



**PENGARUH PERSEPSI, PENGETAHUAN PERKOPERASIAN  
DAN MOTIVASI BERKOPERASI TERHADAP MINAT  
MENJADI ANGGOTA KOPERASI SYARIAH MELALUI CITRA  
KOPERASI SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**TESIS**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Magister Manajemen**

**Oleh :**

**Andri Yeswanto**

**NPM 21902081030**



**Program Studi Magister Manajemen**

**Program Pascasarjana**

**Universitas Islam Malang**

**2023**



University of Islam Malang  
**REPOSITORY**



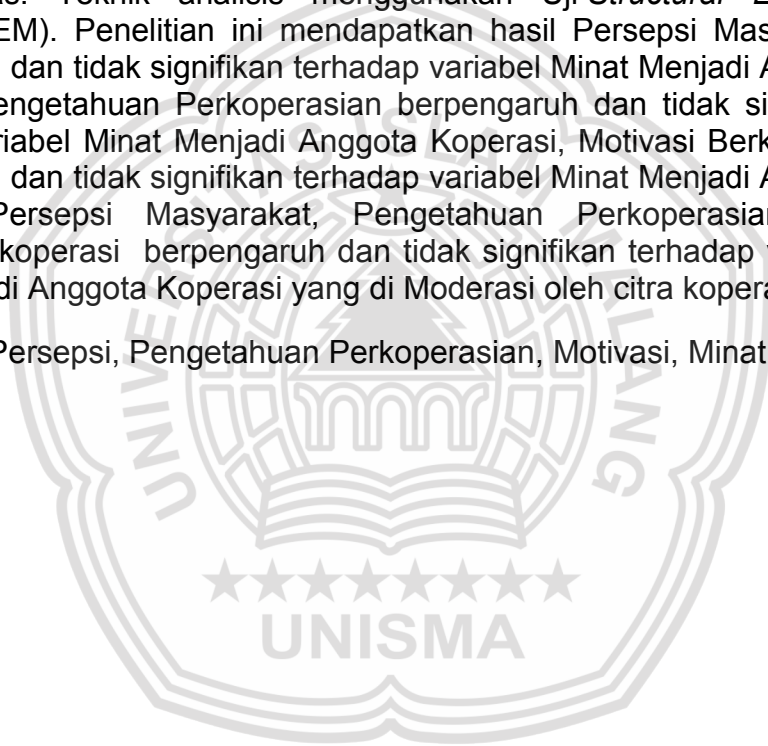
© Hak Cipta Milik UNISMA

[repository.unisma.ac.id](http://repository.unisma.ac.id)

### Abstrak

Perkembangan koperasi memang mengalami pasang surut yang diakibatkan oleh terbatasnya kemampuan SDM dalam mengelola koperasi, ini yang menjadi alasan mengapa koperasi seolah-olah menjadi organisasi yang lambat berkembang karena tidak semua orang yang memiliki kemampuan dan pengetahuan mau bekerja bersama koperasi, untuk dapat maju dan terus berkembang, koperasi harus membuktikan bahwa koperasi tersebut dapat dipercaya. Citra merupakan sesuatu yang sangat penting dalam sebuah badan usaha. Sampel dalam penelitian ini 117 responden. Teknik pengambilan sampel adalah *Non-Probability sampling*. Uji instrument dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis menggunakan Uji *Structural Equation Modeling* (SEM). Penelitian ini mendapatkan hasil Persepsi Masyarakat berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel Minat Menjadi Anggota Koperasi, Pengetahuan Perkoperasian berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel Minat Menjadi Anggota Koperasi, Motivasi Berkoperasi berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel Minat Menjadi Anggota Koperasi, Persepsi Masyarakat, Pengetahuan Perkoperasian, dan Motivasi Berkoperasi berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel Minat Menjadi Anggota Koperasi yang di Moderasi oleh citra koperasi.

