

BAB IV

OBYEK PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Umum Obyek Penelitian

1. Latar Belakang berdirinya KJKS KANINDO

KJKS Agro Niaga Indonesia (KANINDO) Syariah Jawa Timur yang berdomisili di Kabupaten Malang dirintis pendiriannya sejak bulan September pada tahun 1998 oleh beberapa aktifis gerakan KJKS, LSM dan tokoh masyarakat yang peduli dengan pemberdayaan ekonomi rakyat.

Anggota KJKS KANINDO Syariah Jawa Timur dengan badan hukum propinsi tersebar di wilayah Malang Raya. Untuk menunjang pelayanan anggota dan calon anggota agar lebih optimal KJKS KANINDO Syariah Jawa Timur telah membuka 12 kantor cabang/layanan yang tersebar di Kabupaten Malang 10 kantor, Kota Malang 1 kantor dan Kota Batu 1 kantor.

Melalui berbagai ujian dan tempaan KJKS KANINDO Syariah Jawa Timur merupakan salah satu pelopor berdirinya KJKS syariah di Malang Raya. Dengan perkembangan usahanya yang sangat pesat.

Hadirnya KJKS KANINDO Syariah Jawa Timur adalah bagian dari sejarah panjang Jihad Umat Islam dalam menegakkan ekonomi syariah di persada ini. Sebagai bagian dari Jihad Ekonomi Ummat yang timbul dari bawah (*buttom up*), Hadirnya KJKS KANINDO Syariah Jawa Timur

merupakan hasil *metamorphose* dari sitem konvensional yang beralih menuju sistem Islam yang *Kaffah*.

Idealisme dan profesionalisme adalah pilar utama program pengembangan SDI (Sumber Daya Insani). Dengan kedua pilar itulah KJKS Agro Niaga Indonesia (KANINDO) Syariah Jawa Timur mengarahkan program-program pengembangan organisasi dan usaha untuk mewujudkan kesejahteraan bersama. *Idealisme* adalah upaya kepada syariat Allah SWT termasuk dalam berekonomi (muamalat) sementara itu profesionalisme adalah upaya bersungguh-sungguh menjalankan fungsi khalifah untuk memakmurkan bumi, menebarkan kesejahteraan (*rahmatan lil'alam*) bagi seluruh alam raya.

2. Visi dan Misi KJKS KANINDO:

a. Visi:

“ Membangun Idealisme dan Profesionalisme untuk mencapai kesejahteraan bersama dalam naungan Ridho Illahi ”.

Dengan visi ini setiap orang yang bergabung dengan KJKS KANINDO Syariah Jawa Timur diajak untuk menyadari bahwa setiap insan adalah hamba Allah yang harus tunduk dan taat terhadap aturan syari'at-Nya dan mengembangkan potensi diri sebagai khalifah (pemimpin) untuk mengelola sumber daya ekonomi demi kesejahteraan

diri, keluarga dan masyarakat, sehingga tercapai kesejahteraan *material*, *spiritual* dalam naungan Ridho Ilahi.

b. Misi :

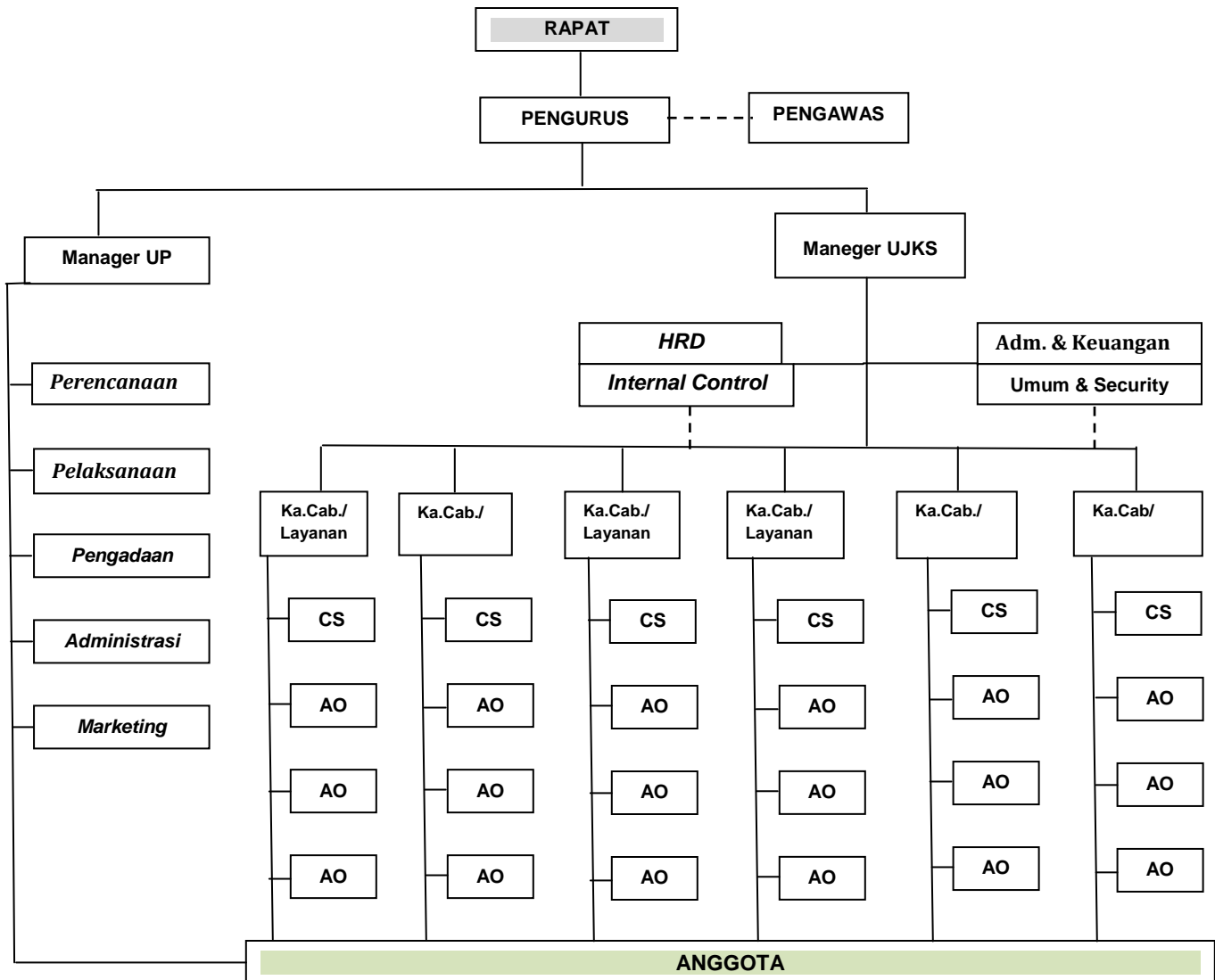
- 1) Mengembangkan sistem ekonomi, khususnya lembaga keuangan berdasarkan syariat Islam.
- 2) Memajukan kegiatan usaha (ekonomi) anggota masyarakat, usaha mikro/kecil dan menengah (UKM).
- 3) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia seutuhnya (material dan spriritual).
- 4) Meningkatkan harkat dan martabat hidup anggota/masyarakat (pemenuhan kebutuhan pangan, sandang dan papan)

