviasi 2,396 sedangkan rata-rata teoritisnya 9. Karena rata-rata aktual lebih tinggi daripada rata-rata teoritis. Artinya pengelolaan di koperasi Al-Azam sudah terlaksana cukup baik.

1. Keberagaman Produk (X2)

Variabel keberagaman produk terdiri dari 5 pernyataan yang diukur dengan skala likert 5 poin. Kisaran aktual jawaban keberagaman produk 7 sampai 25 yang terletak

pada kisaran teoritis antara 5 sampai 25. Rata-rata aktual 19,04 dan standar deviasi 3,083 sedangkan rata-rata teoritisnya 15. Karena rata-rata aktual lebih tinggi daripada rata-rata teoritis. Artinya keberagaman produk di koperasi Al-Azam sudah cukup bervariasi

2. Kualitas Pelayanan (X3)

Variabel kualitas pelayanan terdiri dari 5 pernyataan yang diukur dengan skala likert 5 poin. Kisaran aktual jawaban kualitas pelayanan 6 sampai 25 yang terletak pada kisaran teoritis antara 5 sampai 25. Rata-rata aktual 17,63 dan standar deviasi 4,126 sedangkan rata-rata teoritisnya 15. Karena rata-rata aktual lebih tinggi dari pada rata-rata teoritis. Artinya kualitas pelayanan di koperasi Al-Azam sudah cukup baik.

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas

Variabel	Kisaran korelasi	Signifikansi	Keterangan
KepuasanPelanggan (Y)	0,603**-0,824**	0,000	Valid
Pengelolaan (X1)	0,785**-0,852**	0,000	Valid
Keberagaman Produk (X2)	0,677**-0,752**	0,000	Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	0,744**-0,900**	0,000	Valid

Sumber : data primer diolah, 2021

Variabel kepuasanpelanggankoperasi Al-Azam mempunyai kisaran korelasi antara 0,603 sampai 0,824 dan signifikan pada tingkat 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan tentang kepuasan pelanggan koperasi Al-Azam yang mengukur variabel kepuasan pelanggan koperasi Al-Azam dapat dinyatakan valid.

Variabel pengelolaan mempunyai kisaran korelasi antara 0,785 sampai 0,852 dan signifikan pada tingkat 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan tentang pengelolaan yang mengukur variabel pengelolaan dapat dinyatakan valid.

Variabel keberagaman produk mempunyai kisaran korelasi antara 0,677 sampai 0,752 dan signifikan pada tingkat 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan tentang keberagaman produk yang mengukur variabel keberagaman produk dapat dinyatakan valid.

Variabel kualitas pelayanan mempunyai kisaran korelasi antara 0,744 sampai 0,900 dan signifikan pada tingkat 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan tentang kualitas pelayanan yang mengukur variabel kualitas pelayanan dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha Based on Standardized Items (α)	Batas Alpha (α)	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,816	0,7	Reliabel
Pengelolaan (X1)	0,755	0,7	Reliabel
Keberagaman Produk (X2)	0,759	0,7	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,861	0,7	Reliabel

Sumber : data primer diolah, 2021

Secara keseluruhan dalam uji reliabilitas yang dilakukan dalam penelitian ini telah menunjukkan hasil yang cukup menjanjikan. Hal ini terlihat dari nilai cronbach alpha yang lebih besar dari nilai batas atas cronbach alpha 0,7. Sehingga semua pernyataan yang berkaitan dengan variabel pengelolaan, keberagaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasanpelanggan dikoperasi Al-Azam adalah reliabel.

Goodness of Fit Model (Uji F)

Tabel 3.5
Hasil uji goodness of fit model (uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	490.138	3	163.379	26.827	.000 ^b
Residual	462.850	76	6.090		
Total	952.988	79			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Keberagaman Produk, Pengelolaan

Sumber : Data primer diolah, 2021

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa F hitung lebih besar dari F tabel yaitu $26,827 > 2,72$ dengan tingkat signifikan di bawah 0,05 yaitu 0,000. Nilai F tabel diperoleh dari $N-K-1 = 76$ (dimana N = jumlah sampel, K = jumlah variabel independen, 1 = konstanta). Sehingga dapat disimpulkan bahwa I model yang digunakan layak (fit). Model regresi dapat digunakan untuk menguji kepuasanpelanggan.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas

Tabel 3.6
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.60055456
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.031
	Negative	-.073
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data primer diolah, 2021

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil perhitungan normalitas dengan menggunakan uji One-Sample Kolmogorof-Smirnof Test memiliki probabilitas tingkat signifikansi di atas tingkat $\alpha = 0,05$ yaitu 0,200. Hal ini berarti dalam model regresi terdapat variabel residual atau variabel pengganggu yang terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3.7
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pengelolaan	.518	1.930
	Keberagaman Produk	.804	1.244
	Kualitas Pelayanan	.511	1.957

