HUBUNGAN *EXCELLENT SERVICE, PRODUCT QUALITY*, DAN *REVENUE SHARING* TERHADAP PREFERENSI MENJADI ANGGOTA SIMPANAN BERJANGKA *MUḌĀRABAH* DI KSPPS MUAMALAH BERKAH SEJAHTERA SURABAYA

SKRIPSI

Oleh :

RISA PUTO CHASANAH

NIM : G04214029

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

SURABAYA

2018

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Risa Puto Chasanah

NIM : G04214029

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Hubungan *Excellent Service, Product Quality,* dan *Revenue Sharing* terhadap Preferensi Menjadi Anggota Simpanan Berjangka *Muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya,18 Januari 2018

Saya yang menyatakan,

METERAI TEMPEL

6000

ENAM RIBU RUPIAH

Risa Puto Chasanah

NIM. G04214029

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Risa Puto Chasanah NIM. G04214029 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 18 Januari 2018

Pembimbing,

Samsul Anam, MM.

NIP. 196803072008011017

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Risa Puto Chasanah NIM. G04214029 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Kamis, 25 Januari 2018, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi :

Penguji I,

Samsul Anam, MM.
NIP. 196803072008011017

Penguji II,

H. Abdul Hakim, M.EI.
NIP.197008042005011003

Penguji III,

Hj. Nurlailah, MM.
NIP. 196205222000032001

Penguji IV,

Mohammad Khusnu Milad, M.MT.
NIP. 197901292014031002

Surabaya, 25 Januari 2018

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Dekan,

Prof. Akh. Muzakki, M.Ag, Grad. Dip.SEA, M.Phil, Ph. D

NIP. 197402091998031002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama	:	Risa Puto Chasanah
NIM	:	G04214029
Fakultas/Jurusan	:	Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail address	:	risaputo23@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Hubungan *Excellent Service*, *Product Quality*, dan *Revenue Sharing* terhadap Preferensi menjadi Anggota Simpanan Berjangka *Mudārabah* Di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 07 Februari 2018

Penulis

(Risa Puto Chasanah)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul **"Hubungan *Excellent Service, Product Quality,* dan *Revenue Sharing* terhadap Preferensi Menjadi Anggota Simpanan Berjangka *Muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya"** ini merupakan hasil penelitian kuantitatif yang bertujuan menjawab pertanyaan tentang Apakah terdapat hubungan antara *excellent service* terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya, Apakah terdapat hubungan antara *product quality* terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya, Apakah terdapat hubungan antara *revenue sharing* terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya, dan Apakah terdapat hubungan antara *excellent service, product quality,* dan *revenue sharing* terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif asosiatif. Pengumpulan data primer dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan sampel yaitu 19 orang anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya. Untuk menganalisis digunakan sebuah alat analisis yaitu SPSS Versi 19.0. Sedangkan data sekunder berasal dari data simpanan dan buku Rapat Anggota Tahunan Tahun Buku 2014-2016. Metode analisis untuk uji instrumen pernyataan dengan uji validitas dan reliabilitas, uji hipotesis dengan uji korelasi produk moment (uji parsial) dan uji korelasi ganda (uji simultan), dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian yang diperoleh, uji validitas dan reliabilitas dinyatakan valid dan reliabel. Koefisien korelasi *excellent service* sebesar 0,755*, product quality* sebesar 0,513*, revenue sharing* sebesar 0,690, dan preferensi sebesar 0,831. Artinya secara parsial masing-masing variabel berhubungan positif terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya. Begitu pula secara simultan ketiga variabel berhubungan sangat kuat dan positif terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya. Nilai *R square* 0,690 berarti ketiga variabel tersebut memengaruhi preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya sebesar 69% sedangkan 31% dijelaskan oleh variabel lain.

Dari hasil penelitian, saran yang dapat diberikan adalah pengurus KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya agar meningkatkan nilai *excellent service, product quality,* dan *revenue sharing* dikarenakan menurut hasil penelitian ketiga nilai tersebut memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap preferensi sebagai upaya dalam meningkatkan jumlah anggota simpanan berjangka *muḍārabah.*

Keyword : *Excellent Service, Product Quality, Revenue Sharing,* Preferensi Konsumen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i
PERNYATAAN KEASLIAN ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI v
ABSTRAK vi
DAFTAR ISI..... viii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xi
BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 9
C. Tujuan Penelitian 10
D. Kegunaan Hasil Penelitian.....10
BAB II KAJIAN PUSTAKA
A. Landasan Teori 12
1. Teori *Excellent Service* 12
2. Teori *Product Quality* 14
3. Teori *Revenue Sharing* 17
4. Teori Preferensi Konsumen 24
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan 31
C. Kerangka Konseptual 38
D. Hipotesis 39
BAB III METODE PENELITIAN
A. Jenis Penelitian 45
B. Waktu dan Tempat Penelitian 45
C. Populasi dan Sampel Penelitian 45

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Variabel Penelitian 46
E. Definisi Operasional 47
F. Uji Validitas dan Reliabilitas 48
G. Data dan Sumber Data 50
1. Jenis Data 50
2. Sumber Data 50
H. Teknik Pengumpulan Data 50
I. Teknik Analisis Data 51
1. Uji Korelasi Produk Moment 52
2. Uji Korelasi Ganda 53
BAB IV HASIL PENELITIAN
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian 56
1. Lokasi Penelitian 56
2. Karakteristik Responden 60
B. Analisis Data 65
BAB V PEMBAHASAN 83
BAB VI PENUTUP
A. Simpulan 89
B. Saran 90
DAFTAR PUSTAKA 91
LAMPIRAN-LAMPIRAN
BIODATA PENULIS

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

1.1 Persentase Bagi Hasil KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya 3
1.2 Data Keanggotaan KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya 4
1.3 Data Anggota Simpanan KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya 5
1.4 Data Jumlah Simpanan KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya 6
3.1 Definisi Operasional Variabel 47
3.2 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi 51
4.1 Data Keanggotaan KSPSS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya 59
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 60
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 61
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 62
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 63
4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota 64
4.7 Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian Variabel Preferensi 65
4.8 Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian Variabel *Excellent Service* .. 66
4.9 Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian Variabel *Product Quality* 67
4.10 Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian Variabel *Revenue Sharing* . 68
4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Preferensi (Y) 69
4.12 Hasil Uji Validitas Variabel *Excellent Service* (X1) 70
4.13 Hasil Uji Validitas Variabel *Product Quality* (X2) 71
4.14 Hasil Uji Validitas Variabel *Revenue Sharing* (X3) 72
4.15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Preferensi (Y) 73
4.16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Excellent Service* (X1) 74
4.17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Product Quality* (X2) 75
4.18 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Revenue Sharing* (X3) 76
4.19 Hasil Uji Korelasi Produk Moment (*Correlations*) 77
4.20 Hasil Uji Korelasi Ganda (*Model Summary*) 81

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

2.1 Alur Bagi Hasil Simpanan Berjangka *Muḍārabah* 21

2.2 Kerangka Konseptual 39

4.1 Struktur Organisasi KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya 59

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pergerakan koperasi di Indonesia mengadakan Kongres Koperasi yang pertama di Tasikmalaya pada tanggal 12 Juli 1947 yang kemudian ditetapkan sebagai Hari Koperasi Indonesia. Seiring perkembangannya, koperasi berbasis Islam muncul di Indonesia yang diprakarsai oleh paguyuban dagang yang dikenal dengan nama SDI (Serikat Dagang Islam) oleh Haji Samanhudi di Solo Jawa Tengah, yang kemudian dikenal dengan nama koperasi *sharī'ah*. Kelahiran koperasi *sharī'ah* di Indonesia dilandasi oleh Keputusan Menteri (Kepmen) Koperasi dan UKM Republik Indonesia Nomor 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tanggal 10 September 2004 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan *sharī'ah*.[1] "Koperasi *sharī'ah* adalah usaha ekonomi yang terorganisir secara mantap, demokratis, otonom partisipatif, dan berwatak sosial yang operasionalnya menggunakan prinsip-prinsip yang mengusung etika moral dengan memerhatikan halal atau haramnya sebuah usaha yang dijalankannya sebagaimana diajarkan dalam agama Islam."[2]

Pada dasarnya perkembangan koperasi *sharī'ah* di Indonesia telah muncul sejak tahun 1990 lebih tepatnya saat pasca reformasi semangat ekonomi

[1] Ali Hamdan dan Saifuddin, *Koperasi sharī'*ah (Surabaya : STAINA PRESS, 2015), 7.
[2] Nur S. Buchori, *Koperasi sharī'ah* (Sidoarjo : Kelompok Masmedia Buana Pustaka, 2009), 12.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sharī'ah dan koperasi *sharī'ah* muncul kembali di negeri ini. Kemudian disahkan Undang-Undang RI nomor 25 tahun 1992 pada tanggal 12 Oktober 1992 tentang perkoperasian oleh presiden Soeharto. Berdasarkan undang-undang tersebut maka berhak menggunakan badan hukum koperasi.

Koperasi *sharī'ah* merupakan lembaga keuangan yang melaksanakan perantara keuangan dari pihak-pihak yang kelebihan dana kepada pihak-pihak lain yang membutuhkan dana berdasarkan prinsip-prinsip ajaran agama Islam, di antara prinsip-prinsip tersebut yang paling utama adalah tidak diperkenankannya koperasi *sharī'ah* untuk meminta atau memberikan bunga kepada nasabahnya. Koperasi *sharī'ah* memiliki produk atau jasa yang tidak akan ditemukan dalam operasi koperasi konvensional. Prinsip-prinsip seperti *mushārakah, muḍārabah, murābaḥah* dan sebagainya tidak memuat adanya prinsip bunga seperti yang dikembangkan oleh koperasi konvensional.

Koperasi *sharī'ah* memunyai banyak keunggulan karena tidak hanya berdasarkan pada *sharī'ah* saja sehingga transaksi dan aktivitasnya menjadi halal, tetapi sifatnya yang terbuka dan tidak mengkhususkan diri bagi nasabah muslim saja, tetapi juga bagi nonmuslim. Akan tetapi koperasi *sharī'ah* masih memunyai banyak kendala, antara lain masih banyaknya masyarakat yang takut untuk menabung di koperasi *sharī'ah* dikarenakan minimnya pemahaman masyarakat mengenai prinsip-prinsip di dunia perkoperasian. Ini merupakan tantangan yang harus diselesaikan bagi koperasi *sharī'ah*.

Dalam persaingan industri keuangan yang sedemikian kompetitif, koperasi *sharī'ah* senantiasa berupaya untuk meningkatkan profitabilitasnya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melalui berbagai cara. Salah satu cara yang dapat ditempuh adalah meningkatkan penghimpunan dana (*funding*) yang berasal dari masyarakat berupa simpanan. Simpanan terdiri dari beberapa produk diantaranya simpanan pokok, simpanan wajib, simpanan sukarela *muḍārabah,* simpanan regular *muḍārabah*, simpanan berjangka *muḍārabah,* dan simpanan *waḍi'ah.* Simpanan berjangka *muḍārabah* merupakan salah satu produk simpanan dalam penghimpunan dana yang dimiliki oleh koperasi *sharī'ah* dengan dengan sistem bagi hasil yang menggunakan akad *muḍārabah muṭlāqah* yaitu tidak dibatasi bagi *muḍārib* untuk mengelola dana simpanan tersebut, namun tetap harus berdasarkan prinsip-prinsip *sharī'ah*. Berikut tabel persentase bagi hasil di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

Tabel 1.1

Persentase Bagi Hasil KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya

No	Produk Simpanan	Nisbah (%)	
		Anggota	KSPPS
1	Simpanan sukarela *muḍārabah*	20	80
2	Simpanan regular *muḍārabah*	20	80
3	Simpanan berjangka *muḍārabah* 1 bulan	45	55
4	Simpanan berjangka *muḍārabah* 3 bulan	48	52
5	Simpanan berjangka *muḍārabah* 6 bulan	50	50
6	Simpanan berjangka *muḍārabah* 12 bulan	55	45

Data diolah secara manual, 2017

Sumber : Manager KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya, Wawancara, 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dapat dilihat dari tabel tersebut, bahwa produk simpanan berjangka *muḍārabah* memiliki sistem bagi hasil yang kompetitif dibandingkan produk simpanan lainnya. Namun bagi hasil yang kompetitif tersebut sepertinya belum mampu secara maksimal untuk mengikat preferensi anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya untuk menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah*. Dilihat dari jumlah anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera yang sudah dapat dikatakan banyak seperti digambarkan pada tabel 1.2 berikut.