3. PROFIL KJKS KANINDO

- 1) Nama Koperasi : Koperasi Agro Niaga Indonesia (KANINDO)
- 2) Legalitas KJKS
 - a) Nomor Badan Hukum : 29/BH/KDK/13.13/XII/1998
 - b) Tanggal Badan Hukum : 10 Desember 1998
 - c) Nomor PAD terakhir : 518.01/PAD/BH/XVI/45/103/2008
 - d) Tanggal PAD terakhir : 31 Maret 2008
 - e) NPWP : 01.840.826.0.628.000
 - f) TDP : 132525200143
 - g) SIUP : 510/1033.585/421.107/2008/P.I

4. Struktur Organisasi, Personalia, dan Diskripsi Tugas

**STRUKTUR ORGANISASI
KJKS AGRO NIAGA INDONESIA (KANINDO)
SYARI'AH JAWA TIMUR**



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

Keterangan : _____ garis lini/komando, - - - - - garis koordinasi

No.	Keterangan	Nama	Masa Kerja
	Pengurus:		
1.	Ketua	Drs.H.Untung Endro C,MM	2010 – 2015
2.	Sekretaris	Drs. Umar Zaeni	2010 – 2015
3.	Bendahara	Yuliadi,SE,MM	2010 – 2015
	Pengawas:		
4.	Ketua	Damiati, SE	2010 – 2015
5.	Anggota	Moh. Khamdani.STP	2010 – 2015
	Karyawan:		
6.	Manager	Indra Laksamana	
7.	Kord. Pujon	Hadi Supriono	
8.	Kord. Dau	Farhan	
9.	Kord. Wajak	Wahyu Setyono	
10.	Kord. Wonosari	Aspari	
11.	Kord. Wagir	Moh Mukhlis	
12.	Kord. Kepanjen	Dzanuroini	
13.	Kord. Singosari	Hariyadi	
14.	Kord. . Batu	Dony Wicaksono	
15.	Kord. Slorok	Hadi Priyanto	
16.	Kord. Merjosari	Imam Saudi	
17.	Kord. Turen	Deny Erwin	
18.	Kord. Pakisaji	Shandy Yudha	
19.	Kord Ngantag	M. Sul'am MT	
20.	Bag. Keuangan	Dwi Etik Masalahah	

Tabel 4.1 Susunan Pengurus

5. Produk dan Unit Usaha KJKS KANINDO

a. Unit Jasa Keuangan Syariah

Ditopang oleh 12 (dua belas) kantor layanan yang meliputi : Dau, Pujon, Wajak, Wonosari, Wagir, Kepanjen, Singosari, Batu, Slorok, Turen, Merjosari, Pakisaji, dan akan terus dikembangkan kantor layanan lain di tempat-tempat yang strategis.

Produk- produk simpanan:

1. Simpanan Mudah, Berkah, Manfaat (MUKAFA)
2. Simpanan Berjangka Mudarabah (SIJABAH)
3. Simpanan Pendidikan (SIPINTAR)
4. Simpanan Qurban dan Idul Fitri (QORI)
5. Simpanan Haji (*AROFAH*)
6. Simpanan Aqiqoh dan Walimah (IQOMAH)

Produk-produk Pembiayaan yang dikelola antara lain :

1. Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan dengan prinsip jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati dengan pihak KJKS KANINDO sebagai penjual dan anggota selaku pembeli. Pembayaran dapat dilakukan secara angsuran sesuai dengan kesepakatan bersama.

2. Pembiayaan Mudarabah

Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil dengan nisbah sesuai dengan kesepakatan.

3. Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil yang porsinya disesuaikan dengan porsi penyertaan modal.

4. Pembiayaan Ba'i Bitsaman Ajil

Pembiayaan untuk membeli barang-barang konsumtif atau kendaraan bermotor dimana KJKS KANINDO akan membeli barang tersebut, kemudian dijual kepada anggota atau calon anggota dengan mengambil keuntungan untuk dibayar secara angsur (uang muka minimal 30%).

5. Pembiayaan Qordul Hasan

Pembiayaan yang diberikan KJKS KANINDO dengan pertimbangan dan syarat-syarat khusus untuk kepentingan da'wah, darurat, du'afa, dll.

