

## ABSTRAK

Koperasi adalah lembaga pelayanan publik yang membangun dan meningkatkan potensi ekonomi bagi para anggotanya dan masyarakat secara umum guna mencapai kesejahteraan sosial. Oleh karena itu, sebagai institusi pelayanan, koperasi dituntut untuk mengelola loyalitas nasabah secara berkelanjutan dan berkesinambungan. Loyalitas nasabah merupakan salah satu hal yang penting untuk mengembangkan usaha Koperasi Bina Mitra Sejahtera Probolinggo. Ketika koperasi memberikan kualitas pelayanan yang baik, maka nasabah akan menjadi lebih setia. Loyalitas nasabah dapat tercermin melalui tindakan nasabah dalam memprioritaskan suatu *brand* tertentu dari pada *brand* kompetitor.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan kausalitas kualitas layanan, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah Koperasi Bina Mitra Sejahtera Probolinggo, sehingga dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan *software* SMARTPLS 3.0, *Markov Chain*, dan *Theory For Inventive Problem Solving*. Metode pengumpulan data SEM dan *Markov Chain* menggunakan survei kuesioner, sedangkan metode *Theory For Inventive Problem Solving* (TRIZ) menggunakan, *5 Whys Analysis* untuk mencari akar masalah setiap indikator yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah, wawancara, dan *benchmarking* dengan kompetitor, sehingga ide konsep usulan perbaikan yang dirancang dapat mengatasi akar masalah dan sesuai dengan kondisi lapangan.

Hasil penelitian analisis SEM mampu menunjukkan bahwa kualitas layanan mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 67,5% arah positif dan terhadap loyalitas nasabah sebesar 51,9% arah positif. Dengan kata lain, variabel kualitas layanan menjadi variabel yang memiliki pengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah. Selain itu, model SEM dari penelitian menunjukkan performa 75,4%, dan telah sesuai dengan sistematika SEM. Analisis selanjutnya adalah *Markov Chain*, menunjukkan penurunan pangsa pasar koperasi sebesar 8,837% dalam 10 bulan berikutnya, hal tersebut menjadi peringatan untuk segera melakukan perbaikan kualitas layanan untuk meningkatkan loyalitas nasabah. Selanjutnya, analisis *Theory For Inventive Problem Solving* dengan hasil 6 ide konsep usulan perbaikan sesuai bobot *outer loading* (tingkat kepentingan) untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah Koperasi Bina Mitra Sejahtera Probolinggo, yaitu dengan membuat media sosial dan tim, menyediakan nomor *hotline*, melakukan penawaran program koperasi setiap bulan, penambahan aplikasi koperasi, menyediakan meja *self service*, dan penerapan protokol kesehatan Covid-19 yang terintegrasi dengan aplikasi PeduliLindungi.

**Kata Kunci:** *Structural Equation Modelling, Markov Chain, 5 Whys, dan Theory For Inventive Problem Solving*

## ABSTRACT

Cooperatives are public service institutions that build and increase the economic potential of their members and society in general in order to achieve social welfare. Therefore, as a service institution, cooperatives are required to manage customer loyalty in a sustainable and sustainable manner. Customer loyalty is one of the important things to develop the business of the Probolinggo Bina Mitra Sejahtera Cooperative. When cooperatives provide good service quality, customers will become more loyal. Customer loyalty can be reflected through customer actions in prioritizing a particular brand over competing brands.

The purpose of this study was to analyze the causal relationship of service quality, customer satisfaction, and customer loyalty of the Bina Mitra Sejahtera Probolinggo Cooperative, so as to increase customer loyalty. The data analysis method used is Structural Equation Modeling (SEM) analysis with SMART PLS 3.0 software, Markov Chain, and Theory For Inventive Problem Solving. The SEM and Markov Chain data collection methods use a questionnaire survey, while the Theory For Inventive Problem Solving (TRIZ) method uses, 5 Whys Analysis to find the root cause of each indicator that has an influence on customer loyalty, interviews, and benchmarking with competitors so that the proposed concept ideas repairs designed to address the root of the problem and in accordance with field conditions.

The results of the SEM analysis are able to show that service quality affects customer satisfaction by 67.5% in a positive direction and customer loyalty by 51.9% in a positive direction. In other words, the service quality variable becomes a variable that has an influence on the customer loyalty variable. In addition, the SEM model from the study showed a performance of 75.4% and was in accordance with SEM systematics. The next analysis is Markov Chain, showing a decline in the market share of cooperatives by 8.837% in the next 10 months, this is a warning to immediately improve service quality to increase customer loyalty. Furthermore, analysis of Theory For Inventive Problem Solving with the results of 6 proposed concept ideas for improvement according to the weight of the outer loading (level of importance) to maintain and increase customer loyalty of the Bina Mitra Sejahtera Probolinggo Cooperative, namely by creating social media and teams, providing hotline numbers, making program offers. cooperatives every month, adding cooperative applications, providing self-service desks, and implementing the Covid-19 health protocol that is integrated with the PeduliLindungi application.

**Keyword:** *Structural Equation Modelling, Markov Chain, 5 Whys, dan Theory For Inventive Problem Solving*