

ABSTRAK

Koperasi adalah salah satu lembaga keuangan non bank yang dimana memiliki tujuan untuk mensejahterakan para anggota nya. Koperasi sendiri memiliki berbagai jenis, salah satu nya yaitu koperasi simpan pinjam. Koperasi simpan pinjam terdapat 2 jenis, yaitu: Konvensional dan syariah. Koperasi simpan pinjam memiliki produk yang sama dengan bank yaitu tabungan dan pembiayaan. Namun yang membedakan adalah penghindaran dari *riba* atau bunga, yang dimana haram hukumnya pada ajaran islam. Dalam menilai kualitas sebuah produk tabungan pada lembaga keuangan bank maupun non bank dapat diketahui melalui seberapa puas nasabah terhadap produk tersebut. Dan dalam menilai tingkat kepuasan nasabah dapat digunakan beberapa variabel pada teori dimensi kepuasan nasabah yang terdiri dari *performance, features, realibility, conformance, durability, serviceability, aesthetics, dan preceived quality*. Dari penelitian yang penulis lakukan variabel *preceived quality* menjadi salah satu variabel yang menyebabkan nasabah merasa puas terhadap produk Berkah Hasil KSPPS Airlangga Bakti Persada.

Kata kunci: Tingkat Kepuasan Nasabah, Koperasi Syariah, Dimensi Kepuasan Nasabah.

ABSTRACT

Cooperatives are one of the non-bank financial institutions which have the purpose of prospering the members. The cooperative itself has various types, one of which is a savings and loan cooperative. There are 2 types of savings and loan cooperatives, namely: Conventional and sharia. Savings and loan cooperatives have the same products as banks, namely savings and financing. But the difference is avoidance of usury or interest, which is unlawful in Islamic teachings. In assessing the quality of a savings product at a bank or non-bank financial institution, it can be known through how satisfied the customer is with the product. And in assessing the level of customer satisfaction, several variables can be used in the theory of customer satisfaction dimensions which consist of performance, features, reliability, conformance, durability, serviceability, aesthetics, and preceived quality. From the research that the author did, the preceived quality variable was one of the variables that caused customers to be satisfied with the products of the Blessing of Results of the KSPPS Airlangga Bakti Persada.

Keywords: Customer Satisfaction Level, Syariah Cooperative, Dimention of Customer Satisfication.