B. Gambaran Umum Responden

Beberapa karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya adalah jenis kelamin, usia, status, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan. Hasil dari karakteristik responden akan dijelaskan pada tabel-tabel berikut.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner, berikut ini gambaran umum karakteristik responden:

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	
	Jumlah (n)	Persen (%)
Laki-laki	50	46,7%
Perempuan	47	43,9%
Total	99	100%

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 99 responden yang terdiri dari anggota KJKS KANINDO cabang Pakisaji Malang. Perhitungan jumlah responden ini didasarkan pada ketentuan sampel populasi yaitu 10% dari populasi yang ada. Hasil penelitian menggambarkan bahwa proporsi anggota KJKS KANINDO cabang Pakisaji Malang didominasi oleh anggota berjenis kelamin laki-laki. Hal ini dilihat dari keseluruhan responden yang ada, laki-laki sebesar (46,7%) dan perempuan sebesar (43,9%) hal ini menunjukkan populasi anggota laki-laki lebih besar dibandingkan anggota tabungan perempuan.

2. Berdasarkan Usia

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	
	Jumlah (n)	Persen (%)
20 tahun	9	8,4%
20-29 tahun	30	28,0%
30-39 tahun	30	28,0%
40-49 tahun	19	17,8%
50-60 tahun	11	10,3%
Total	99	100%

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Usia merupakan lama kehidupan seseorang yang diukur berdasarkan tahun.¹ Perbedaan usia seseorang dapat menyebabkan perbedaan keinginan, kebutuhan, dan kesukaan terhadap selera dan merek suatu produk. Dari tabel 4.3 menunjukkan bahwa anggota KJKS KANINDO cabang Pakisaji Malang didominasi oleh anggota berusia 20-39 tahun. Hal ini dilihat dari keseluruhan responden yang ada, usia kurang dari 20 tahun sebesar (8,4%), usia 20-29 tahun sebesar (28,0%), usia 30-39 tahun sebesar (28,0%), usia 40-49 tahun sebesar (17,8%), usia 50-60% sebesar (10,3%).

¹ Eka Istikhomah, "Pengaruh Kelompok Acuan dan Pengetahuan terhadap Minat Beli Produk Pangan IPB pada Mahasiswa Program Sarjana", Skripsi, (Bogor: Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia, IPB, 2013).

3. Berdasarkan Status

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Status

Status	Frekuensi	
	Jumlah (n)	Persen (%)
Belum menikah	16	15,0%
Menikah dengan 1 anak	22	41,1%
Menikah dengan 2 anak atau lebih	39	36,4%
Total	99	100%

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Dari tabel 4.4 menunjukkan bahwa proporsi terbesar anggota KJKS KANINDO cabang Pakisaji Malang didominasi oleh anggota dengan status menikah dengan dua anak. Hal ini dilihat dari keseluruhan responden yang ada, belum menikah sebesar (15,0%), menikah dengan satu anak sebesar (41,1%) dan menikah dengan dua anak atau lebih sebesar (36,4%).

4. Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
1	PNS	9	8,4%
2	Swasta	34	31,8%
3	Pelajar/Mahasiswa	18	16,8%
4	Wiraswasta	32	16,8%
5	Lainnya	6	5,6%
	Total	99	100%

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Dari tabel 4.5 menunjukkan bahwa anggota KJKS KANINDO cabang Malang didominasi oleh anggota kalangan swasta (31,8%). Hal ini dilihat dari keseluruhan responden yang ada, PNS sebesar (8,4%), wiraswasta

(16,8%), pelajar/mahasiswa sebesar (16,8%), karyawan swasta sebesar (16,8%), dan lainnya sebesar (5,6%).

5. Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Jumlah	Prosentase
1	Kurang dari 1 juta	10	9,3%
2	1 juta – 2 juta	32	29,9%
3	2 juta – 3 juta	35	32,7%
4	3 juta ke atas	16	15,0%
Total		99	100%

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Dari tabel 4.6 menunjukkan bahwa anggota KJKS KANINDO cabang Pakisaji Malang didominasi oleh anggota dengan pendapatan 1 juta – 2 juta (29,9%). Hal ini dilihat dari keseluruhan responden yang ada, pendapatan kurang dari 1 juta sebesar (9,3%), pendapatan 1 juta – 2 juta sebesar (29,9%), pendapatan 2 juta – 3 juta sebesar (32,7%) dan pendapatan lebih dari 3 juta sebesar (15,0%).

6. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Prosentase
1	SD	4	3,7%
2	SLTP	36	36,6%
3	SLTA	32	29,9%
4	Diploma	21	19,6%
5	Sarjana	6	5,6%
Total		99	100%

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Dari tabel 4.7 menunjukkan bahwa anggota KJKS KANINDO cabang Pakisaji Malang didominasi oleh anggota dengan pendidikan terakhir SLTA. Hal ini dilihat dari keseluruhan responden yang ada, pendidikan terakhir SD sebesar (37,7%), pendidikan terakhir SLTP sebesar (36,6%), pendidikan terakhir SLTA SEBESAR (29,9%), pendidikan terakhir diploma sebesar (19,6%) dan pendidikan terakhir sarjana sebesar (5,6%).

C. Analisis Variabel

a. Deskripsi Variabel Bauran Pemasaran

Pada bagian ini akan dijabarkan mengenai variabel bebas yaitu: variabel *product* (X_1), *price* (X_2), *place* (X_3), *promotion* (X_4) terhadap variabel terikat keputusan anggota (Y).

1. Variabel *Product* (X_1)

Product (produk) adalah kombinasi “barang dan jasa” yang ditawarkan koperasi kepada anggota/calon anggota.