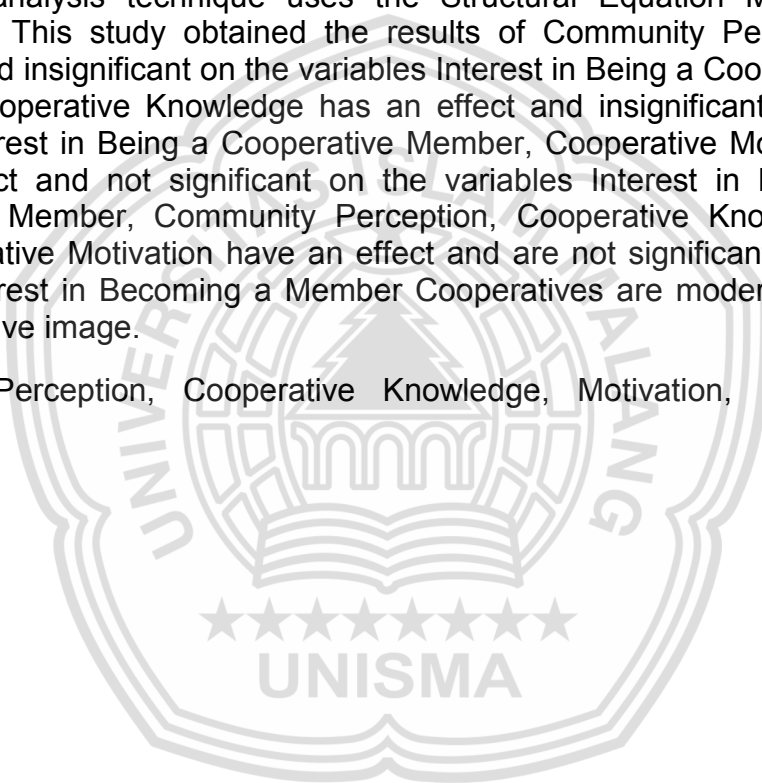
Kata kunci: Persepsi, Pengetahuan Perkoperasian, Motivasi, Minat, Citra



### Abstract

The development of cooperatives has indeed experienced ups and downs caused by the limited ability of human resources in managing cooperatives, this is the reason why cooperatives seem to be slow growing organizations because not everyone who has the ability and knowledge is willing to work with cooperatives, to be able to progress and continue to grow, cooperatives must prove that the cooperative can be trusted. Image is something that is very important in a business entity. The sample in this study was 117 respondents. The sampling technique is Non-Probability sampling. Test instruments in this study using validity tests and reliability tests. The analysis technique uses the Structural Equation Modeling (SEM) Test. This study obtained the results of Community Perception influential and insignificant on the variables Interest in Being a Cooperative Member, Cooperative Knowledge has an effect and insignificant on the variable Interest in Being a Cooperative Member, Cooperative Motivation has an effect and not significant on the variables Interest in Being a Cooperative Member, Community Perception, Cooperative Knowledge, and Cooperative Motivation have an effect and are not significant on the variable Interest in Becoming a Member Cooperatives are moderated by the cooperative image.

Keywords: Perception, Cooperative Knowledge, Motivation, Interest, Image



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Koperasi sebagai saka guru perekonomian nasional dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman yang semakin menantang di era saat ini. Generasi muda cenderung memandang koperasi sebagai sesuatu yang “jadul “ dan kuno, padahal sejarah membuktikan bahwa organisasi koperasi menjadi salah satu sektor penggerak kemajuan ekonomi masyarakat Indonesia (Sholihah, 2021)

Perkembangan koperasi memang mengalami pasang surut yang diakibatkan oleh terbatasnya kemampuan SDM dalam mengelola koperasi, ini yang menjadi alasan mengapa koperasi seolah-olah menjadi organisasi yang lambat berkembang karena tidak semua orang yang memiliki kemampuan dan pengetahuan mau bekerja bersama koperasi khususnya generasi muda. Menurut Panjaitan, Mahrita et al. (2020) citra koperasi yang “kuno” dirasa tidak menarik bagi mereka, padahal apabila dilihat dari segi kompetensi generasi muda memiliki potensi yang sangat besar untuk memajukan koperasi.

Partisipasi anggota merupakan hal yang sangat penting dan seringkali menjadi permasalahan bagi koperasi- koperasi di Indonesia. Dimana partisipasi anggota merupakan salah satu pemicu majunya sebuah koperasi. Sebuah koperasi yang maju tentunya didukung dengan anggota yang berpartisipasi aktif. Partisipasi anggota dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah pengetahuan perkoperasian, lokasi usaha dan kemampuan pengurus terhadap partisipasi anggota (Arini, Setiaji, 2020). Anggota merupakan unsur yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan koperasi. Dalam hal ini anggota sebagai pemilik

(*owner*) dan pengguna (*user*). Partisipasi anggota merupakan hal yang sangat penting dan seringkali menjadi permasalahan bagi koperasi-koperasi di Indonesia. Partisipasi anggota merupakan salah satu pemicu majunya sebuah koperasi.