Tabel 1.2

Data Keanggotaan KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya

No	Keanggotaan	Tahun		
		2014	2015	2016
1	Anggota	35 orang	64 orang	330 orang
2	Calon anggota	660 orang	437 orang	242 orang

Data diolah secara manual, 2017

Sumber : KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya, Buku Rapat Anggota Tahunan Tahun Buku 2014-2016.

Belum banyak yang memilih produk simpanan berjangka *muḍārabah.* Hal tersebut diketahui dari tabel data anggota simpanan KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya seperti berikut ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 1.3

Data Anggota Simpanan KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya

No	Produk Simpanan	Tahun		
		2014	2015	2016
1	Simpanan *waḍī'ah*	1 orang	1 orang	1 orang
2	Simpanan sukarela *muḍārabah*	32 orang	44 orang	118 orang
3	Simpanan regular *muḍārabah*	676 orang	623 orang	579 orang
4	Simpanan berjangka *muḍārabah*	7 orang	11 orang	14 orang

Data diolah secara manual, 2017

Sumber : KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya, Data Simpanan, 2014-2016.

Seperti dilihat dari tabel 1.3 bahwa jumlah anggota simpanan berjangka *muḍārabah* masih sedikit dibandingkan anggota simpanan lainnya seperti simpanan sukarela *muḍārabah* dan simpanan regular *muḍārabah*. Padahal dapat dilihat pada tabel 1.4 simpanan berjangka *muḍārabah* merupakan satu diantara produk simpanan lainnya yang memiliki kontribusi besar dalam permodalan KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya. Dapat diartikan bahwa simpanan berjangka *muḍārabah* dapat meningkatkan profitabilitas KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya. Hal tersebut dapat dilihat dari besarnya simpanan berjangka *muḍārabah* dibandingkan dengan produk simpanan lainnya. Selain itu simpanan berjangka *muḍārabah* merupakan produk yang tepat digunakan untuk disalurkan sebagai sarana membuka sebuah usaha prospektif karena jangka waktu pengambilan simpanan yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

cukup lama yakni minimal sekitar 1 bulan, lebih tepatnya disarankan oleh pihak koperasi dengan jangka waktu minimal 3 bulan.[3] Berikut ini tabel data jumlah simpanan KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

Tabel 1.4

Data Jumlah Simpanan KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya

No	Produk Simpanan	Tahun		
		2014	2015	2016
1	Simpanan pokok	68.500.000	1.280.000	6.600.000
2	Simpanan wajib	136.250.000	252.258.698	349.922.135
3	Simpanan *waḍī'ah*	5.900.000	300.000	300.000
4	Simpanan sukarela *muḍārabah*	139.204.748	129.694.995	220.331.416
5	Simpanan regular *muḍārabah*	224.692.009	363.577.399	191.337.796
6	Simpanan berjangka *muḍārabah*	462.000.000	525.000.000	717.500.000

Data diolah secara manual, 2017

Sumber : KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya, Data Simpanan dan buku Rapat Anggota Tahunan Tahun Buku 2014-2016.

Hal ini yang menyebabkan munculnya persaingan antar lembaga keuangan *sharī'ah* dalam mendapatkan profitabilitas bagi masing-masing koperasi *sharī'ah*. Profitabilitas yang tinggi dapat dicapai jika produk yang memiliki kontribusi besar dalam peningkatannya seperti simpanan berjangka

[3] Ketua KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera, *Wawancara,* 20 September 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

muḍārabah dapat dipasarkan dengan baik di masyarakat. Tujuan pemasaran produk ialah melayani kebutuhan serta keinginan konsumen, tetapi untuk mengetahui kebutuhan serta keinginan konsumen bukan merupakan perkara mudah. Diperlukan melakukan indentifikasi faktor-faktor yang berhubungan dengan preferensi konsumen, sebab preferensi memiliki hubungan erat dengan permasalahan penetapan pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi (Kotler, 1997). Karena itu penting untuk mengetahui serta memahami preferensi konsumen yang menjadi sasaran pemasaran. Preferensi konsumen berhubungan dengan beberapa faktor, oleh karenanya dilakukan identifikasi faktor-faktor yang berhubungan dengan preferensi seseorang memutuskan untuk memilih dan tidak memilih suatu produk yang dimiliki oleh sebuah koperasi *sharī'ah* guna menarik dan mempertahankan anggota atau calon anggota untuk menjadi anggota suatu produk. Pemikiran tersebut sejalan dengan penelitian mengenai preferensi yang dilakukan Finna Putri Barna (2010), Lutfi Majid (2016), Dewi Andriani dan Azuar Juliandi (2008).

Eris Tri Kurniawati (2012), Raihanah Daulay (2010), Ali Mahmudi (2015) melakukan penelitian tentang variabel atau faktor yang memengaruhi minat dalam melakukan simpanan dan investasi. Dalam penelitian tersebut ada beberapa faktor yang diambil oleh peneliti, diantaranya ialah faktor pelayanan (*service*) yang berpengaruh signifikan dan positif.

Ali Mahmudi (2015), Asraf (2014) melakukan penelitian tentang variabel atau faktor yang memengaruhi keputusan untuk menabung atau melakukan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

simpanan. Dalam penelitian tersebut ada beberapa faktor yang diambil oleh peneliti, diantaranya ialah faktor kualitas produk (*product quality*) yang berpengaruh signifikan dan positif. Sedangkan dalam penelitian lain yang dilakukan Olivia Firda Yuanita (2017), mengatakan bahwa faktor kualitas produk (*product quality*) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap preferensi untuk menggunakan suatu produk belum kongklusif mengingat tidak semua penelitian mendapat hasil yang sama.

Ahmad Roziq dan Rinanda Fitri Diptyanti (2013), Nisa Lidya Muliawati dan Tatik Maryati (2015), Yustitia Agil Reswari dan Ahim Abdurahim (2010), Eris Tri Kurniawati (2012), Raihanah Daulay (2010) melakukan penelitian tentang variabel atau faktor yang memengaruhi simpanan *muḍārabah.* Dalam penelitian tersebut ada beberapa faktor yang diambil oleh peneliti, diantaranya ialah faktor bagi hasil yang berpengaruh signifikan dan positif.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti ingin mengembangkan penelitian dari faktor yang berhubungan dengan preferensi anggota untuk menabung diantaranya pelayanan (*service*), kualitas produk (*product quality*), dan bagi hasil yang akan dilakukan di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya. Berdasarkan uraian di atas peneliti memberikan judul tentang "Hubungan *Excellent Service, Product Quality,* dan *Revenue Sharing* terhadap Preferensi Menjadi Anggota Simpanan Berjangka *Muḍārabah* Di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya."

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, penulis mengidentifikasi masalah penelitian "Hubungan *excellent service, product quality,* dan *revenue sharing* terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya" dalam pernyataan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat hubungan antara *excellent service* terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya?
2. Apakah terdapat hubungan antara *product quality* terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya?
3. Apakah terdapat hubungan antara *revenue sharing* terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya?
4. Apakah terdapat hubungan antara *excellent service, product quality,* dan *revenue sharing* terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan dalam penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *excellent service* terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *product quality* terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *revenue sharing* terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *excellent service, product quality,* dan *revenue sharing* terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Kegunaan hasil atau manfaat dari penelitian ini ialah :

1. Kegunaan Teoritis

   Dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu ekonomi Islam khususnya ilmu perilaku konsumen mengenai faktor-faktor yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berhubungan dengan preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah*.

2. Kegunaan Praktis
   a. Dapat memberikan solusi terhadap permasalahan KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya yang mana memiliki jumlah anggota simpanan berjangka *muḍārabah* yang terbilang rendah.
   b. Dapat menumbuhkan semangat anggota untuk menggunakan produk simpanan berjangka *muḍārabah* yang terdapat di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.
   c. Dapat mengembangkan program pemerintah mengenai ekonomi Islam yang tengah merebak di Indonesia.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori *Excellent Service*

Pada sebuah usaha atau perusahaan dibutuhkan pelayanan prima untuk menarik konsumen produk maupun jasa, yang dewasa ini dikenal dengan *excellent service.* Menurut Keegan dan Warren (2003) "pelayanan adalah suatu paradigma yang merupakan semangat dari perusahaan, sikap untuk menyokong dan memenangkan persaingan masa depan."[1] Definisi pelayanan prima (*excellent* service) yang disampaikan oleh beberapa tokoh, diantaranya :

a. Menurut Kumadji et al (2015)

   "Pelayanan prima (*Excellent Service*) ialah tindakan yang berkaitan dengan jasa pelayanan yang dilaksanakan oleh karyawan perusahaan dalam upaya untuk memberikan kepuasan dan menumbuhkan kepercayaan pihak pelanggan (konsumen)."[2]

b. Menurut Prasetyorini (2003)

---

[1] Raihah Daulay, "Analisis Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank *Sharīah* di Kota Medan", *Jurnal Manajemen & Bisnis*, Volume 10 Nomor 01 (April, 2010), 4.

[2] Anisa Mirandha Hapsari et al, "Pengaruh *Excellent Service* terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB),* Volume 1 Nomor 2 (Januari, 2015), 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Pelayanan prima (*excellent service/customer care*) secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik, atau pelayanan yang terbaik."[3]

c. Menurut Barata (2004)

"Pelayanan prima (*excellent service*) adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dari mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu royal kepada perusahaan."[4]

Adapun unsur pokok pelayanan prima (*excellent service*) menurut Fandy Tjiptono (2002) yang dijadikan indikator pengukuran dalam penelitian ini, diantaranya :[5]

a. Kecepatan waktu pelayanan, termasuk didalamnya waktu untuk menunggu selama transaksi maupun proses pembayaran. Kecepatan waktu pelayanan dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk juga pada kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

b. Ketepatan pelayanan, yaitu meminimalkan kesalahan dalam pelayanan maupun transaksi. Komponen didalamnya merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.

---

[3] Handini Khaerunnisa, "Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Nasabah", *Jurnal Studia Akuntansi dan Bisnis,* Volume 1 Nomer 1 (2013-2014), 48.
[4] Ibid., 49.
[5] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Keramahan dalam wujud sopan santun dan keramahan ketika memberikan pelayanan. Dari pelayanan yang ramah akan membangun nilai positif konsumen.

d. Kenyaman konsumen, yaitu seperti lokasi, tempat parkir, ruang tunggu yang nyaman, aspek kebersihan, ketersediaan informasi, dan lain sebagainya. Pentingnya kenyamanan konsumen ini akan menumbuhkan *image* penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Perusahaan yang tidak memerhatikan fasilitas fisiknya akan merusak *image* perusahaan.

Pengurus dan pengawas berkewajiban untuk memberikan pelayanan prima (*excellent service*) pada anggota koperasi *sharī'ah* agar dapat menciptakan dan meningkatkan kualitas hubungan yang lebih baik demi pengadaan pengingkatan jumlah anggota.