Indikator *product* (X_1) terdiri dari 3 item yaitu:

- a. Keberagaman produk membuat orang tertarik menjadi anggota
- b. Dengan keberadaan produk-produk yang islami, secara tidak langsung menambah pengetahuan agama

- c. Memilih produk tabungan/pembiayaan dengan pemahaman penuh sesuai kebutuhan

Berikut ini tanggapan responden terhadap preferensi produk terhadap KJKS KANINDO cabang Pakisaji Malang.

Tabel 4.8
Distribusi Frekuensi Indikator *Product* ($X_{1.1}$) ($X_{1.2}$) ($X_{1.3}$)

No	Opsir Jawaban	$X_{1.1}$		$X_{1.2}$		$X_{1.3}$	
		Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%
1	Sangat tidak setuju	-	-	-	-	-	-
2	Tidak setuju	-	-	-	-	-	-
3	Netral	5	5,1	14	14,1	3	3,0
4	Setuju	50	50,5	44	44,4	61	61,6
5	Sangat setuju	44	44,4	41	41,4	35	35,4
Mean		4,3939		4,2727		4,3232	

Berdasarkan tabel 4.8 pada pernyataan ($X_{1.1}$) menurut data diketahui sebagian besar responden menjawab setuju, dengan frekuensi 50 atau 50,5%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa keberagaman produk membuat orang tertarik menjadi anggota.

Pernyataan ke dua ($X_{1.2}$) dapat diketahui dari sebagian besar responden menjawab setuju, dengan frekuensi 44 atau 44,4%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa keberadaan produk-produk yang islami, secara tidak langsung menambah pengetahuan agama.

Pernyataan ke tiga ($X_{1,3}$) dapat diketahui dari sebagian besar responden menjawab setuju, dengan frekuensi 61 atau 61,6%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa anggota memilih produk tabungan/pembiayaan dengan pemahaman penuh sesuai kebutuhan.

2. Variabel *Price* (X_2)

Price (harga) adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh anggota untuk mendapatkan produk KJKS KANINDO.

Indikator *product* (X_2) terdiri dari 4 item yaitu:

- a. Biaya yang dikenakan dalam operasional koperasi tergolong rendah
- b. Persentase bagi hasil cukup menguntungkan anggota
- c. Sebelum bertransaksi selalu ada penjelasan mengenai bagi hasil yang nantinya akan didapat
- d. Dalam bertransaksi tidak dikenakan biaya jasa

Tabel 4.9
Distribusi Frekuensi Indikator *Price* ($X_{2,1}$) ($X_{2,2}$) ($X_{2,3}$) ($X_{2,4}$)

No	Opsi Jawaban	$X_{2,1}$		$X_{2,2}$		$X_{2,3}$		$X_{2,4}$	
		Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%
1	Sangat tidak setuju	-	-	-	-	-	-	-	-
2	Tidak setuju	5	5,1	-	-	-	-	-	-
3	Netral	37	37,4	19	19,2	4	4,0	8	8,1
4	Setuju	30	30,3	66	66,7	48	48,5	28	28,3
5	Sangat setuju	27	27,3	14	14,1	47	47,5	63	63,6
	Mean	3,7980		3,9495		4,4343		4,5556	

Berdasarkan tabel 4.9 pada pernyataan ($X_{2.1}$) menurut data diketahui sebagian besar responden menjawab netral, dengan frekuensi 37 atau 37,7%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa rendahnya biaya yang dikenakan dalam operasional koperasi masih diragukan.

Pernyataan ke dua ($X_{2.2}$) dapat diketahui dari sebagian besar responden menjawab setuju, dengan frekuensi 66 atau 66,7%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa persentase bagi hasil cukup menguntungkan anggota.

Pernyataan ke tiga ($X_{2.3}$) dapat diketahui dari sebagian besar responden menjawab sangat setuju, dengan frekuensi 48 atau 48,5%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa sebelum bertransaksi selalu ada penjelasan mengenai bagi hasil yang nantinya akan didapat.

Pernyataan ke empat ($X_{2.4}$) dapat diketahui dari sebagian besar responden menjawab setuju, dengan frekuensi 63 atau 63,6%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa dalam bertransaksi tidak dikenakan biaya jasa.

3. Variabel *Place* (X_3)

Place (tempat) pada KJKS KANINDO cukup strategis, jadi mudah untuk penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

Indikator product (X_3) terdiri dari 3 item yaitu:

- a. Lokasi cukup strategis
- b. Letak koperasi berdekatan dengan rumah atau tempat usaha
- c. Fasilitas ruang tunggu koperasi sangat nyaman

Tabel 4.10
Distribusi Frekuensi Indikator *Place* ($X_{3.1}$) ($X_{3.2}$) ($X_{3.3}$)

No	Opsi Jawaban	$X_{3.1}$		$X_{3.2}$		$X_{3.3}$	
		Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%
1	Sangat tidak setuju	-	-	-	-	2	2,0
2	Tidak setuju	-	-	-	2	4	4,0
3	Netral	4	4,0	38	38,4	32	32,3
4	Setuju	38	37,4	29	29,3	35	35,4
5	Sangat setuju	58	58,6	30	30,3	26	26,3
Mean		4,5455		3,8586		3,7980	

Berdasarkan tabel 4.10 pada pernyataan ($X_{3.1}$) menurut data diketahui sebagian besar responden menjawab sangat setuju, dengan frekuensi 58 atau 58,6%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa lokasi usaha cukup strategis.

Pernyataan ke dua ($X_{3.2}$) dapat diketahui dari sebagian besar responden menjawab netral, dengan frekuensi 38 atau 38,4%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa tidak semua anggota KJKS KANINDO rumah atau tempat usaha berdekatan dengan lokasi KJKS KANINDO.