Bangsa Indonesia mempunyai tiga sektor kekuatan ekonomi yang melaksanakan berbagai kegiatan usaha dalam tata kehidupan perekonomian, Ketiga sektor tersebut adalah sektor negara, swasta dan koperasi. Untuk mencapai kedudukan ekonomi yang kuat dan mencapai masyarakat yang adil dan makmur, maka ketiga sektor kekuatan ekonomi tersebut harus saling berhubungan dan bekerjasama secara baik. Pasal 33 UUD 1945 menempatkan koperasi sebagai soko guru perekonomian nasional. Koperasi merupakan perkumpulan otonom dari orang – orang yang bergabung secara sukarela untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi ekonomi, sosial dan budaya mereka yang sama melalui perusahaan yang dimiliki dan diawasi secara demokratis, dengan tujuan untuk memajukan kesejahteraan anggota. Koperasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian nasional, karena tujuan dari koperasi adalah untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Jadi pada dasarnya koperasi merupakan tumpuan ekonomi Indonesia. Oleh sebab itu, koperasi perlu dibina secara profesional baik dalam bidang organisasi maupun dalam bidang mental dan usaha agar dapat maju dan berkembang.

Melihat pentingnya koperasi, agar dapat berjalan dengan baik banyak hal penting yang sangat diperlukan dalam sebuah koperasi, misal pendidikan perkoperasian untuk pengurus dan anggota koperasi, motivasi berkoperasi anggota, citra koperasi yang baik, serta kualitas pelayanan yang baik. Jika semua faktor tersebut dapat dipenuhi koperasi bisa dipastikan dapat maju dan berkembang.

Untuk dapat maju dan terus berkembang, koperasi harus membuktikan bahwa koperasi tersebut dapat dipercaya. Citra merupakan



sesuatu yang sangat penting dalam sebuah badan usaha. Sekarang ini banyak sekali organisasi memahami sekali perlunya memberi perhatian yang cukup untuk membangun suatu citra yang menguntungkan bagi suatu perusahaan tidak hanya melepaskan diri terhadap terbentuknya suatu kesan publik negatif. Jadi ungkap Sukatendel dalam Soemirat dan Ardianto (2003:112) citra itu dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif. Citra itu sendiri merupakan salah satu asset terpenting dari suatu perusahaan atau organisasi. Memiliki citra yang baik di mata masyarakat akan menjadi konsekuensi dari pembentukan citra. Citra dapat mendukung dan merusak nilai yang anggota rasakan. Citra yang baik akan mampu meningkatkan kesuksesan suatu koperasi. Istijanto, (2005) mengemukakan bahwa perusahaan yang memiliki citra atau reputasi yang baik akan mempertinggi kemampuan bersaing, mendorong semangat kerja karyawan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Jika koperasi mempunyai citra yang baik maka koperasi dapat bersaing dan semangat kerja pengurus koperasi akan meningkat sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Begitu juga sebaliknya jika citra koperasi buruk maka akan berdampak negatif terhadap kepuasan anggota koperasi. Dengan melakukan penelitian citra, perusahaan (koperasi) dapat mengetahui secara pasti sikap publik terhadap organisasi maupun terhadap produk barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Dari penelitian citra ini, perusahaan juga dapat mengetahui apa – apa yang disukai dan tidak disukai publik tentang perusahaan, dengan demikian perusahaan dapat mengambil langkah – langkah yang tepat bagi kebijaksanaan perusahaan selanjutnya (Danasaputra dalam Soemirat dan Ardianto, 2003:117).

Pengetahuan generasi milenial mengenai dasar dan definisi koperasi cukup baik. Sayangnya, persepsi mereka terhadap koperasi masih terbatas pada ideologi koperasi yang dinilai secara positif, namun model bisnis koperasi masih dinilai negatif. Hal ini menggiring responden memiliki minat yang rendah untuk bergabung dalam organisasi koperasi.

Mereka tidak merasa ada kelekatan dan kesesuaian antara model bisnis koperasi yang mereka tahu dengan citra diri mereka sebagai generasi yang lekat dengan digitalisasi, kemajuan teknologi, dan modernisasi. Belum banyak penelitian di Indonesia mengenai koperasi, khususnya tentang pemasaran sistem koperasi yang berdampak. Hal ini dapat menjadi celah bagi penelitian selanjutnya untuk melakukan riset khusus yang fokus untuk memetakan faktor-faktor yang memengaruhi persepsi milenial terhadap koperasi, minat mereka untuk menjadi anggota koperasi, dan juga eksplorasi faktor penyebab gagalnya koperasi di Indonesia. Selain itu, penelitian ini mengambil jumlah sampel yang relatif kecil. Diharapkan penelitian-penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel dengan jumlah yang lebih besar, dengan metode pendekatan lain yang juga berbeda (Dienni Ruhjatini Sholihah, 2021).

