

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan adalah badan yang menyediakan jasa dan produk keuangan yang membantu arus perekonomian Indonesia. Kegiatan utama Lembaga keuangan mencakup, menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Berdasarkan surat keputusan Menteri keuangan Republik Indonesia Nomor 792 Tahun 1990, Lembaga keuangan adalah segala badan atau Lembaga yang aktivitas utamanya adalah di bidang keuangan. Mulai dari menghimpun hingga menyalurkan dana kepada masyarakat. Di Indonesia terdapat memiliki berbagai jenis lembaga keuangan yaitu lembaga keuangan Bank dan lembaga keuangan bukan Bank. lembaga keuangan Bank yang terdiri dari berbagai jenis diantaranya Bank Central, Bank Umum, dan Bank Perkreditan Rakyat. Sementara lembaga keuangan bukan Bank yaitu, Pegadaian, Perusahaan Asuransi, Dana Pensiun, Pasar Modal, dan Koperasi Simpan Pinjam.

Menurut Zakiyudin (2016:78), koperasi (*cooperatives*) merupakan sebuah badan usaha yang memungkinkan para pemiliknya yang juga sebagai pengguna barang atau jasa mendapatkan kembali sisa hasil usaha sesuai dengan partisipasinya. Menurut Alma (2018:69), Koperasi tumbuh dari golongan lemah yang bersatu dalam memenuhi kebutuhan bersama. Usaha koperasi lebih banyak bersifat sosial menolong anggota dari pada motif yang mencari untung sebesar - besarnya. Menurut UU No. 25 tahun 1992 dalam Alma (2016:70), koperasi adalah

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/pelanggaran akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan. Jumlah Koperasi yang ada di Indonesia mencapai 127.124 unit pada tahun 2020. Jumlah ini naik 3,31% dibandingkan tahun sebelumnya. Jumlah Koperasi terbanyak berada di Jawa Timur yakni sebanyak 22.464 unit atau sekitar 17,6 % dari total Koperasi. Jumlah Koperasi yang ada di Surabaya sebanyak 1.880 unit.

Salah satu Koperasi yang ada di Surabaya adalah Koperasi Sekawan Maju yang beralamat di Jl. Jagir Sidomukti V/20 Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya.

Didirikan sesuai dengan akte pendirian dengan nomor badan hukum : 0077BH/KDK.13.30/IX/1998. Di tengah persaingan yang ketat antar Koperasimaka penting bagi Koperasi Sekawan Maju Surabaya untuk menjaga keputusan pembelian konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen Koperasi Sekawan Maju Surabaya memiliki rasa kepercayaan terhadap pelayanan yang diterima akan membantu melakukan promosi melalui *word of the mouth* kepada orang lain agar konsumen memilih Koperasi Sekawan Maju Surabaya. Dengan demikian secara tidak langsung membuat konsumen tersebut menjadi anggota Koperasi Sekawan Maju Surabaya tanpa pihak Koperasi Sekawan Maju Surabaya harus mengeluarkan

biaya sebagai balas jasa.



Koperasi Sekawan Maju Surabaya menghadapi persaingan dengan Koperasi – Koperasi lain maka menjaga kepercayaan konsumen begitu penting karena apabila konsumen merasakan tidak percayaan akan mudah untuk berubah pikiran dan beralih memilih Koperasi lain, sebaliknya ketika konsumen merasakan kepercayaan

lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepercayaan konsumen adalah keyakinan konsumen bahwa individu tertentu memiliki integritas, dapat dipercaya, dan orang yang dipercayai akan memenuhi semua kewajiban dalam melakukan transaksi sebagaimana yang diharapkan (Khotimah dan Febriansyah, 2018). Kepercayaan yang dirasakan konsumen terhadap layanan Koperasi Sekawan Maju Surabaya dapat tercipta ketika konsumen merasakan pelayanan yang berkualitas.

Menurut Kasmir (2017:47) kualitas pelayanan merupakan suatu perbuatan dan tindakan pelaku usaha atau perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Sedangkan Menurut Suryani (2017:91) Kualitas Pelayanan adalah suatu kemampuan dalam membuat dan memberikan produk berupa barang atau jasa yang memiliki manfaat sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan. Keputusan pembelian yang dimiliki oleh konsumen juga dapat tercipta melalui *brand image*.

Studi yang dilakukan oleh Witama (2019) menunjukkan bahwa *brand image* mempengaruhi terjadinya keputusan pembelian konsumen. Konsumen merasakan kepercayaan dengan pelayanan yang baik, karyawan yang ramah dan tempat yang nyaman sehingga membentuk suatu *brand image* yang tertanam dalam pikiran konsumen. *Brand image* yang positif merupakan faktor utama dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan

sebelumnya maka peneliti mengambil judul **“Pengaruh brand image, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen memilih Koperasi Sekawan Maju Surabaya”**.



1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap keputusan konsumen memilih Koperasi Sekawan Maju Surabaya?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan konsumen memilih Koperasi Sekawan Maju Surabaya?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen memilih Koperasi Sekawan Maju Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap keputusan konsumen memilih Koperasi Sekawan Maju Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan konsumen memilih Koperasi Sekawan Maju Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen memilih Koperasi Sekawan Maju Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis



Dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan dalam bidang Pendidikan Ekonomi terutama dalam rangka memberikan solusi untuk meningkatkan kepuasan anggota koperasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang koperasi, khususnya mengenai Koperasi Sekawan Maju Surabaya Jawa Timur.

b. Bagi Koperasi Sekawan Maju

Sebagai masukan, bahan evaluasi terhadap upaya-upaya yang telah dilakukan oleh Koperasi Sekawan Maju Surabaya dalam membentuk citra positif, dan memberikan kualitas pelayanan yang baik untuk meningkatkan kepercayaan anggota koperasi sehingga tercapai tujuan dari Koperasi Sekawan Maju Surabaya Jawa Timur.