2. Teori *Product Quality*

"Produk ialah *A product that are anything that can be offered to a market to satisfy awant or need."* (Philip Kotler, 1997:430). Artinya "produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen."[6] Sedangkan dalam definisi lain, "*product is a set of tangible and intangible attributes, including packaging, color, price, manufacturer's prestige, retailer's prestige, and manufacturer's and retail's service, which the buyer may*

[6] Buchari Alma, *Kewirausahaan,* (Bandung : Alfabeta, 2016), 206.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

accept as offering want satisfaction." (W.J. Stanto, 1981:192). Artinya yang dikatakan "produk ialah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk di dalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (pengecer), dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer, yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya."[7]

"Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat."[8]

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) arti dari "kualitas produk (*product quality*) adalah "*the ability of a product to perform its functions, it includes the product's overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*" yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memeragakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya."[9]

Menurut Tjiptono (2000), kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan. Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui

---

[7] Ibid.
[8] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management Thirteenth Edition,* (Jakarta : Erlangga, 2009), 143.
[9] Ali Mahmudi, "Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung di BMT Tumang Cabang Salatiga" (Skripsi--IAIN Salatiga, 2015), 22.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dimensi-dimensinya sebagai faktor yang memengaruhi *product quality* untuk dijadikan indikator pengukuran dalam penelitian ini, antara lain :[10]

a. *Performance* (kinerja), hal ini berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.
b. *Features* (fitur), yaitu aspek formasi yang berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan gambarannya.
c. *Reliability* (reliabilitas), hal yang berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.
d. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), hal ini berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.
e. *Durability* (daya tahan), yaitu suatu refleksi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai barang.
f. *Serviceability* (kemampuan), yaitu karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, kompetensi, kemudahan, dan akurasi dalam memberikan layanan untuk perbaikan barang.

[10] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

g. *Aesthetics* (estetika), merupakan karakteristik yang bersifat subjektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual.

h. *Perceived quality* (kesan kualitas), konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap menngenai atribut-atribut produk. Namun demikian, biasanya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung.

Kualitas produk harus terus konsisten dan mengutamakan kepuasan pemakai produk agar konsumen terus bertahan pada produk tersebut. Kualitas produk dalam konteks Islam sendiri lebih menekankan diferensiasi produk *sharī'ah* dengan kualitas produk berlabel halal (bebas riba) bila dibandingkan dengan produk pasar konvensional. Maka dari itu perlu adanya strategi diferensiasi produk yang merupakan strategi penting yang dilakukan untuk membedakan produk dengan produk milik pesaing. Diferensiasi produk dapat diambil dalam atribut produk. Dengan kelengkapan atribut produk semacam itu maka konsumen akan menjadi merasa lebi mantab dan yakin akan kemampuan produk tersebut serta tidak lepas dari unsur gengsi atau status sosialnya.[11]

3. Teori *Revenue Sharing*

Dalam lembaga keuangan *sharī'ah* tidak mengenal bunga pada simpanan, namun menggunakan prinsip bagi hasil. Sebab bunga ialah

[11] Indriyo Gitosudarmo, *Pengantar Bisnis,* (Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta, 1999), 185.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

riba dan hukumnya haram, seperti telah dijelaskan oleh beberapa firman Allah berikut.[12]

Firman Allah dalam surah An-Nisa' ayat 161 :

وَاَ خْذِ هِمُ ا لرِّ باَ وَقَدْ نُهُوا عَنْهُ وَاَ كْلِهِمْ اَ مْوَا لَ النَّا سِ بِا لْبَا طِلِ

"Dan disebabkan mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dari jalan yang batil."

Firman Allah dalam surah Ali Imran ayat 130 :

يَا اَيُّهَا الَّذِ ينَ اَمَنُوا لاَ تَا كُلوُا الرِّ بَا ا ضْعَا فاً مُضَا عَفَةً

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda."

Menurut Al-Qardhawi (2001), "Bagi hasil adalah dimana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dimana bagi hasil mensyaratkan kerjasama pemilik modal dengan usaha/kerja untuk kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, sekaligus untuk masyarakat."[13] Dalam pendistribusian bagi hasil dijelaskan oleh Fatwa DSN No.15/DSN-MUI/IX/2000 menyatakan tentang Prinsip Distribusi Hasil Usaha dalam sebuah lembaga keuangan *sharī'ah* dengan ketentuan antara lain :[14]

---

[12] Imam Mustofa, *Fiqih Mu'amalah Kontemporer,* (Jakarta : Rajawali Pers, 2016), 17.
[13] Raihah Daulay, "Analisis Pelayanan dan…", 4.
[14] Nur S. Buchori, *Koperasi Sharīah* (Sidoarjo : Kelompok Masmedia Buana Pustaka, 2009), 189.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Pada dasarnya, lembaga keuangan mikro *sharī'ah* (LKMS) boleh menggunakan prinsip bagi hasil (*revenue sharing*) maupun bagi untung (*profit sharing*) dalam pembagian hasil usaha dengan mitranya.
b. Dilihat dari segi kemasalahatan (*al-asḥālah*), pembagian hasil usaha sebaiknya digunakan prinsip bagi hasil (*revenue sharing*).

Dari segi perhitungan, penggunaan *profit sharing* lebih rumit dikarenakan lembaga keuangan *sharī'ah* tersebut harus memerhitungkan pendapatan dan biaya-biaya yang digunakan dalam mengelola usaha. Metode perhitungan *profit sharing* seperti berikut.[15]

$$\boxed{\frac{Saldo\ Rata - Rata\ Anggota}{Saldo\ Total} \times Persentase\ Nisbah \times (Pendapatan - Total\ Beban)}$$

Namun demikian lebih mudah dengan menggunakan *revenue sharing* untuk pembagian hasil dikarenakan pendapatan dapat langsung didistribusikan. Metode perhitungan *revenue sharing* seperti berikut.[16]

$$\boxed{\frac{Saldo\ Rata - Rata\ Anggota}{Saldo\ Total} \times Persentase\ Nisbah \times Pendapatan}$$

[15] Ismail, *Perbankan Sharī'ah,* (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2014), 99.
[16] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Contoh perhitungan

Diketahui :

Jumlah pendapatan operasional koperasi 2016 Rp. 535.000

Jumlah distribusi bagi hasil koperasi 2016 Rp. 139.000

Jumlah beban operasional koperasi 2016 Rp. 297.000

Perhitungan nisbah dengan *profit sharing,*

$$\frac{Bagi\ Hasil}{Pendapatan - Beban} \times 100\% = \frac{139.000}{535.000 - 297.000} \times 100\%$$

$$= \frac{139.000}{238.000} = 58\%$$

Maka, bagi hasil antara anggota dengan koperasi ialah 58 : 42. Persentase bagi hasil yang didapatkan anggota lebih besar dibandingkan koperasi dikarenakan sudah dikurangi nilai beban.

Perhitungan nisbah dengan *revenue sharing,*

$$\frac{Bagi\ Hasil}{Pendapatan} \times 100\% = \frac{139.000}{535.000} \times 100\% = 26\%$$

Maka, bagi hasil antara anggota dengan koperasi ialah 26 : 74. Persentase bagi hasil yang didapatkan anggota lebih kecil dibandingkan koperasi dikarenakan belum dikurangi nilai beban yang masih ditanggung koperasi.

Perhitungan porsi bagi hasil yang didapatkan tiap anggota,

Bila bapak A memiliki simpanan berjangka *muḍārabah* dengan saldo rata-rata Rp. 10.000.000 dan saldo total simpanan berjangka jangka

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

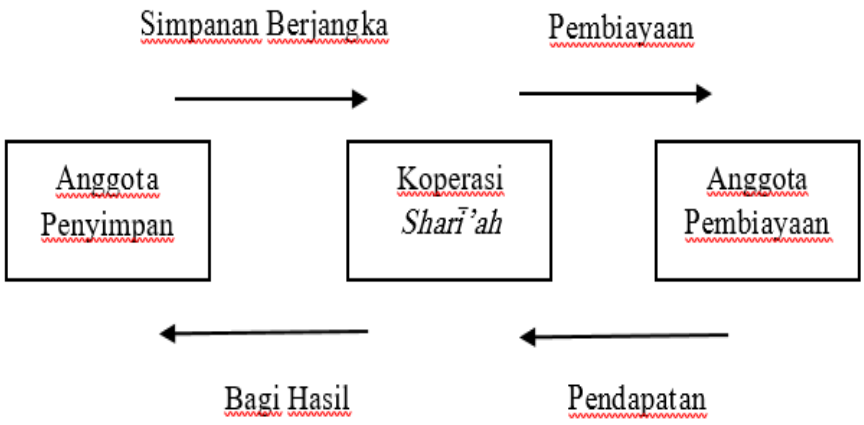
waktu satu bulan adalah Rp. 90.000.000. Maka *profit sharing* yang diterima anggota.

$$\frac{10.000.000}{90.000.000} \times 58\% \times (535.000 - 297.000) = 15.337,78$$

Sedangkan *revenue sharing revenue sharing* yang diterima anggota.

$$\frac{10.000.000}{90.000.000} \times 26\% \times 535.000 = 180.000 = 15.455,56$$

Maka dari itu digunakan *revenue sharing* sebagai metode bagi hasil. Proses bagi hasil pada simpanan berjangka *muḍārabah,* seperti digambarkan dalam gambar berikut.



Sumber : Nur S Buchori, Koperasi *Sharī'ah,* 2009.

Gambar 2.1 Alur Bagi Hasil Simpanan Berjangka *Muḍārabah*

Pada gambar 2.1 dijelaskan alur bagi hasil simpanan berjangka *muḍārabah.* Anggota penyimpan menyimpan dana dengan produk simpanan berjangka di koperasi *sharī'ah* kemudian disalurkan dengan produk pembiayaan kepada anggota pembiayaan. Dari hasil pembiayaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut mendapatkan pendapatan yang diberikan kepada koperasi *sharī'ah* untuk dihitung berdasarkan nisbah yang disepakati di awal akad, kemudian diberikan bagi hasil kepada anggota penyimpan.

Berdasarkan Standar Operasional Prosedur (SOP) KJKS dan UJKS Koperasi, dalam sub bab standar jenis penghimpunan dana *muḍārabah*, dana yang berasal dari simpanan berjangka anggota/calon anggota dimana atas investasi dana tersebut anggota/calon anggota memeroleh bagi hasil. Investasi dari anggota dan calon anggota menggunakan akad *muḍārabah mutlāqah* artinya anggota/calon anggota menyerahkan sepenuhnya investasi dana tersebut kepada KJKS atau UJKS koperasi untuk dikelola yang mana menggunakan sistem *revenue sharing* atau berbagi hasil pendapatan.[17]

Definisi *revenue sharing* menurut bahasa dari Bahasa Inggris yang terdiri dari dua kata yaitu *revenue* yang berarti hasil, penghasilan, pendapatan. *Sharing* yang berarti bentuk kata kerja dari share yang berarti bagi atau bagian. *Revenue sharing* berarti pembagian hasil, penghasilan, atau pendapatan.[18] Secara istilah "*revenue sharing* adalah bagi hasil yang diterima oleh anggota/calon anggota atas investasi dana tersebut adalah metode bagi pendapatan." Dimana penetapan porsi nisbah bagi hasil *muḍārabah* disepakati di awal antara pihak

[17] KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera, *Standar Operasional Prosedur (SOP) Pengelolaan Usaha KJKS Dan UJKS Koperasi,* (Surabaya : KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera), 61.
[18] Safaruddin Munthe, "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Menabung pada Tabungan *Muḍārabah* di Bank Muamalat Cabang Balai Kota," (Tesis--IAIN Sumatera Utara, 2014), 35.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

anggota/calon anggota dengan KJKS atau UJKS Koperasi. [19] Bagi hasil dalam *revenue sharing* dihitung dengan mengalikan nisbah yang disepakati dengan pendapatan bruto. Disyaratkan bagi hasil harus dengan persentase bukan berupa nominal. Berkaitan dengan ini Ibnu Mundzir mengatakan :

"Ahli ilmu (ulama) bersepakat bahwa apabila salah satu pihak atau para pihak yang terlibat dalam *muḍārabah* mensyaratkan keuntungan dalam jumlah nominal tertentu, maka *muḍārabah* semacam ini batal."[20]

Menurut Syafii Antonio (2001), terdapat faktor-faktor yang memengaruhi bagi hasil (*revenue sharing*) yang dijadikan indikator pengukuran dalam penelitian ini, adalah :[21]

a. *Investment rate* merupakan persentase aktual dana yang diinvestasikan dari total dana. Jika lembaga menentukan *investment rate* sebesar 80%, hal ini berarti 20% dari total dana dialokasikan untuk memenuhi likuiditas.
b. Jumlah dana yang tersedia untuk diinvestasikan merupakan jumlah dana dari berbagai sumber dana yang tersedia untuk diinvestasikan. Dana tersebut dapat dihitung dengan menggunakan salah satu metode ini yaitu rata-rata saldo minimum bulanan atau rata-rata total saldo harian.