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : data primer diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel diatas terlihat bahwa semua variabel memiliki nilai tolerance lebih dari 0,1 Selanjutnya hasil perhitungan VIF juga menunjukkan hal yang sama yaitu semua variabel memiliki nilai VIF kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Tabel 3.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.434	.723		3.769	.000
Pengelolaan	-.003	.052	-.172	-1.488	.140
Keberagaman Produk	-.014	.040	-.160	-1.264	.209
Kualitas Pelayanan	.036	.032	.106	.957	.341

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : data primer diolah, 2020

Uji heteroskedastisitas

Dari uji gletser terlihat bahwa variabel pengelolaan, keberagaman produk dan kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi lebih dari batas minimal yang ditentukan yaitu 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis : Uji Parsial (t)

Tabel 3.9
Hasil Pengujian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.542	1.841		1.924	.058
Pengelolaan	.455	.161	.314	2.825	.006
Keberagaman Produk	.331	.100	.294	3.292	.002
Kualitas Pelayanan	.229	.094	.272	2.431	.017

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan table 3.9 maka dapat dilihat hasil uji t sebagai berikut:

1. Variabel pengelolaan (X1) terhadap kepuasan pelanggan koperasi Al-Azam(Y).

Terlihat pada kolom Coefficients model t pada pengelolaan (X1) terhadap kepuasan pelanggan koperasi Al-Azam(Y) dengan nilai signifikan 0,000. Nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,006 < 0,05$, maka H1 diterima dan H0 ditolak. Variabel X1 mempunyai thitung = 2,825 dengan ttabel = 1,99125. Jadi thitung > ttabel dapat disimpulkan bahwa variabel produk secara individu mempunyai pengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan koperasi Al-Azampembelian.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 yang menyatakan pengelolaan berpengaruh positif terhadap terhadap kepuasan pelanggan koperasi Al-Azam.

2. Variabel keberagaman produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan koperasi Al-Azam (Y).

Terlihat pada kolom Coefficients model t pada variabel keberagaman produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan koperasi Al-Azam(Y) dengan nilai signifikan 0,002. Nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,002 < 0,05$, maka H2 diterima dan H0 ditolak. Variabel keberagaman produk (X2) mempunyai thitung= 3,292 dengan ttabel 1,99125. Jadi thitung>ttabel dapat disimpulkan bahwa variabel keberagaman produk secara individu mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan koperasi Al-Azam. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 yang menyatakan keberagaman produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan koperasi Al-Azam.

3. Variabel kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan pelanggan koperasi Al-Azam (Y).

Terlihat pada kolom Coefficients model t pada variabel kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan pelanggan koperasi Al-Azam (Y) dengan nilai signifikan 0,017. Nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,017 < 0,05$, maka H3 diterima dan H0 ditolak. Variabel X3 mempunyai thitung= 2,431 dengan ttabel = 1,99125. Jadi thitung>ttabel dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara individu mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan koperasi Al-Azam. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan koperasi Al-Azam.

Penutup

Kesimpulan

Hasil pengujian statistik tentang pengaruh pengelolaan, keberagaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan koperasi Al-Azam pada Santri Ma'had Mambaul Qur'an dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel pengelolaan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan koperasi Al-Azam (H1) diterima.
2. Variabel keberagaman produk mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan koperasi Al-Azam (H2) diterima.
3. Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan koperasi Al-Azam (H3) diterima.

Saran

Dari hasil kesimpulan diatas maka penulis memberikan saran kepada Koperasi Al - Azam, dalam hal ini tiga variabel yaitu pengelolaan, keberagaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dalam kepuasan pelanggan pada koperasi Al - Azam, oleh karena itu dari pihak koperasi Al - Azam bisa lebih meningkatkan pengelolaannya sehingga menjadi semakin baik lagi agar pelanggan koperasi tetap setia dan tercukupi keinginan dan kebutuhannya dalam bertransaksi serta mampu bersaing

lebih baik lagi dengan usaha-usaha yang lain atau UMKM khususnya daerah sekitar Wonosobo dan Jawa Tengah sampai Indonesia umumnya.

Daftar Pustaka

- Dinata, M. C. (2019). sistem pengelolaan pelabuhan Rakyat LASDAP Tembilahan terhadap kepuasan pelanggan Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau.
- Prastuti. (2018). pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko Sembako Koperasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Prihatiningtitan, Y. W. (2020). peningkatan pengetahuan aspek perpajakan dan kualitas pengelolaan produk pada kelompok UMKM. *jurnal inovasi hasil pengabdian masyarakat (JIPEMAS)*.
- Sari, N. (2017). pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PB. Swalayan Metro. *jurnal manajemen magister, 03*.
- Sari, R. f. (2018). analisis pengaruh keberagaman produk, persepsi harga, promosi penjualan konsumen Hypermarket Pakuwon Supermall di Surabaya.
- Zakariya, D. G. (2019). pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.