Pengetahuan seseorang dalam organisasi merupakan salah satu hal terpenting dalam peningkatan kinerja. Begitu juga dengan pengetahuan tentang perkoperasian terhadap anggota koperasinya. Pengetahuan perkoperasian adalah mengetahui kehidupan perkoperasian yang telah dijelaskan dalam UU perkoperasian seperti prinsip-prinsip koperasi, mengetahui hak dan kewajiban koperasi dan lain-lain (Hidayah dkk, 2017)

Motivasi adalah pendorong yang menimbulkan keinginan dan kemauan anggota untuk berperan aktif dalam organisasi koperasi dengan melakukan kegiatan-kegiatan yang menunjang agar terpenuhinya tujuan yang ingin dicapai. Jadi, berkembang atau tidaknya sebuah koperasi akan dipengaruhi oleh banyaknya anggota yang berminat untuk menjadi anggota koperasi. Semakin banyak anggota yang aktif di koperasi maka semakin banyak pula peluang koperasi untuk berkembang ke arah yang lebih maju (Jaya dkk, 2019). Beragam motif dalam keanggotaan koperasi seperti keinginan untuk memperoleh penghargaan, keinginan untuk memperoleh pengakuan, keinginan untuk berkuasa, kondisi lingkungan



kerja, kompensasi yang memadai, supervise yang baik, status dan tanggung jawab, teori hubungan sosial, dan kebutuhan aktualisasi diri, semua itu perlu ditumbuhkan untuk dapat memajukan dan membuat pertumbuhan koperasi lebih cepat (Mayyadah Hawawi, 2021). Selain itu, adanya motivasi berkoperasi yang berada dalam diri anggota juga berpengaruh terhadap partisipasi anggota koperasi. Apabila motivasi berkoperasi tinggi maka partisipasi anggota lebih berpartisipasi aktif dalam koperasi. Apabila pelayanan dan kepuasan anggota telah tercapai, maka harapannya adalah terciptanya partisipasi anggota (Nico n Siagian, 2020).

Namun minat masyarakat untuk menjadi anggota koperasi sangat rendah, hal ini dikarenakan ada beberapa faktor penyebab yang diduga dapat mempengaruhi minat masyarakat menjadi anggota koperasi salah satunya adalah persepsi tentang koperasi yang kurang baik, dan juga faktor lain yang diduga dapat mempengaruhi minat masyarakat menjadi anggota koperasi adalah masih rendahnya pengetahuan perkoperasian yang masyarakat miliki.

Oleh sebab itu, mengingat arti pentingnya persepsi, pengetahuan, dan motivasi serta citra koperasi dalam mempengaruhi minat anggota dan calon anggota, maka perlu dikaji lebih dalam bagaimana unsur - unsur tersebut mampu meningkatkan minat untuk menjadi anggota koperasi. Karena meningkatnya minat masyarakat akan memberikan dampak pada berkembangnya koperasi. Latar belakang masalah di atas menginformasikan beberapa masalah yang dapat diidentifikasi seperti belum diberikannya pengetahuan perkoperasian untuk anggota, motivasi berkoperasi anggota yang tidak jelas, citra koperasi yang kurang baik di mata masyarakat karena kejadian di masa lalu, kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap koperasi, fasilitas koperasi yang masih kurang memadai, masih banyak masyarakat yang beranggapan bahwa koperasi lebih menyulitkan daripada lembaga keuangan yang lain, dan masih banyak anggota koperasi yang hanya ikut-ikutan menjadi anggota namun

tidak sepenuhnya ingin menjadi bagian dari koperasi. Oleh karena itu, peneliti memilih judul **“Pengaruh Persepsi, Pengetahuan Perkoperasian, Dan Motivasi Berkoperasi Terhadap Minat Menjadi Anggota Koperasi Syariah Melalui Citra Koperasi Sebagai Variabel Moderasi”**

### 1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh persepsi terhadap minat menjadi anggota koperasi syariah?
2. Bagaimana pengaruh pengetahuan perkoperasian terhadap minat menjadi anggota koperasi syariah?
3. Bagaimana pengaruh motivasi berkoperasi terhadap minat menjadi anggota koperasi syariah?
4. Bagaimana pengaruh persepsi, pengetahuan perkoperasian, unsur kedekatan dan motivasi berkoperasi terhadap minat menjadi anggota koperasi syariah dengan adanya citra koperasi syariah?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh persepsi terhadap minat menjadi anggota koperasi syariah.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan perkoperasian terhadap minat menjadi anggota koperasi syariah.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh motivasi berkoperasi terhadap minat menjadi anggota koperasi syariah.