---

[19] KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera, *Standar Operasional…*, 61.
[20] Imam Mustofa, *Fiqih Mu'amalah…*, 157.
[21] Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Sharī'ah dari Teori ke Praktik* (Jakarta : Gema Insani, 2001), 139.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Nisbah yang harus ditentukan dan disetujui pada awal perjanjian. Sedangkan faktor tidak langsungnya dipengaruhi oleh penetuan butir-butir pendapatan dan biaya *muḍārabah* dan kebijakan akunting (prinsip dan metode akunting).

4. **Teori Preferensi Konsumen**

Preferensi konsumen merupakan salah satu bentuk perilaku konsumen dalam kegiatan konsumsi yang dilakukan. Studi perilaku konsumen terpusat pada cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi.[22] Definisi perilaku konsumen menurut para ahli adalah seperti berikut ini :

a. Menurut Kotler dan Keller (2009)

"Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka."[23]

b. Menurut Lamb, Hair dan McDaniel (2001)

"Perilaku konsumen adalah proses pelanggan dalam membuat keputusan membeli, menggunakan barang-barang dan jasa yang

[22] Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen* (Jakarta : PT INDEKS, 2008), 6.
[23] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing …*, 166.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dibeli, juga faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk atau jasa."[24]

c. Menurut Morissan, MA (2010)

"Perilaku konsumen merupakan kegiatan dan proses yang dilalui oleh seseorang ketika mencari, memilih, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang suatu produk atau jasa yang nantinya akan digunakan untuk memenuhi serta memuaskan kebutuhan dan keinginannya."[25]

d. Menurut Mowen dan Minor (2002)

"Perilaku konsumen merupakan studi tentang unit pembelian (*buying unit*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi berbagai produk, jasa pengalaman, serta ide-ide."[26]

Konsumen dapat merupakan seorang individu maupun suatu organisasi, mereka memiliki peran yang berbeda dalam perilaku konsumsi, mereka mungkin berperan sebagai *initiator, influencer, buyer, payer* atau *user.*

Adapun faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen menurut Kotler (2002) ialah sebagai berikut :[27]

---

[24] Raihah Daulay, "Analisis Pelayanan dan …", 2.

[25] Olivia Firda Yuanita, "Pengaruh Produk, Kualitas Jasa, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Nasabah Penabung" (Skripsi--IAIN Surakarta, 2017), 7.

[26] Dewi Andriani dan Azuar Juliandi, "Preferensi Masyarakat Kota Medan terhadap Bank *Sharīah*", *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, Volume 8 Nomor 2 (September, 2008), 27.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Faktor budaya

Faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling meluas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Variabel ini memunyai karteristik yaitu kultur, sub kultur, dan kelas sosial.

b. Faktor sosial

Perilaku seseorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial. Variabel ini memunyai karakteristik diantaranya kelompok acuan, keluarga, peran, dan status.

c. Faktor pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh faktor pribadi. Variabel ini memunyai karakteristik yaitu usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep pribadi.

d. Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologis. Variabel ini memunyai karakteristik diantaranya motivasi, persepsi, pengetahuan, kepercayaan dan sikap pendirian.

Sebagaimana telah dijelaskan mengenai perilaku konsumen, definisi dari preferensi sendiri beragam. Dalam kamus ekonomi preferensi sebagai perilaku konsumen didefinisikan, preferensi adalah beberapa pilihan (*choice*) yang dibuat oleh konsumen atas produk-produk yang dikonsumsi. Disini konsumen akan menentukan produk-produk yang

[27]Olivia Firda Yuanita, "Pengaruh Produk, Kualitas…", 19.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akan dibeli dari pendapatan mereka yang terbatas dan juga dari permintaan (*demand*) untuk produk-produk. Bersamaan dengan produk-produk apa yang akan dibeli, para konsumen juga akan menyatakan preferensi terhadap merek dagang (*brand*) tertentu dari suatu produk yang dibeli.[28]

Definisi preferensi menurut Kotler (1997) adalah "pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada."[29]

Menurut Tumpal Rumapea (1994), "Preferensi adalah pilihan-pilihan yang dibuat oleh para konsumen atas produk-produk yang dikonsumsi. Kekuatan preferensi konsumen akan menentukan produk-produk apa yang mereka beli dari pendapatan mereka yang terbatas, dan juga permintaan (*demand*) untuk produk-produk.[30]

Untuk mengukur variabel preferensi yang merupakan pilihan terhadap suatu produk yang dikonsumsi, mengacu pada indikator pengambilan keputusan menurut Kotler (2000), yaitu :[31]

---

[28] Lutfi Majid, "Pengaruh Religiositas dan Promosi terhadap Preferensi Anggota dalam Memilih Produk Simpanan *Wadi'ah ya ad-ḍāmanah* di Koperasi Jasa Keuangan *Sharī'ah* (KJKS) Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Umbulraharjo Yogyakarta" (Skripsi—Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2016), 3.

[29] Dyah Panuntun Utami, "Analisis Pilihan Konsumen dalam Mengkonsumsi Beras Organik di Kabupaten Sragen", *Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian,* Volume 7 Nomor 1 (2011), 44.

[30] Finna Putri Barna, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Bank *Sharīah* (Studi Kasus pada Bank Mega *Sharīah* KCP Panglima Polim)" (Skripsi--UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2010), 42.

[31] Asraf, "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Menyimpan Dana di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasaman Barat dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderator", *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi,* Volume 2 Nomor 1 (Januari 2014), 63.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Pengenalan masalah kebutuhan

Dalam proses ini, pembeli mengenali masalah kebutuhannya. Pemasar penting untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan konsumen atau masalah yang timbul dibenak konsumen, apa yang menyebabkan masalah itu muncul dan bagaimana kebutuhan atau masalah itu dapat menyebabkan seseorang akan mencari produk tersebut.

b. Pencarian informasi

Seorang konsumen akan tergerak untuk mencari informasi lebih banyak. Jumlah informasi yang ingin diketahui seorang konsumen tergantung pada kekuatan dorongan kebutuhannya, banyaknya informasi yang telah dimilikinya, kemudahan memperoleh informasi tambahan, penilaiannya terhadap informasi tambahan dan kepuasan apa yang diperolehnya dari kegiatan mencari informasi tersebut.

c. Evaluasi alternatif

Konsumen mencari manfaat dari suatu produk dan membandingkannya dengan produk lainnya dalam rangka memilih produk mana yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan kemampuan untuk membeli.

d. Keputusan pembelian/pemilihan

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu persepsi konsumen tentang produk atau merek yang dipilih dan pengaruh sikap orang lain dan situasi yang tidak terduga. Seorang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konsumen akan melaksanakan keinginannya untuk membeli sesuatu akan membuat lima macam sub keputusan pembelian, antara lain keputusan tentang merek, keputusan pembelian dari siapa, keputusan tentang jumlah, keputusan tentang waktu pembelian dan keputusan tentang cara pembayaran.

e. Perilaku pasca pembelian/pemilihan

Pada tahap ini pembeli akan merasakan kepuasan atau ketidakpuasan. Perasaan ini akan menentukan perilaku selanjutnya dari konsumen apakah dia akan *loyal* atau tidak. Apakah akan membeli ulang atau tidak. Apakah dia akan memberitahu hal yang positif bagi orang lain atau sebaliknya justru memberitahu hal yang negatif.

Preferensi muncul diawali dengan adanya kesadaran akan kebutuhan yang mendorong adanya pilihan sebagai konsumen. Begitu juga preferensi konsumen dalam berinvestasi di produk simpanan berjangka *muḍārabah* yang didasari atas kesadaran agar tidak membiarkan harta yang dimilikinya tertimbun menganggur, karena harta yang tertimbun akan habis dimakan zakat. Daripada itu konsumen memilih untuk mengedarkan harta tersebut dengan cara menginvestasikannya. Larangan menimbun harta dijelaskan pula dalam sebuah hadis Ahmad dan Baihaqi :[32]

[32] Muhammad Sharif Chaundhry, *Sistem Ekonomi Islam (Fundamental of Islamic Economic System) Edisi Pertama,* Suherman Rosyidi, (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2014), 108.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Aisyah melaporkan bahwa Rasulullah SAW bersabda : Dunia ini adalah tempat tinggal orang yang tidak punya tempat tinggal, harta bagi orang yang tidak punya harta, dan orang yang tidak punya kebijaksanaan sehingga menimbunnya."

Menurut Kotler dan Keller, segmen preferensi terbagi menjadi tiga diantaranya :[33]

a. Preferensi homogen, ada ketika semua konsumen mempunyai preferensi yang hampir sama; pasar tidak menunjukkan segmen alami.
b. Preferensi terdifusi, mempunyai preferensi yang sangat bervariasi. Jika ada beberapa merek di pasar, masing-masing ingin memposisikan diri di dalam ruang persaingan dan memerlihatkan perbedaan nyata untuk menyesuaikan diri dengan perbedaan dalam preferensi konsumen.
c. Preferensi kelompok, dihasilkan ketika segmen pasar alami muncul dari kelompok konsumen dengan preferensi yang sama.

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

[33] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing ...,* 229.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berikut ini adalah daftar penelitian terdahulu terkait dengan "Hubungan *Excellent Service, Product Quality,* dan *Revenue Sharing* terhadap Preferensi Menjadi Anggota Simpanan Berjangka *Muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya"

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Roziq dan Rinanda Fitri Diptyanti dengan judul "Variable Penentu Dalam Keputusan Memilih Tabungan Muḍārabah pada Bank *Sharī'ah* Mandiri Cabang Jember" bertujuan untuk mengetahui apakah tingkat kepercayaan, pengembalian hasil, kesesuaian hukum *sharī'ah* dan promosi berpengaruh dalam membedakan keputusan nasabah dan non-nasabah dalam memilih dan tidak memilih tabungan *muḍārabah*. Objek yang menjadi bahan penelitian yaitu Bank *Sharī'ah* Mandiri Cabang Jember. Sampel dari penelitian yaitu nasabah yang memiliki tabungan *muḍārabah* sebanyak 75 responden, dilakukan penelitian pada tahun 2013.Variabel dalam penelitian ini diantaranya tingkat kepercayaan, pengembalian hasil, kesesuaian hukum *sharī'ah* dan promosi. Hasil penelitian dengan metode analisis diskriminan menunjukkan secara parsial tingkat kepercayaan, pengembalian hasil, kesesuaian hukum *sharī'ah* dan promosi berpengaruh signifikan. Letak perbedaan dengan penelitian penulis ialah variabel tingkat kepercayaan, kesesuaian hukum *sharī'ah* dan promosi , sedangkan letak persamaannya ialah variabel pengembalian hasil .
2. Penelitian yang dilakukan oleh Nida Lidya Muliawati dan Tatik Maryati dengan judul "Analisis Pengaruh Inflasi, Kurs, Suku bunga, dan Bagi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hasil terhadap Deposito pada PT. Bank *Sharī'ah* Mandiri 2007-2012" bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh inflasi, kurs, tingkat BI dan bagi hasil yang proporsional dari deposito *muḍārabah* pada Bank *Sharī'ah* Mandiri. Objek yang menjadi bahan penelitian yaitu Bank *Sharī'ah* Mandiri. Dilakukan penelitian pada tahun 2013.Variabel dalam penelitian ini diantaranya inflasi, suku bunga deposito bank umum, nilai tukar rupiah terhadap dollar AS, bagi hasil. Hasil penelitian dengan metode regresi linear multiple menunjukkan secara simultan inflasi, kurs, suku bunga dan bagi hasil berpengaruh signifikan. Secara parsial inflasi, kurs, suku bunga tidak berpengaruh signifikan sedangkan bagi hasil berpengaruh signifikan. Letak perbedaan dengan penelitian penulis ialah inflasi, kurs, Suku bunga, sedangkan letak persamaannya ialah bagi hasil.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Yustitia Agil Reswari dan Ahim Abdurahim dengan judul "Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Jumlah Bagi Hasil, dan LQ 45 terhadap Simpanan *Muḍārabah* pada Bank *Sharī'ah* di Indonesia" bertujuan untuk mengetahui pengaruh suku bunga, jumlah bagi hasil, dan LQ 45 terhadap simpanan Bank *Sharī'ah* di Indonesia. Objek yang menjadi bahan penelitian yaitu Bank *Sharī'ah* di Indonesia. Dilakukan penelitian pada tahun 2010. Variabel dalam penelitian ini diantaranya tingkat suku bunga, jumlah bagi hasil, dan LQ 45. Hasil penelitian dengan metode *Multiple Linier Regression* menunjukkan secara simultan tingkat suku bunga, jumlah bagi hasil, dan LQ 45