Pernyataan ke tiga ($X_{3.3}$) dapat diketahui dari sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 35 atau 35,4%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa fasilitas ruang tunggu koperasi sangat nyaman.

4. Variabel *Promotion* (X_4)

Promotion (promosi) adalah banyak kegiatan yang dilakukan oleh KJKS KANINDO untuk menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya dan membujuk konsumen sasaran agar mau menjadi anggota.

Indikator *promotion* (X_4) terdiri dari 3 item yaitu:

- a. Promosi yang dilakukan cukup maksimal
- b. Promosi yang diberikan cukup menguntungkan anggota
- c. Banyak penawaran menarik

Tabel 4.11
Distribusi Frekuensi Indikator *Promotion* ($X_{4.1}$) ($X_{4.2}$) ($X_{4.3}$)

No	Opsi Jawaban	$X_{4.1}$		$X_{4.2}$		$X_{4.3}$	
		Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%
1	Sangat tidak setuju	-	-	5	5,1	-	-
2	Tidak setuju	-	-	-	-	-	-
3	Netral	26	26,3	26	26,3	33	33,3
4	Setuju	37	37,4	37	37,4	46	46,5
5	Sangat setuju	31	31,3	31	31,3	20	20,2
Mean		4,1818		3,8990		3,8687	

Berdasarkan tabel 4.11 pada pernyataan ($X_{4.1}$) menurut data diketahui sebagian besar responden menjawab setuju, dengan frekuensi 37 atau 37,4%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa promosi yang dilakukan cukup maksimal.

Pernyataan ke dua ($X_{4.2}$) dapat diketahui dari sebagian besar responden menjawab setuju, dengan frekuensi 37 atau 37,4%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa promosi yang diberikan cukup menguntungkan anggota.

Pernyataan ke tiga ($X_{4.3}$) dapat diketahui dari sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 46 atau 46,5%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari

responden bahwa banyak penawaran menarik di KJKS KANINDO untuk menunjang promosi.

5. Keputusan Anggota (Y)

Keputusan anggota merupakan suatu pemikiran atau kesepakatan yang diambil seseorang/pihak terkait dalam menentukan suatu keputusan/tindakan untuk memilih KJKS KANINDO sebagai lembaga keuangan yang mereka pilih.

Indikator product (X_4) terdiri dari 3 item yaitu:

- a. Anjuran kerabat
- b. Adanya sistem syariah yang bebas dari unsur riba
- c. Pelayanan yang memuaskan

Tabel 4.12
Distribusi Frekuensi Indikator Keputusan Anggota (Y_1) (Y_2) (Y_3)

No	Opsis Jawaban	Y_1		Y_2		Y_3	
		Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%
1	Sangat tidak setuju	-	-	-	-	-	-
2	Tidak setuju	-	-	-	-	-	-
3	Netral	22	22,2	17	17,2	15	15,2
4	Setuju	48	48,5	33	33,3	37	37,4
5	Sangat setuju	29	29,3	49	49,5	47	47,5
Mean		4,0707		4,3232		4,3232	

Berdasarkan tabel 4.12 pada pernyataan (Y_1) menurut data diketahui sebagian besar responden menjawab sangat setuju, dengan frekuensi 48 atau 48,5%. Dengan demikian dapat

diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa banyak anggota menabung di KJKS KANINDO karena anjuran kerabat.

Pernyataan ke dua (Y_2) dapat diketahui dari sebagian besar responden menjawab sangat setuju, dengan frekuensi 49 atau 49,5%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa adanya sistem syariah yang bebas dari unsur riba sangat mempengaruhi keputusan anggota dalam memilih KJKS KANINDO.

Pernyataan ke tiga (Y_3) dapat diketahui dari sebagian besar responden menjawab sangat setuju, dengan frekuensi 47 atau 47,5%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa pelayanan yang memuaskan mempengaruhi keputusan anggota dalam memilih KJKS KANINDO.

D. Analisis Data

Dalam analisis kuantitatif ini, penulis menggunakan program SPSS untuk menguji validitas dan realibilitas, dan untuk mengukur “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Anggota Dalam Memilih KJKS KANINDO Cabang Pakisaji Malang”.

1. Uji Validitas dan Realibilitas

Perhitungan validitas dan reliabilitas instrumen item masing-masing variabel pada penelitian yang dilakukan menggunakan program *SPSS 16.0 for Windows*.

a. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat. Validitas suatu instrument yang terdapat pada kuisisioner akan menggambarkan tingkat kemampuan alat ukur yang digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran. Pengujian ini akan dilakukan dengan teknik korelasi *product moment person*. Apabila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 keatas, maka faktor tersebut merupakan konstruk yang kuat, sehingga instrumen tersebut bisa dikatakan valid.

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	51.7000	36.853	.615	.911
X1.2	51.8000	36.063	.652	.910
X1.3	51.6000	39.726	.383	.919
X2.1	51.6000	38.674	.554	.914
X2.2	51.9000	34.937	.827	.903

X2.3	51.4500	39.103	.532	.915
X2.4	51.9000	35.358	.772	.905
X3.1	51.6000	38.568	.468	.916
X3.2	52.2500	36.934	.462	.919
X3.3	51.7500	34.618	.920	.900
X4.1	52.1000	34.621	.736	.906
X4.2	52.4000	31.937	.822	.903
X4.3	51.7500	36.092	.721	.907

Dari tabel 4.13 diatas dapat dilihat nilai pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* diketahui bahwa hasil perhitungan dari masing-masing variabel *Product* (X_1), *Price* (X_2), *Place* (X_3), dan *Promotion* (X_4), memiliki koefisien korelasi lebih dari 0,3 sehingga dapat dikatakan bahwa dari seluruh item indikator yang ada pada instrumen dalam penelitian ini valid.