4. Menguji dan menganalisis pengaruh persepsi, pengetahuan perkoperasian, unsur kedekatan dan motivasi berkoperasi terhadap minat menjadi anggota koperasi syariah dengan adanya citra koperasi syariah.

#### 1.4 Kegunaan Penelitian

##### 1) Secara Teoritis

Dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan dalam bidang Pendidikan Ekonomi terutama dalam rangka memberikan solusi untuk meningkatkan minat masyarakat untuk berkoperasi.

##### 2) Secara Praktis

###### a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang koperasi syariah. Dan bagi peneliti lain dapat dijadikan salah satu referensi untuk penelitian yang selanjutnya agar lebih afektif dan efisien.

###### b. Bagi Koperasi

Sebagai masukan, bahan evaluasi terhadap upaya-upaya yang telah dilakukan oleh koperasi dalam membentuk citra positif. Dan untuk memberikan pandangan terhadap upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh koperasi kedepannya.

## BAB VI

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Masyarakat berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel Minat Menjadi Anggota Koperasi.
2. Pengetahuan Perkoperasian berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel Minat Menjadi Anggota Koperasi.
3. Motivasi Berkoperasi berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel Minat Menjadi Anggota Koperasi.
4. Persepsi Masyarakat, Pengetahuan Perkoperasian, dan Motivasi Berkoperasi berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel Minat Menjadi Anggota Koperasi yang di Moderasi oleh citra koperasi

#### 5.2 Saran

Beberapa saran dari hasil penelitian ini antara lain, adalah:

1. Peneliti selanjutnya dapat menambah meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti misalnya, kepercayaan merek, citra produk, promosidan lainnya.
2. Jumlah sampel yang kurang banyak, sehingga peneliti selanjutnya dapat menambahkan jumlah sampel responden agar memberikan hasil yang lebih baik.
3. Metode pengumpulan data ditambahkan metode wawancara sehingga hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, *Sanusi*. 2011. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat. Arens, Alvin A. Randal J.Elder. Mark S. Beasley. 2015. Auditing dan Jasa.
- Arini, Rahmawati, and Khasan Setiaji. 2020. "Pengaruh Motivasi Anggota, Pengetahuan Perkoperasian, Kinerja Pengurus, Kualitas Layanan Terhadap Perilaku Berkoperasi". *Economic Education Analysis Journal* 9 (3), 923-39.
- Augusty, Ferdinand. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. 2002. Semarang: Universitas Diponegoro Ghozali 2011.
- Baswir, Revrisond (2010). *Akuntansi Pemerintahan Indonesia*. Yogyakarta : BPFE Yogyakarta
- Darmawan, N K. (2014). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Kunjungan Masyarakat terhadap Pelayanan Posyandu di Desa Pemecutan Kelod Kecamatan Denpasar Barat. *Jurnal Dunia Kesehatan Vol. V (no.2)*.
- de *Djohar* Maturidi. 2014. *Metode Penelitian Teknik Informatika*. Yogyakarta: Deepublish. Anas Sudijono. 2009. *Pengantar Statistik Pendidikan*.

Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro  
Gronross (dalam Farida, 2005:184)

Grafindo Persada.

Grahita, Chandrarin. (2017). Metode Riset Akuntansi Pendekatan Kuantitatif. Jakarta: Salemba Empat Soemirat dan Ardianto, 2003:117

Hair J.F., et al. 2010. Multivariate Data Analysis. Seventh Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Hawawi, M. (2021). Analisis Deskriptif Motivasi Dan Partisipasi Anggota Koperasi Mahasiswa Al-Hikmah IAIN Ponorogo (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).

Hendar. 2010. Manajemen Perusahaan Koperasi dengan Pokok-Pokok Pikiran Mengenai Manajemen dan Kewirausahaan Koperasi. Semarang: Erlangga.