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berpengaruh signifikan. Secara parsial tingkat suku bunga tidak berpengaruh signifikan sedangkan jumlah bagi hasil dan LQ 45 berpengaruh signifikan. Letak perbedaan dengan penelitian penulis ialah tingkat suku bunga dan LQ45 , sedangkan letak persamaannya ialah jumlah bagi hasil.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Eris Tri Kurniawati dengan judul "Analisis Pengaruh Profitabilitas Sistem Bagi Hasil dan Kualitas Layanan Bank terhadap Minat Nasabah Berinvestasi (Studi Kasus pada Bank Muamalat Cabang Malang)" bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas sistem bagi hasil dan kualitas layanan bank terhadap minat nasabah berinvestasi. Objek yang menjadi bahan penelitian yaitu Bank Muamalat Cabang Malang. Sampel dari penelitian yaitu nasabah dana pihak ketiga pada Bank Umum *Sharī'ah* di kota Malang, dilakukan penelitian pada tahun 2012. Variabel dalam penelitian ini diantaranya profitabilitas sistem bagi hasil dan kualitas layanan bank. Hasil penelitian dengan metode analisis regresi linear berganda menunjukkan secara simultan profitabilitas sistem bagi hasil dan kualitas layanan bank berpengaruh signifikan. Secara parsial masing-masing profitabilitas sistem bagi hasil dan kualitas layanan bank berpengaruh signifikan . Letak perbedaan dengan penelitian penulis ialah tempat penelitian dan tambahan satu variabel yaitu *product quality*, sedangkan letak persamaannya ialah bagi hasil dan kualitas layanan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Penelitian yang dilakukan oleh Raihanah Daulay dengan judul "Analisis Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank *Sharī'ah* di Kota Medan" bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan bagi hasil terhadap keputusan menabung nasabah. Objek yang menjadi bahan penelitian yaitu Bank *Sharī'ah* di Kota Medan. Sampel dari penelitian yaitu nasabah pada Bank *Sharī'ah* di Kota Medan sebanyak 300 responden, dilakukan penelitian pada tahun 2010. Variabel dalam penelitian ini diantaranya pelayanan dan bagi hasil. Hasil penelitian dengan metode *double regression analysis* menunjukkan secara simultan pelayanan dan bagi hasil berpengaruh signifikan. Secara parsial masing-masing pelayanan dan bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah. Letak perbedaan dengan penelitian penulis ialah tempat penelitian dan tambahan satu variabel yaitu *product quality*, sedangkan letak persamaannya ialah pelayanan dan bagi hasil.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Ali Mahmudi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung di BMT Tumang Cabang Salatiga" bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap minat menabung di BMT Tumang cabang Salatiga. Objek yang menjadi bahan penelitian yaitu BMT Tumang cabang Salatiga. Sampel dari penelitian yaitu nasabah tabungan sebanyak 95 responden, dilakukan penelitian pada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tahun 2015. Variabel dalam penelitian ini diantaranya kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan. Hasil penelitian dengan metode analisis regresi linear berganda menunjukkan secara simultan kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan. Secara parsial masing-masing kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di BMT Tumang Cabang Salatiga. Letak perbedaan dengan penelitian penulis ialah tempat penelitian dan tambahan satu variabel yaitu *revenue sharing*, sedangkan letak persamaannya ialah kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Asraf dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Menyimpan Dana di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasaman Barat dengan Religiositas sebagai Variabel Moderator" bertujuan untuk melihat bagaimana kualitas produk mempengaruhi keputusan konsumen dalam memutuskan menyimpan dana di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasaman Barat dan melihat pula apakah religiositas nasabah berperan sebagai variabel moderator. Objek yang menjadi bahan penelitian yaitu Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasaman Barat. Sampel dari penelitian yaitu nasabah penyimpan dana di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasan Barat sebanyak 275 responden, dilakukan penelitian pada tahun 2014. Variabel dalam penelitian ini diantaranya kualitas produk dan religiositas. Hasil penelitian dengan metode *Moderated Regression Analysis* (MRA)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menunjukkan secara simultan kualitas produk dan religiositas berpengaruh signifikan. Secara parsial masing-masing kualitas produk dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menyimpan dana di Bank Muamalat Pasaman Barat. Letak perbedaan dengan penelitian penulis ialah religiositas, sedangkan letak persamaannya ialah kualitas produk.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Olivia Firda Yuanita dengan judul "Pengaruh Produk, Kualitas Jasa, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Nasabah Penabung (Studi pada BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pasar Kranji, Lamongan, Jawa Timur)" bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, kualitas jasa, promosi dan lokasi terhadap masyarakat memilih BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pasar Kranji, Lamongan, Jawa Timur. Objek yang menjadi bahan penelitian yaitu BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pasar Kranji, Lamongan, Jawa Timur. Sampel dari penelitian yaitu nasabah BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pasar Kranji, Lamongan Jawa Timur. Sebanyak 90 responden, dilakukan penelitian pada tahun 2017. Variabel dalam penelitian ini diantaranya produk, kualitas jasa, promosi dan lokasi. Hasil penelitian dengan metode uji hipotesis dengan uji instrumen data, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji f dan koefesien determinasi (R^2) menunjukkan secara parsial produk, kualitas jasa, promosi tidak berpengaruh signifikan sedangkan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pasar Kranji,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Lamongan, Jawa Timur. Letak perbedaan dengan penelitian penulis ialah kualitas jasa, promosi dan lokasi, sedangkan letak persamaannya ialah produk.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Lutfi Majid dengan judul "Pengaruh Religiusitas dan Promosi terhadap Preferensi Anggota dalam Memilih Produk Simpanan *Wadi'ah ya ad-ḍāmanah* di Koperasi Jasa Keuangan *Sharī'ah* (KJKS) Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Umbulraharjo Yogyakarta" bertujuan untuk membuktikan secara empiris baik simultan maupun parsial pengaruh religiositas dan promosi terhadap preferensi anggota dalam memilih produk simpanan *wadi'ah ya ad-ḍāmanah* di Koperasi Jasa Keuangan *Sharī'ah* (KJKS) Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Umbulraharjo Yogyakarta. Objek yang menjadi bahan penelitian yaitu Koperasi Jasa Keuangan *Sharī'ah* (KJKS) Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Umbulraharjo Yogyakarta. Sampel dari penelitian yaitu anggota Koperasi Jasa Keuangan *Sharī'ah* (KJKS) Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Umbulraharjo Yogyakarta, dilakukan penelitian pada tahun 2016. Variabel dalam penelitian ini diantaranya religiositas dan promosi. Hasil penelitian dengan metode analisis desktiprif responden, analisisi statistic deskriptif variabel, uji asumsi regresi linear berganda, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis menunjukkan secara parsial religiositas dan promosi berpengaruh signifikan, dan secara simultan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berpengaruh signifikan. Letak perbedaan dengan penelitian penulis ialah variabel x, sedangkan letak persamaannya ialah preferensi (variabel y).

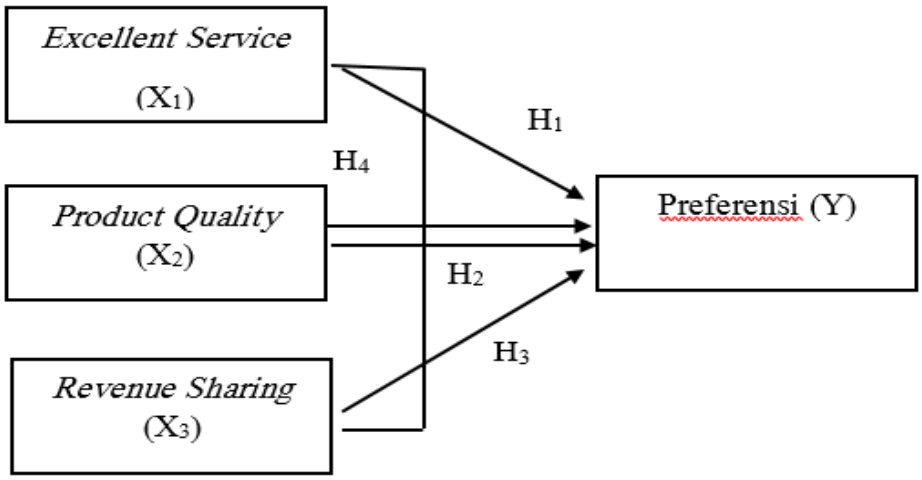
10. Penelitian yang dilakukan oleh Finna Putri Barna dengan judul "Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Preferensi Nasabah Bank *Sharī'ah* (Studi Kasus Pada Bank Mega Syariah KCP Panglima Polim)" bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi preferensi nasabah untuk menggunakan produk jasa Bank *Sharī'ah*. Objek yang menjadi bahan penelitian yaitu Bank Mega Syariah KCP Panglima Polim. Sampel dari penelitian yaitu nabah Bank Mega Syariah KCP Panglima Polim , dilakukan penelitian pada tahun 2010. Variabel dalam penelitian ini diantaranya SDM, *sharī'ah,* lokasi, sikap terhdap fatwa, sosial, produk dan fasilitas, merek. Hasil penelitian dengan metode analisis faktor menunjukkan secara parsial SDM yang meliputi pelayanan berpengaruh signifikan dominan. Letak perbedaan dengan penelitian penulis ialah faktor *sharī'ah,* lokasi, sikap terhadap fatwa, sosial, dan merek, sedangkan letak persamaannya ialah faktor SDM (pelayanan), produk, dan preferensi (variabel y).

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dirancang untuk dapat lebih memahami mengenai konsep penelitian dan arah dari hubungan antara variabel independen dan dependen. Dimana peneliti akan menggunakan metode parsial maupun

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

simultan. Kerangka konseptual yang diterapkan dari peneliti dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

Gambar 2.2 di atas menjelaskan mengenai konsep penelitian secara parsial pada setiap variabel independen dimana variabel *excellent service* berhubungan signifikan terhadap preferensi, *product quality* berhubungan signifikan terhadap preferensi, r*evenue sharing* berhubungan signifikan terhadap preferensi. Sedangkan konsep penelitian secara simultan pada seluruh variabel independen *excellent service*, *product quality,* dan *revenue sharing* berhubungan signifikan terhadap preferensi.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah proporsi atau dugaan yang menjelaskan suatu fenomena yang belum terbukti kebenarannya sehingga perlu diuji secara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

empiris untuk memberikan kebenarannya (Zikmund dalam Istijanto, 2005).[34]

Berdasarkan kerangka konseptual, maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

1. Hubungan *excellent service* terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

   Menurut Barata (2004), "Pelayanan prima (*excellent service*) adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dari mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu royal kepada perusahaan." Sejalan dengan penelitian Eris Tri Kurniawati (2012), Raihanah Daulay (2010), Ali Mahmudi (2015) melakukan penelitian tentang variabel atau faktor yang memengaruhi minat dalam melakukan simpanan dan investasi. Dalam penelitian tersebut ada beberapa faktor yang diambil oleh peneliti, diantaranya ialah faktor pelayanan (*service*) yang berpengaruh signifikan dan positif.

   Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dirumuskan hipotesis :

   H_0 : *excellent service* secara parsial tidak berhubungan signifikan terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

[34] Ali Mahmudi, "Pengaruh Kualitas Produk…", 36.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H_1 : *excellent service* secara parsial berhubungan signifikan terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

Dengan dugaan sementara, berkaitan dengan rumusan masalah maka hasil keputusan adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat hubungan antara *excellent service* terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

2. Hubungan *product quality* terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) arti dari kualitas produk (*product quality*) adalah "*the ability of a product to perform its functions, it includes the product's overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*" yang artinya "kemampuan sebuah produk dalam memeragakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya." Sejalan dengan penelitian Ali Mahmudi (2015), Asraf (2014) melakukan penelitian tentang variabel atau faktor yang memengaruhi keputusan untuk menabung atau melakukan simpanan. Dalam penelitian tersebut ada beberapa faktor yang diambil oleh peneliti, diantaranya ialah faktor kualitas produk (*product quality*) yang berpengaruh signifikan dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

positif. Sedangkan dalam penelitian lain yang dilakukan Olivia Firda Yuanita (2017), mengatakan bahwa faktor kualitas produk (*product quality*) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap preferensi untuk menggunakan suatu produk belum kongklusif mengingat tidak semua penelitian mendapat hasil yang sama.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dirumuskan hipotesis :

H_0 : *product quality* secara parsial tidak berhubungan signifikan terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

H_2 : *product quality* secara parsial berhubungan signifikan terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

Dengan dugaan sementara, berkaitan dengan rumusan masalah maka hasil keputusan adalah H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya terdapat hubungan antara *product quality* terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

3. Hubungan *revenue sharing* terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

Secara istilah *revenue sharing* adalah bagi hasil yang diterima oleh anggota/calon anggota atas investasi dana tersebut adalah metode bagi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pendapatan. Pada akad simpanan berjangka *muḍārabah* sendiri menggunakan *muḍārabah mutlaqah* dengan *revenue sharing.* Besar kecilnya *revenue sharing* diperoleh nasabah berdasarkan pada pendapatan koperasi, sedangkan persentasenya sudah ditentukan di awal akad. Sejalan dengan penelitian Ahmad Roziq dan Rinanda Fitri Diptyanti (2013), Nisa Lidya Muliawati dan Tatik Maryati (2015), Yustitia Agil Reswari dan Ahim Abdurahim (2010), Eris Tri Kurniawati (2012), Raihanah Daulay (2010) melakukan penelitian tentang variabel atau faktor yang memengaruhi simpanan *muḍārabah*. Dalam penelitian tersebut ada beberapa faktor yang diambil oleh peneliti, diantaranya ialah faktor bagi hasil yang berpengaruh signifikan dan positif.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dirumuskan hipotesis :

H_0 : *revenue sharing* secara parsial tidak berhubungan signifikan terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

H_3 : *revenue sharing* secara parsial berhubungan signifikan terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

Dengan dugaan sementara, berkaitan dengan rumusan masalah maka hasil keputusan adalah H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya terdapat hubungan antara *revenue sharing* terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Hubungan *excellent service, product quality,* dan *revenue sharing* terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

Ada tiga faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menabung atau melakukan simpanan diantaranya *excellent service, product quality,* dan *revenue sharing*. Dari beberapa penelitian yang dijelaskan di atas bahwa ketiganya berpengaruh signifikan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dirumuskan hipotesis :

H_0 : *excellent service, product quality,* dan *revenue sharing* secara simultan tidak berhubungan signifikan terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

H_4 : *excellent service, product quality,* dan *revenue sharing* secara simultan berhubungan signifikan terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

Dengan dugaan sementara, berkaitan dengan rumusan masalah maka hasil keputusan adalah H_0 ditolak dan H_4 diterima. Artinya terdapat hubungan antara *excellent service, product quality,* dan *revenue sharing* terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang analisisnya lebih fokus pada data-data numerikal. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan ialah asosiatif yang menjelaskan mengenai hubungan pada setiap variabel.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada November - Desember 2017 yang bertempat di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Jl. Cipta Menanggal III No.54-F, Menanggal, Gayungan, Surabaya. Jawa Timur 60234.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Supardi (2005) "Populasi adalah suatu kesatuan individu atau subjek pada wilayah dan waktu serta dengan kualitas tertentu yang akan diamati/diteliti."[1] Sedangkan menurut Sugiyono (2015) "Populasi adalah wilayah geralisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya."[2]

---

[1] Ali Mahmudi, "Pengaruh Kualitas Produk …", 39.
[2] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,* (Bandung : Alfabeta, 2015), 80.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sampel menurut Bawono (2006) diberi definisi "sebagai objek atau subjek penelitian yang dipilih guna mewakili keseluruhan dari populasi."[3] Sedangkan menurut Sugiyono (2015) "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut."[4]

Populasi yang akan dijadikan target penelitian ini adalah anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya sejumlah 19 orang berdasarkan data per 31 Oktober 2017. Kemudian, metode pemilihan sampel untuk penelitian ini adalah *total population* (sampel jenuh). Sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.[5] Jadi pada penelitian ini jumlah sampelnya sebanyak 19 orang anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

D. Variabel Penelitian

1. Variabel terikat atau dependen :

   Preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

2. Variabel bebas atau independen :

   Excellent service, product quality, dan *revenue sharing*

[3] Ali Mahmudi, "Pengaruh Kualitas Produk …", 40.
[4] Sugiyono, *Metode Penelitian …,* 81.
[5] Ibid., 85.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Definisi Operasional

Variabel bebas yang diteliti ialah *excellent service, product quality,* dan *revenue sharing,* sedangkan variabel terikat yang diteliti ialah preferensi. Definisi operasional dari skripsi ini dengan indikator sebagai penyusun kuesioner, diadopsi dari kuesioner penelitian terdahulu dengan perubahan. Penilaian indikator berdasarkan skala likert lima poin yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Ragu-ragu (R), Setuju (S), Sangat Setuju (SS). Berikut tabel definisi operasional variabel.

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	Preferensi	Pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi (Kotler, 1997)	1. Pengenalan masalah kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian/pemilihan 5. Perilaku pasca pembelian/pemilihan (Kotler, 2000)
2.	*Excellent Service*	Kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dari mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu royal kepada perusahaan (Barata, 2004)	1. Kecepatan waktu pelayanan 2. Ketepatan pelayanan 3. Keramahan 4. Kenyamanan konsumen (Fandy Tjiptono, 2002)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3.	*Product Quality*	Kemampuan sebuah produk dalam memeragakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya (Kotler dan Amstrong, 2012)	1. *Performance* (kinerja) 2. *Features* (fitur) 3. *Reliability* (reliabilitas) 4. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi) 5. *Serviceability* (kemampuan) 6. *Aesthetics* (estetika) 7. *Perceived quality* (kesan kualitas) (Tjiptono, 2000)
4	*Revenue Sharing*	Bagi hasil yang diterima oleh anggota/calon anggota atas investasi dana tersebut adalah metode bagi pendapatan (SOP KJKS dan UJKS)	1. *Investment rate* 2. Jumlah dana yang tersedia 3. Nisbah (Syafii Antonio, 2001)

Sumber : Berbagai literature yang dipublikasikan.

Dilihat dari tabel 3.1 pada variabel *product quality* tidak terdapat satu indikator yaitu *durability* (daya tahan). Indikator tersebut tidak dimunculkan untuk penelitian ini dikarenakan sulit untuk diukur pada produk jasa keuangan.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Hal ini menunjukkan data benar dari kuesioner yang benar. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur kuesioner tersebut. Pengukuran

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

validitas pernyataan pada kuesioner diukur dengan melakukan korelasi skor item pernyataan dengan total skor variabel. Jika nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) > 0,50 maka uji analisis faktor dapat dilanjutkan. Dapat dilihat pula pada setiap item pernyataan, jika nilai loading faktor > 0,50 maka item pernyataan yang terdapat pada masing-masing variabel dinyatakan valid sehingga dikatakan pernyataan tersebut merupakan pembentuk konstruk variabel tersebut dan dapat dilanjutkan untuk analisis selanjutnya.[6]

Uji Reliabilitas menunjukkan akurasi, ketepatan, dan konsistensi kuesioner dalam mengukur variabel.[7] Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator-indikator konstruk yang telah melalui pengujian validitas, dan dinyatakan valid. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk uji realibilitas ini digunakan teknik *Cronbach alpha.* Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Begitu pula jika nilai *Cronbach alpha* yang dihasilkan tiap item pernyataan > 0,60 maka dinyatakan valid dan reliabel.[8]

---

[6] Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi*, (Bandung : ALFABETA, 2013), 38.
[7] Ibid., 46.
[8] Ibid., 51.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan ialah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang langsung didapatkan oleh peneliti dari narasumber tanpa harus melewati media perantara. Sedangkan data sekunder merupakan data pertumbuhan lembaga tempat penelitian.

2. Sumber Data

Data primer berasal dari kuesioner yang dibagikan kepada sejumlah responden. Dalam penelitian ini, penyusunan butir-butir pernyataan dilakukan dengan menggunakan kuesioner penelitian terdahulu dengan perubahan. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner dengan menggunakan skala likert lima poin yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Ragu-ragu (R), Setuju (S), Sangat Setuju (SS). Data sekunder berasal dari data simpanan dan buku Rapat Anggota Tahunan Tahun buku 2014-2016.

H. Teknik Pengumpulan Data

Metode atau teknik pengumpulan data primer yang digunakan ialah dengan cara menyebarkan kuesioner kepada sejumlah responden yaitu anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya. Sedangkan teknik pengumpulan data sekunder dengan cara mengolah data KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

I. Teknik Analisis Data

Tahap akhir pengujian dilakukan uji hipotesis dengan teknik analisis data menggunakan analisis korelasi antar variabel. Diambil metode tersebut karena dalam penelitian ini terdapat variabel independen lebih dari satu dan variabel dependen hanya satu. Selain itu dikarenakan dalam penelitian ini mengambil populasi secara keseluruhan untuk dijadikan sebagai sampel penelitian. Metode analisis korelasi digunakan untuk mengetahui pengaruh/hubungan antar variabel. Dari analisis tersebut nantinya dapat diketahui variabel independen mana yang berhubungan secara signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan kuat lemahnya tingkat hubungan dapat dilihat berdasarkan tabel pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi.[9]

Tabel 3.2

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,* 2015.

[9] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif,…,* 184.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk uji hipotesis ialah dengan korelasi produk moment dan korelasi ganda, sebagai berikut:

1. **Uji Korelasi Produk Moment**

Uji korelasi produk moment digunakan untuk menguji hipotesis hubungan secara parsial antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Untuk menghitung korelasi produk moment dapat menggunakan rumus deviasi dan angka kasar.[10]

Rumus Deviasi :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Rumus Angka Kasar :

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i \sum y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n\sum x_i{}^2 - (\sum x_i)^2\}\{n\sum y_i{}^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Bila dengan menggunakan dua rumus di atas, didapatkan hasil yang sama maka dinyatakan perhitungan benar. Dari perhitungan koefisien korelasi diatas (disebut r empirik disingkat r_e) akan dibandingkan dengan koefisien korelasi teoritik (r teoritik disingkat r_t) yang terdapat dalam tabel r teoritik. Dengan ketentuan apabila r empirik ≥ r teoritik maka korelasinya signifikan dan apabila r empirik < r teoritik maka korelasinya tidak signifikan.[11]

[10] Tulus Winarsunu, *Statistik dalam Penelitian Psikologi Pendidikan,* (Malang : UMM Press, 2009), 68-70.
[11] Ibid., 70.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Cara menentukan r teoritik adalah dengan memeriksa angka di sebelah kiri tabel yang menunjukkan jumlah (N) sampel yang diteliti. Kemudian kita lihat angka-angka yang merupakan koefisien korelasi pada taraf signifikasi 5% (disebut juga taraf penerimaan 95%) dan 1% (disebut juga taraf penerimaan 99%).