Tabel 4.14
Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Anggota

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	8.5000	1.842	.332	.771
Y2	8.3000	1.379	.598	.420
Y3	8.3000	1.589	.554	.497

Dari tabel 4.14 diatas dapat dilihat nilai pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* diketahui bahwa hasil perhitungan dari masing-masing indikator keputusan anggota (Y) memiliki koefisien korelasi

lebih dari 0,3 sehingga dapat dikatakan bahwa dari seluruh item indikator yang ada pada instrumen dalam penelitian ini valid.

b. Uji Reabilitas

Dalam analisis Uji Realibilitas ini menggunakan analisa *Cronbach Alpha*. Untuk mengetahui soal tersebut realibel atau tidak dilihat pada nilai *Alpha* dicocokkan dengan nilai 0,6. Jika ternyata nilai *Alpha* lebih besar dari 0,6 artinya signifikan atau reliabel.

Tabel 4.15
Hasil Uji Reabilitas Variabel Bauran Pemasaran

Case Processing Summary		N	%
Cases	Valid	20	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	20	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.917	13

Sumber: Data primer yang diolah

Pada tabel 4.15 diatas dapat dilihat pada nilai $Alpha = 0,917$ dicocokkan dengan nilai 0,6 ternyata nilai $Alpha$ lebih besar dari 0,6 artinya signifikan atau reliabel.

Tabel 4.16
Hasil Uji Realibilitas Keputusan Anggota

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	20	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.674	3

Pada tabel 4.16 diatas dapat dilihat pada nilai $Alpha = 0,674$ dicocokkan dengan nilai 0,6 ternyata nilai $Alpha$ lebih besar dari 0,6 artinya signifikan atau reliabel.

2. Analisis Kuantitatif

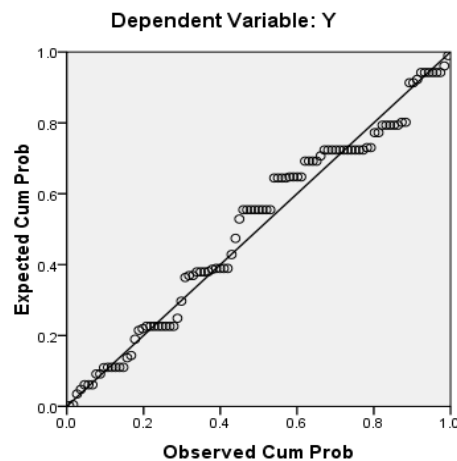
a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik Normal P-P *Plot of regression standardized residual*. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.²

Grafik 4.2
Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



² Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2012), 144.

Analisis: Pada grafik 4.2 diatas, normal plot terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa grafik dibawah menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Multikolonieritas

Dalam pembahasan ini metode pengujian yang digunakan yaitu dengan melihat nilai *inflation faktor* (VIF) pada model regresi, pada umumnya jika terdapat variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikoleniaritas antar variabel bebas dalam model regresi.³

Tabel 4.17
Hasil Uji Multikolonielitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.542	1.128		.481	.632		
X1	.079	.077	.067	1.036	.303	.596	1.678
X2	.127	.067	.116	1.892	.062	.662	1.512
X3	.136	.063	.149	2.172	.032	.523	1.910
X4	.616	.057	.715	10.731	.000	.557	1.796

a. Dependent Variable: Y

³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, 57.

Pada tabel 4.17 hasil uji *multikolinieritas* terlihat bahwa tidak ada *multikolinieritas* pada masing-masing variable bebas dimana nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10 , sehingga dapat diketahui bahwa model regresi yang digunakan bebas dari *multikolinieritas*.

3) Uji *Heteroskedastisitas*

Uji *heteroskedastisitas* bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* data yang ada. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengalami gejala *heteroskedastisitas*.

Metode ini dilakukan dengan cara melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik di atas di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$).⁴

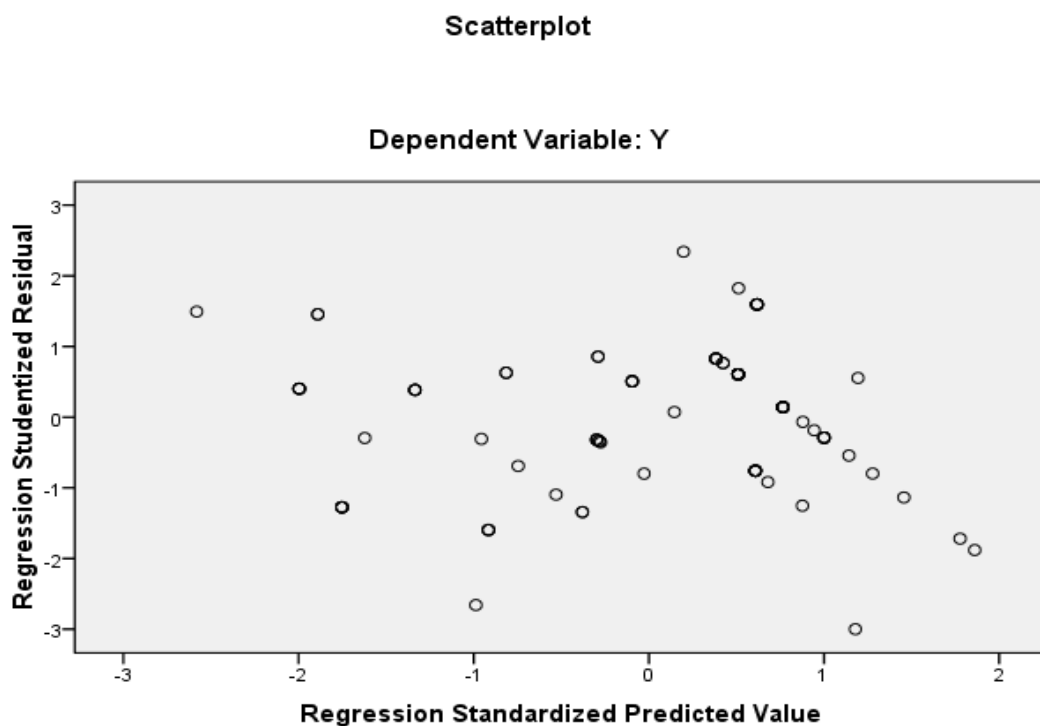
Dasar pengambilan keputusan:

- a) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi *Heteroskedastisitas*.