Hendrojogi. 2004. Koperasi: Asas-Asas Teori dan Praktek. Jakarta: PT. Raja

Hestingtyas, W., Nurdiansyah, R. A., & Rizal, Y. (2022). ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN PERKOPERASIAN TERHADAP MINAT MENJADI ANGGOTA KOPERASI MAHASISWA. *SOCIAL PEDAGOGY: Journal of Social Science Education*, 3(1), 109-121.



Hidayah, K., Hariani, L. S. and Firdaus, R. M. (2017) “Pengaruh Pengetahuan Tentang Koperasi, Kualitas Layanan, Dan Motivasi Berkoperasi, Terhadap Minat Menjadi Anggota Koperasi Mahasiswa Universitas Kanjuruhan Malang”, *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 2(2).

Indeks Kelompok Gramedia.

Istijanto. 2005. Aplikasi Praktis Riset Pemasaran. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama.

Jaya, Y., Rusno, R., & Al Arsy, A. F. (2019). Pengaruh Pengetahuan Koperasi, Motivasi Berkoperasi Dan Pelayanan Koperasi Terhadap Minat Menjadi Anggota Koperasi Mahasiswa. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 4(2).

Kline, R. B. (2011). Convergence of structural equation modeling and multilevel modeling.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Plilip. 2000. Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium. Jakarta : PT.

Kusdayanti, N. (2016). Pengaruh Citra Koperasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Pegawai Republik

Indonesia Setia Kecamatan Mojotengah Kabupaten Wonosobo.  
Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, 5(2), 124-131.

Kusumantoro, K. (2010). Minat Mahasiswa untuk menjadi Anggota Koperasi Mahasiswa. *Dinamika Pendidikan*, 5(2).

Latan, H., & Ramli, N. A. (2013). The results of partial least squares-structural equation modelling analyses (PLS-SEM). Available at SSRN 2364191.

Miftah, Toha.. (2007). *Kepemimpinan Dalam Manajemen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Nurjanah, S., & Anasrulloh, M. (2023). PENGARUH PENGETAHUAN PERKOPERASIAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT MENJADI ANGGOTA KOPERASI MAHASISWA AMANAH. *JURNAL ECONOMINA*, 2(7), 1744-1755.

Notoatmodjo, S. (2007). *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Pratama, D. S., & Widiyanto. (2018). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Koperasi 2015 Menjadi Anggota Koperasi.

Robbins, Stephen P. 2008. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat

Sangadji, Etta Mamang; Sopiha. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi.

Schiffman, Leon and Kanuk, Leslie Lazar. 2004. Perilaku Konsumen. Edisi ketujuh. Jakarta: PT. Indeks.

Sholihah, D. (2021). PERSEPSI DAN MINAT GENERASI MILENIAL UNTUK MENJADI ANGGOTA KOPERASI. *UPAJIWA DEWANTARA: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen Daulat Rakyat*, 5(2).

Siagian, N. N. (2020). PENGARUH MOTIVASI BERKOPERASI DAN KEPUASAN ANGGOTA TERHADAP PARTISIPASI ANGGOTA KOPERASI SIMPAN PINJAM BAHARI JAYA MUARO JAMBI (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS JAMBI).

Siagian, Sondang P, 2004, Teori Motivasi Dan Aplikasinya, Bina Aksara Jakarta

Slameto. 2010. Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta: PT Rineka Cipta Soemirat dan Ardianto (2003:112

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. Tarigan, B. (2012)

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet. Danandjadja, James. (1984). Folklor Indonesia.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta

Sujarweni, V. Wiratna. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi, 33.

Uno, Hamzah. 2014. Teori Motivasi dan Pengukurannya. Jakarta: Bumi Aksara

Widiyanti, N. (2014). Manajemen Koperasi. Jakarta: Bina Aksara.

Widiyanti, N. (2016). Manajemen Koperasi. Jakarta: Bina Aksara.

Yanti, R. R. (2020). Pengaruh Persepsi Tentang Koperasi, Pendidikan dan Latihan Dasar serta Motivasi Berkoperasi terhadap Minat Berkoperasi Mahasiswa. *Niagawan*, 9(3), 256-262.

Yayah Robayah 2020 “Pengaruh Pelayanan Pengurus Koperasi dan Motivasi Berkoperasi Terhadap Kopkar PT.Fukoku Tokai Rubber Indonesia Dalam Sudut Pandang Ekonomi Syariah”, (Studi Kasus KOPKAR PT.Fukoku Tokai Rubber Indonesia), Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah Vol. 2 (1) Yogyakarta: Pustaka Baru Press.