Sedangkan jika menggunakan SPSS versi 19 dengan melihat tanda bintang SPSS pada *Pearson Correlation* dan nilai signifikasi pada *Sig. (2-*tailed). Jika nilai *pearson correlation* yang dihubungkan pada tiap variabel memiliki tanda bintang, ini artinya ada korelasi yang signifikan antara variabel yang dihubungkan. Sedangkan, jika dilihat dari nilai signifikasi pada *Sig. (2-*tailed) < 0,05 ini artinya ada korelasi yang signifikan.

2. **Uji Korelasi Ganda (*Multiple Product Moment Correlation*)**

Uji korelasi berganda digunakan untuk menguji hipotesis hubungan secara simultan antara dua variabel independen atau lebih secara bersama dengan satu variabel dependen. Untuk menghitung korelasi ganda dapat menggunakan rumus berikut :

$$R_{y.123} = \sqrt{\frac{(r_{1.y})^2 + (r_{2.y})^2 + (r_{3.y})^2 - 2(r_{1.y})(r_{2.y})(r_{3.y})(r_{1.2.3})}{1 - (r_{1.2.3})^2}}$$

Keterangan :

$R_{y.123}$ = korelasi antara X_1 X_2 X_3 dengan Y

$r_{1.y}$ = korelasi antara X_1 dengan Y

$r_{2.y}$ = korelasi antara X_2 dengan Y

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

$r_{3.y}$ = korelasi antara X_3 dengan Y

$r_{1.2.3}$ = korelasi antara X_1 X_2 X_3

Dari rumus korelasi ganda tersebut harus ditemukan terlebih dahulu korelasi tunggalnya. Sebagaimana dijelaskan pada bagian korelasi produk moment. Jika sudah maka dapat dimasukkan dalam rumus korelasi ganda di atas. Sebelum digunakan untuk mengambil kesimpulan maka harga korelasi ganda tersebut harus diuji signifikasinya terlebih dahulu, dengan menggunakan rumus berikut.

$$F = \frac{R^2/m}{(1 - R^2)/(N - m - 1)}$$

Keterangan :

R^2 = korelasi kuadrat (koefisien determinasi)

m = jumlah variabel bebas

N = jumlah individu

Dengan menggunakan db = jumlah variabel bebas (m) dan penyebut = N - m – 1 dapat ditemukan harga F teoritik dalam tabel nilai F. Dengan ketentuan apabila F empirik ≥ F teoritik baik dalam taraf 5% maupun 1% maka dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi ganda sangat signifikan.[12]

[12] Ibid., 244.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan jika menggunakan SPSS versi 19 dengan melihat nilai koefisien korelasi (R) dapat diketahui kuat lemahnya tingkat hubungan antara variabel dependen dan independen. Untuk kontribusi secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat nilai *R square* . Untuk nilai probabilitas (*Sig. F Change*) < 0,05 ini artinya variabel independen berhubungan secara simultan dan signifikan terhadap variabel dependen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Sejarah berdirinya koperasi *sharī'ah* Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya ialah berawal dari keprihatinan pengurus serta jamaah Masjid Al-Fajar Surabaya akan maraknya praktik Bank "*Thitil*" yang ada di daerah sekitar. Didorong kondisi demikian maka didirikanlah lembaga keuangan *sharī'ah* non bank yang diawali dengan pengumpulan dana dalam bentuk simpanan pokok sebagai modal awal. Pendirian resmi dilakukan pada 1 Mei 2008 dengan modal awal Rp. 20.000.000,-, turut diundang pejabat dari Kantor Dinas Koperasi Kota Surabaya, KJKS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya resmi didirikan dengan badan hukum No: 109/BH/XVI.37/2008.

Pada awal didirikan KJKS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya berlokasi di Jl. Cipta Menanggal IV/23 Surabaya. Kemudian dengan berjalannya waktu KJKS Muamalah Berkah Sejahtera berpindah lokasi di Jl. Cipta Menanggal III-A / 54F Surabaya. Selain perubahan lokasi, pada tahun 2016 terjadi pergantian nama menjadi Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan *Sharī'ah* (KSPPS) dikarenakan menyesuaikan Peraturan Menteri Koperasi dan UKM Nomor: 16/Per/KUKM/IX/2015 Tentang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan *Sharī'ah* oleh Koperasi.

Adapun visi dari KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya ialah "Muamalah Berkah Sejahtera bertekad menjadi koperasi yang syar'i sebagai sarana bermuamalah masyarakat demi terwujudnya kehidupan yang penuh berkah dan sejahtera dalam ridha Allah."

Sedangkan misi yang dijalankan KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya ialah :

a. Menyelenggarakan pelayanan prima kepada anggota, sesuai dengan jati diri koperasi
b. Mengembangkan dan menolong kehidupan ekonomi *sharī'ah*
c. Membudayakan bermuamalah secara syar'i
d. Menjalankan fungsi sosial khususnya kepada kaum dhuafa

Tujuan KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya adalah :

a. Bagi anggota :Memajukan kesejahteraan anggota
b. Bagi umat :Memajukan kesejahteraan umat Islam dan membebaskannya dari jeratan rentenir (bank *thitil*)

Pelayanan yang diberikan oleh KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya diantaranya :

a. Melayani simpanan
    1) Simpanan *wadi'ah*
    2) Simpanan *muḍārabah*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Melayani pembiayaan

1) Tambahan modal usaha

2) Kebutuhan rumah tangga

3) Pembelian kendaraan

4) Biaya sekolah

5) Keperluan lainnya

c. Melayani pembayaran online

1) Telepon/pulsa, listrik, air, TV kabel

2) Tiket pesawat dan kereta api

3) BPJS, dan lainnya

Kepengurusan untuk menjalankan KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya terbagi menjadi tiga diantaranya :

a. Susunan Pengurus

1) Ketua : Ir. Subchan Bashori, MM

2) Sekretaris : Sunardi, SE

3) Bendahara : Hardjoko

b. Susunan Pengawas

1) Koordinasi : Bakhtiar AK

2) Anggota : Rr. Erna Festiana Pradewi. S.Sos

3) Anggota : Pudjo Basuki

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Keanggotaan

Tabel 4.1

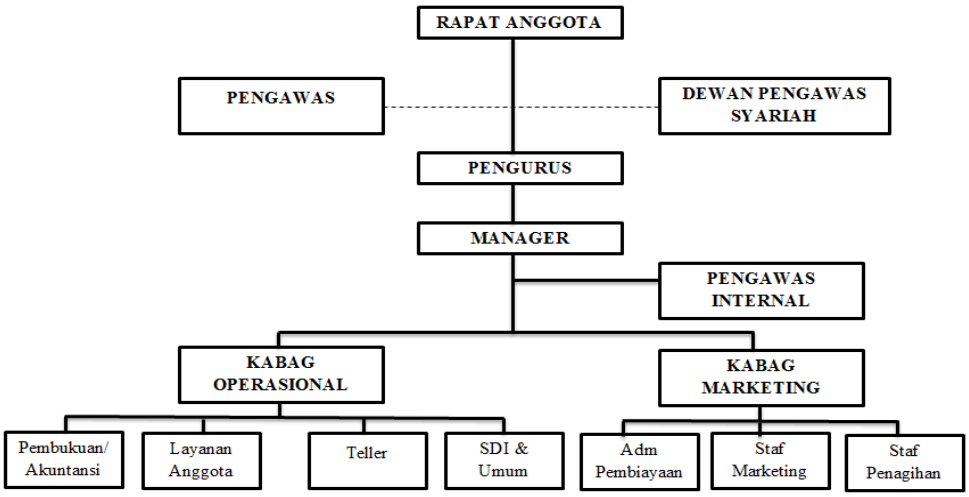
Data Keanggotaan KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya

No	Keanggotaan	Tahun		
		2014	2015	2016
1	Anggota	35 orang	64 orang	330 orang
2	Calon anggota	660 orang	437 orang	242 orang

Data diolah secara manual, 2017

Sumber : KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya, Buku Rapat Anggota Tahunan Tahun Buku 2014-2016

Struktur organisai KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.



Sumber : Standart Operasional Prosedur KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya

Gambar 4.1 Struktur Organisasi KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Karakteristik Responden

Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer yang langsung didapatkan oleh peneliti dari narasumber. Diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 19 anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya yang bertindak sebagai sampel. Kuesioner yang dibagikan terdiri dari empat variabel diantaranya preferensi, *excellent service, product quality,* dan *revenue sharing.* Data responden yang digunakan sebagai pendukung penelitian ini ialah jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan, dan lama menjadi anggota. Karakteristik responden sebagai berikut :

a. Jenis Kelamin

Jenis kelamin memiliki hubungan bagi individu dalam hal preferensi atas suatu produk. Berikut tabel hasil penelitian berdasarkan jenis kelamin anggota.

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-Laki	10
Perempuan	9
Total	19

Data diolah secara manual, 2017

Sumber : Kuesioner Penelitian November-Desember 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari tabel di atas dapat disimpulkan jika mayoritas anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya yang memilih simpanan berjangka *muḍārabah* ialah laki-laki yaitu sebanyak 10 orang, sedangkan sisanya perempuan yaitu sebanyak 9 orang.

b. Usia

Usia seseorang berhubungan dengan pola pikir dalam hal preferensi atas suatu produk. Berikut tabel hasil penelitian berdasarkan usia anggota.

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah
20-30 Tahun	5
31-40 Tahun	2
41-50 Tahun	6
> 50 Tahun	6
Total	19

Data diolah secara manual, 2017

Sumber : Kuesioner Penelitian November-Desember 2017.

Dari tabel di atas dapat disimpulkan jika mayoritas anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya yang memilih simpanan berjangka *muḍārabah* ialah usia 41-50 tahun yaitu sebanyak 6 orang dan usia 50 tahun ke atas yaitu sebanyak 6 orang,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sedangkan sisanya usia 20-30 tahun sebanyak 5 orang dan usia 31-40 tahun yaitu sebanyak 2 orang.

c. Pekerjaan

Pekerjaan berhubungan dengan besarnya pendapatan sehingga menjadi pertimbangan dalam hal preferensi atas suatu produk. Berikut tabel hasil penelitian berdasarkan pekerjaan anggota.

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah
PNS	2
Karyawan Swasta	10
Wiraswasta	2
Lainnya	5
Total	19

Data diolah secara manual, 2017

Sumber : Kuesioner Penelitian November-Desember 2017.

Dari tabel di atas dapat disimpulkan jika mayoritas anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya yang memilih simpanan berjangka *muḍārabah* ialah bekerja sebagai karyawan swasta yaitu sebanyak 10 orang, sedangkan sisanya PNS yaitu sebanyak 2 orang, wiraswasta yaitu sebanyak 2 orang, lainnya yaitu sebanyak 5 orang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Pendapatan

Pendapatan berhubungan dengan kuantitas dan kualitas dalam hal preferensi atas suatu produk. Berikut tabel hasil penelitian berdasarkan pendapatan anggota.

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah
Rp. < 1.000.000	-
Rp 1.000.000 – 2.000.000	1
Rp. 2.000.000 – 3.000.000	5
Rp. > 3.000.000	13
Total	19

Data diolah secara manual, 2017

Sumber : Kuesioner Penelitian November-Desember 2017.

Dari tabel di atas dapat disimpulkan jika mayoritas anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya yang memilih simpanan berjangka *muḍārabah* ialah anggota dengan pendapatan Rp. > 3.000.000 yaitu sebanyak 13 orang, sedangkan sisanya anggota dengan pendapatan Rp. 2.000.000 – 3.000.000 yaitu sebanyak 5 orang, anggota dengan pendapatan Rp 1.000.000 – 2.000.000 yaitu sebanyak 1 orang, dan anggota dengan pendapatan Rp. < 1.000.000 yaitu sebanyak 0 orang atau tidak ada yang memilih simpanan berjangka *muḍārabah* .

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Lama Menjadi Anggota

Lama menjadi anggota berhubungan dengan kepercayaan saat memilih suatu produk. Berikut tabel hasil penelitian berdasarkan lama menjadi anggota.