⁴ Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, 158.

- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi *Heteroskedasitas*.

Grafik 4.3
Hasil Uji Heteroskedasitas



Analisis: Dari grafik 4.3 diatas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi *Heteroskedasitas* pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk prediksi keputusan anggota berdasar masukan variabel independenya.

4) Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besar kontribusi variabel bebas (*product* (X_1), *price* (X_2), *place* (X_3), *promotion* (X_4)) terhadap variabel terikat (keputusan anggota (Y)) digunakan nilai R^2 , nilai R^2 seperti dalam Tabel 4.dibawah ini:

Tabel 4.18
Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.876 ^a	.768	.758	.85493

a. Predictors: (Constant), X_4 , X_1 , X_2 , X_3

Dari analisis pada table 4.18 diperoleh hasil R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0,768. Artinya bahwa 76,8% variabel keputusan anggota akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu *product* (X_1), *price* (X_2), *place* (X_3), *promotion* (X_4), sedangkan sisanya 25,2% variabel keputusan anggota akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk memeriksa kuatnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Persamaan regresi linier

berganda merupakan persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas. Dengan menggunakan SPSS 16.0 *for windows* didapat model regresi seperti pada tabel.

Tabel 4.19
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.542	1.128		.481	.632
X1	.079	.077	.067	1.036	.303
X2	.127	.067	.116	1.892	.062
X3	.136	.063	.149	2.172	.032
X4	.616	.057	.715	10.731	.000

a. Dependent Variable: Y

Analisis: Berdasarkan perhitungan regresi linier berganda antara *Product* (X_1), *Price* (X_2), *Place* (X_3), dan *Promotion* (X_4) terhadap keputusan anggota (Y) dengan dibantu program SPSS dalam proses penghitungannya dapat diperoleh hasil persamaan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4$$

$$Y = 0,542 + 0,079x_1 + 0,127x_2 + 0,136x_3 + 0,616x_4$$

Hasil persamaan *regresi berganda* tersebut diatas memberikan pengertian bahwa:

- 1) Nilai konstanta (a) adalah 0,542 (berpengaruh), jika tidak dipengaruhi oleh *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion* nilainya adalah 0 maka pengaruh terhadap keputusan anggota nilainya negatif.
- 2) Nilai dari koefesien regresi (b_1) sebesar 0,079 dengan bernilai positif, dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel *product* (X_1), maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap keputusan anggota sebesar 0,079.
- 3) Nilai dari koefesien regresi (b_2) sebesar 0,127 dengan bernilai positif, dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel *price* (X_2), maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap keputusan anggota sebesar 0,127.
- 4) Nilai dari koefesien regresi (b_3) sebesar 0,136 dengan bernilai positif, dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel *place* (X_3), maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap keputusan anggota sebesar 0,136.
- 5) Nilai dari koefesien regresi (b_4) sebesar 0,616 dengan bernilai positif, dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel *promotion* (X_4), maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap keputusan anggota sebesar 0,616.

c. Pengajuan Hipotesis

1. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama (simultan) koefisien variabel bebas *product* (X_1), *price* (X_2), *plise* (X_3), *promotion* (X_4), mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat (keputusan anggota (Y)).⁵

Untuk lebih jelasnya mengenai hasil dari uji F dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.20
Hasil Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	227.375	4	56.844	77.771	.000 ^a
	Residual	68.706	94	.731		
	Total	296.081	98			

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.20, *Degree of freedom* pada angka 4 dan 94 dalam F tabel diperoleh sebesar 2,47. Hasil uji F di atas dapat diketahui bahwa F hitung menunjukkan nilai sebesar 77,771 (signifikansi F 0,000), jadi F hitung > F tabel ($77,771 > 2,47$) atau signifikasi F < 0,05 ($0,000 < 0,05$).

⁵ Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Pemasaran*, 182.

Hal ini dapat diartikan bahwa secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan anggota (Y). Maka hipotesis menyatakan ada pengaruh secara signifikan bauran pemasaran secara simultan terhadap keputusan anggota KJKS KANINDO cabang Pakisaji Malang.

2. Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.⁶ Untuk lebih jelasnya mengenai hasil dari uji dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.21
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.542	1.128		.481	.632
X1	.079	.077	.067	1.036	.303
X2	.127	.067	.116	1.892	.062
X3	.136	.063	.149	2.172	.032
X4	.616	.057	.715	10.731	.000

a. Dependent Variable: Y

Dari hasil pengujian t pada tabel 4.19 membandingkan nilai t hitung dan t tabel apabila t hitung > t tabel dengan *signifikansi* 0,05

⁶ *Ibid.*, 182.

(5%), maka secara parsial indikator bebas berpengaruh signifikan terhadap indikator terikat, begitu juga sebaliknya apabila t hitung $< t$ tabel dengan signifikansi 0,05 (5%), maka secara parsial indikator bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap indikator terikat.

Dengan membandingkan t tabel, dengan $N = 99$, $\alpha = 0,05$. Hasil uji t dijelaskan sebagai berikut :

- a) Indikator *product* (X_1) nilai t hitung sebesar $1,036 < \text{nilai } t \text{ tabel } 1,66055$ dan nilai $p = 0,303 > 0,05$, maka (H_2) yang menyatakan tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel *product* terhadap keputusan anggota dalam memilih KJKS KANINDO cabang Pakisaji Malang.
- b) Indikator *price* (X_2) nilai t hitung sebesar $1,892 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1,66055$ dan nilai $p = 0,062 > 0,05$, maka (H_3) yang menyatakan tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel *price* terhadap keputusan anggota dalam memilih KJKS KANINDO cabang Pakisaji Malang.
- c) Indikator *place* (X_3) nilai t hitung sebesar $2,172 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1,66055$ dan nilai $p = 0,032 > 0,05$, maka (H_4) yang menyatakan tidak ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel *place* terhadap keputusan anggota dalam memilih KJKS KANINDO cabang Pakisaji Malang.

d) Indikator *promotion* (X_4) nilai t hitung sebesar $10,731 >$ nilai t tabel $1,66055$ dan nilai $p = 0,000 < 0,05$, maka (H_5) yang menyatakan ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel *promotion* terhadap keputusan anggota dalam memilih KJKS KANINDO cabang Pakisaji Malang.

Jadi dapat ditarik kesimpulan dari variabel *Product*, *Price*, *Place*, berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan anggota, sedangkan variabel *promotion* berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota dalam memilih KJKS KANINDO cabang Pakisaji Malang.

E. Pembahasan Data Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan dari hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa variabel bebas bauran pemasaran yang terdiri dari *product* (X_1), *price* (X_2), *place* (X_3), *promotion* (X_4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan anggota secara simultan. Pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel bebas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Product (Produk)

Hipotesis (X_1) yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Diduga ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel *product* terhadap keputusan anggota KJKS KANINDO cabang Pakisaji

Malang”. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh bahwa hipotesis (X_1) terbukti.

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi variabel (X_1) maka akan mendorong kenaikan (Y). Jika dilihat dari *koefisien regresi beta* 0,079 atau 7,9% yang berarti bahwa telah terjadi perubahan keputusan nasabah (Y) sebesar 7,9% yang disebabkan oleh *product*.

Sedangkan *distribusi frekuensi item indikator product* (X_1) tertinggi jawaban responden terletak pada *item product* ($X_{1.1}$) dengan nilai rata-rata 4,3939. Hal ini menunjukkan bahwa anggota koperasi memutuskan menjadi anggota KJKS KANINDO karena keberagaman produk KJKS KANINDO cabang Pakisaji Malang membuat orang tertarik menjadi anggota.

2. *Price* (Harga)

Hipotesis (X_2) yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Diduga ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel *price* terhadap keputusan anggota KJKS KANINDO cabang Pakisaji Malang”. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh bahwa hipotesis (X_2) tidak terbukti.

Dilihat dari *koefisien regresi beta* 0,127 atau 12,7% yang berarti bahwa telah terjadi perubahan keputusan anggota sebesar 12,7% yang disebabkan oleh variabel *price*. Sedangkan distribusi frekuensi item indikator *price* (X_2) tertinggi jawaban responden terletak pada item dalam bertransaksi (menabung/melakukan pembiayaan) KJKS

KANINDO tidak mengenakan biaya jasa ($X_{2.4}$) dengan nilai rata-rata 4,5556. Hal ini menunjukkan bahwa anggota koperasi memutuskan menjadi anggota KJKS KANINDO cabang Pakisaji Malang.

Oleh karena itu KJKS KANINDO diharapkan untuk tetap tidak mengenakan biaya jasa agar anggota tetap loyal.

3. Place (Tempat)

Hipotesis (X_3) yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Diduga ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial terhadap keputusan loyalitas anggota KJKS KANINDO cabang Pakisaji Malang”. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh bahwa hipotesis (X_3) tidak terbukti.

Jika dilihat dari *koefisien regresi beta* 0,136 atau 13,6% yang berarti bahwa telah terjadi perubahan keputusan anggota sebesar 13,6% yang disebabkan oleh variabel *place*. Sedangkan *distribusi frekuensi item place* (X_3) tertinggi jawaban responden terletak pada item lokasi cukup strategis ($X_{3.1}$) dengan nilai rata-rata 4,5455. Hal ini menunjukkan bahwa anggota koperasi memutuskan menjadi anggota KJKS KANINDO cabang Pakisaji Malang karena lokasi KJKS KANINDO cukup strategis dan mudah dijangkau.

Oleh karena itu KJKS KANINDO diharapkan untuk tetap mempertahankan lokasi yang strategis agar mudah dijangkau anggota/calon anggota.

4. *Promotion* (Promosi)

Hipotesis (X_3) yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Diduga ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel *promotion* terhadap keputusan anggota KJKS KANINDO cabang Pakisaji Malang”. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh bahwa hipotesis (X_3) terbukti. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi/meningkat variabel X_4 maka akan mendorong kenaikan Y .

Jika dilihat dari *koefisien regresi beta* 0,616 atau 61,6% yang berarti bahwa telah terjadi perubahan anggota sebesar 61,6% yang disebabkan oleh variabel *promotion*. Sedangkan *distribusi frekuensi item indikator promotion* (X_4) tertinggi jawaban responden terletak pada item promosi yang dilakukan cukup maksimal ($X_{4.1}$) dengan nilai rata-rata 4,1818. Hal ini menunjukkan bahwa anggota koperasi memutuskan menjadi anggota KJKS KANINDO cabang Pakisaji Malang karena adanya promosi-promosi yang dilakukan oleh KJKS KANINDO.

Oleh karena itu KJKS KANINDO diharapkan untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan strategi promosi yang sudah dilakukan saat ini agar semakin banyak orang yang ingin menjadi anggota.