Tabel 4.6

Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota

Lama Menjadi Anggota	Jumlah
< 1 Tahun	2
1 – 2 Tahun	4
> 2 Tahun	13
Total	19

Data diolah secara manual, 2017

Sumber : Kuesioner Penelitian November-Desember 2017.

Dari tabel di atas dapat disimpulkan jika mayoritas anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya yang memilih simpanan berjangka *muḍārabah* ialah seseorang yang telah menjadi anggota selama > 2 tahun yaitu sebanyak 13 orang, sedangkan sisanya yang telah menjadi anggota selama 1 – 2 tahun yaitu sebanyak 4 orang, yang telah menjadi anggota selama < 1 tahun yaitu sebanyak 2 orang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

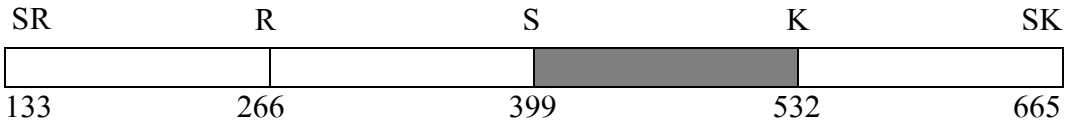
B. Analisis Data

Setelah dilakukan penelitian di lapangan dengan cara penyebaran kuesioner kepada responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu anggota simpanan berjangka *muḍārabah* sebanyak 19 responden, peneliti memeroleh data tentang preferensi, *excellent service, product quality,* dan *revenue sharing.* Berikut ini tabel rekapitulasi data hasil kuesioner penelitian setiap variabel.

Tabel 4.7

Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian Variabel Preferensi

No	Indikator	Skor	Persentase
1	Pengenalan masalah kebutuhan	87,5	21,50 %
2	Pencarian informasi	79	19,41 %
3	Evaluasi alternatif	82	20,15 %
4	Keputusan pembelian/pemilihan	77,5	19,04 %
5	Perilaku pasca pembelian/pemilihan	81	19,90 %
Total		407	100 %



Data diolah secara manual, 2017

Sumber : Kuesioner Penelitian November-Desember 2017.

Dari tabel 4.7 di atas dapat diketahui jika dalam variabel preferensi yang memiliki skor terbesar yaitu indikator pengenalan masalah kebutuhan dengan skor 87,5 atau 21,50% ini artinya pengenalan masalah kebutuhan merupakan

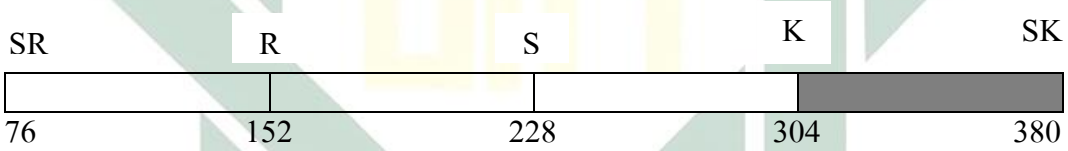
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

proses terpenting dalam preferensi. Dilihat pula total skor preferensi mencapai angka 407 bila diterapkan dalam skala tingkat hubungan di atas maka variabel preferensi dalam area hubungan sedang hingga kuat.

Tabel 4.8

Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian Variabel *Excellent Service*

No	Indikator	Skor	Persentase
1	Kecepatan waktu pelayanan	81	26,30%
2	Ketepatan pelayanan	74	24,02 %
3	Keramahan	78	25,32 %
4	Kenyamanan konsumen	75	24,36 %
Total		308	100 %



Data diolah secara manual, 2017

Sumber : Kuesioner Penelitian November-Desember 2017.

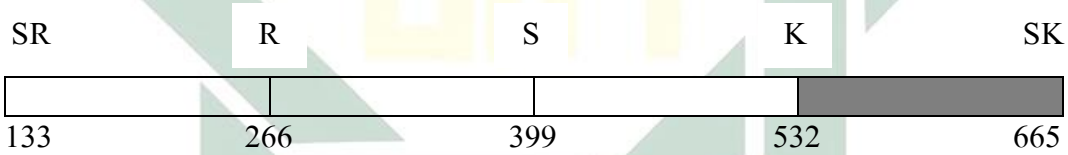
Dari tabel 4.8 di atas dapat diketahui jika dalam variabel *excellent service* yang memiliki skor terbesar yaitu indikator kecepatan waktu pelayanan dengan skor 81 atau 26,30% ini artinya kecepatan waktu pelayanan merupakan indikator terpenting yang diinginkan anggota dalam *excellent service* yang berhubungan dengan preferensi. Dilihat pula total skor *excellent service* mencapai angka 308 bila diterapkan dalam skala tingkat hubungan di atas maka variabel preferensi dalam area hubungan kuat hingga sangat kuat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.9

Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian Variabel *Product Quality*

No	Indikator	Skor	Persentase
1	*Performance* (kinerja)	89	15,27 %
2	*Features* (fitur)	87	14,92 %
3	*Reliability* (reliabilitas)	85	14,58 %
4	*Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi)	77	13,21 %
5	*Serviceability* (kemampuan)	85	14,58 %
6	*Aesthetics* (estetika)	80	13,72 %
7	*Perceived quality* (kesan kualitas)	80	13,72 %
Total		583	100 %



Data diolah secara manual, 2017

Sumber : Kuesioner Penelitian November-Desember 2017.

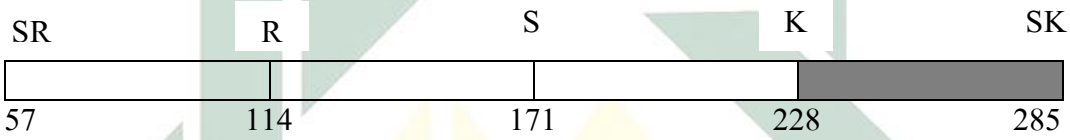
Dari tabel 4.9 di atas dapat diketahui jika dalam variabel *product quality* yang memiliki skor terbesar yaitu indikator *Performance* (kinerja) dengan skor 89 atau 15,27% ini artinya *Performance* (kinerja) merupakan indikator terpenting yang diinginkan anggota dalam *product quality* yang berhubungan dengan preferensi. Dilihat pula total skor *product quality* mencapai angka 583 bila diterapkan dalam skala tingkat hubungan di atas maka variabel preferensi dalam area hubungan kuat hingga sangat kuat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.10

Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian Variabel *Revenue Sharing*

No	Indikator	Skor	Persentase
1	*Investment rate*	88	36,51 %
2	Jumlah dana yang tersedia	78	32,37 %
3	Nisbah	75	31,12 %
Total		241	100 %



Data diolah secara manual, 2017

Sumber : Kuesioner Penelitian November-Desember 2017.

Dari tabel 4.10 di atas dapat diketahui jika dalam variabel *revenue sharing* yang memiliki skor terbesar yaitu indikator *Investment rate* dengan skor 88 atau 36,51% ini artinya *Investment rate* merupakan indikator terpenting yang diinginkan anggota dalam *revenue sharing* yang berhubungan dengan preferensi. Dilihat pula total skor *revenue sharing* mencapai angka 241 bila diterapkan dalam skala tingkat hubungan di atas maka variabel preferensi dalam area hubungan kuat hingga sangat kuat.

Setelah melakukan rekapitulasi data hasil kuesioner penelitian seperti di atas, diperoleh data yang memuat nilai pada setiap indikator dari variabel penelitian. Berikut ini merupakan analisis data terhadap pernyataan yang telah dinilai oleh responden dengan variabel Y sejumlah 7 item pernyataan, sedangkan variabel X sejumlah 3 variabel dengan masing-masing *excellent*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

service sejumlah 4 item pernyataan, *product quality* sejumlah 7 item pernyataan, dan *revenue sharing* sejumlah 3 item pernyataan. Dalam analisis data diperlukan beberapa pengujian data diantaranya :

1. **Uji Validitas**

   a. Variabel Preferensi (Y)

Tabel 4.11

Hasil Uji Validitas Variabel Preferensi (Y)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	0,581

Variabel	No.Item Pernyataan	R	Keterangan
Preferensi (Y)	1	0,146	Tidak Valid
	2	0,818	Valid
	3	0,662	Valid
	4	0,539	Valid
	5	0,633	Valid
	6	0,826	Valid
	7	0,868	Valid

Data diolah dengan SPSS, 2017

Sumber : Output SPSS Versi 19 2017.

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, dapat dilihat jika nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) sebesar 0,581 > 0,50. Maka dapat disimpulkan bahwa uji analisis faktor variabel preferensi dapat dilanjutkan. Dapat dilihat pula variabel

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

preferensi (Y) dari 7 pernyataan terdapat 6 pernyataan yang dinyatakan valid karena nilai loading faktor > 0,50 , sedangkan 1 penyataan yang dinyatakan tidak valid yaitu item nomer 1 karena nilai loading faktor 0,146 < 0,50 sehingga pernyataan tersebut bukan merupakan pembentuk konstruk preferensi dan harus kita drop untuk analisis selanjutnya. Hal tersebut bukan merupakan suatu permasalahan karena untuk menilai indikator pertama pada variabel preferensi yaitu pengenalan masalah kebutuhan masih bisa dinilai melalui item pernyataan nomer 2.

b. Variabel *Excellent Service* (X1)

Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas Variabel *Excellent Service* (X1)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	0,697

Variabel	No.Item Pernyataan	R	Keterangan
Excellent Service (X1)	1	0,814	Valid
	2	0,899	Valid
	3	0,916	Valid
	4	0,921	Valid

Data diolah dengan SPSS, 2017

Sumber : Output SPSS Versi 19 2017.

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, dapat dilihat jika nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) sebesar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

0,697 > 0,50. Maka dapat disimpulkan bahwa uji analisis faktor variabel *excellent service* dapat dilanjutkan. Dapat dilihat pula variabel *excellent service* (X1) dari 4 pernyataan seluruhnya dinyatakan valid karena nilai loading faktor > 0,50 sehingga seluruh pernyataan tersebut merupakan pembentuk konstruk *excellent service* dan dapat dilanjutkan untuk analisis selanjutnya.

c. Variabel *Product Quality* (X2)

Tabel 4.13

Hasil Uji Validitas Variabel *Product Quality* (X2)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	0,507

Variabel	No.Item Pernyataan	R	Keterangan
Product Quality (X2)	1	0,633	Valid
	2	0,745	Valid
	3	0,547	Valid
	4	0,617	Valid
	5	0,764	Valid
	6	0,893	Valid
	7	0,725	Valid

Data diolah dengan SPSS, 2017

Sumber : Output SPSS Versi 19 2017.

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, dapat dilihat jika nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) sebesar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

0,507 > 0,50. Maka dapat disimpulkan bahwa uji analisis faktor variabel *product quality* dapat dilanjutkan. Dapat dilihat pula variabel *product quality* (X2) dari 7 pernyataan seluruhnya dinyatakan valid karena nilai loading faktor > 0,50 sehingga seluruh pernyataan tersebut merupakan pembentuk konstruk *product quality* dan dapat dilanjutkan untuk analisis selanjutnya.

d. Variabel *Revenue Sharing* (X3)

Tabel 4.14

Hasil Uji Validitas Variabel *Revenue Sharing* (X3)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	0,662

Variabel	No.Item Pernyataan	R	Keterangan
Revenue Sharing (X3)	1	0,856	Valid
	2	0,796	Valid
	3	0,910	Valid

Data diolah dengan SPSS, 2017

Sumber : Output SPSS Versi 19 2017.

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, dapat dilihat jika nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) sebesar 0,662 > 0,50. Maka dapat disimpulkan bahwa uji analisis faktor variabel *revenue sharing* dapat dilanjutkan. Dapat dilihat pula variabel *revenue sharing* (X3) dari 3 pernyataan seluruhnya dinyatakan valid karena nilai loading faktor > 0,50 sehingga seluruh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pernyataan tersebut merupakan pembentuk konstruk *revenue sharing* dan dapat dilanjutkan untuk analisis selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

a. Variabel Preferensi (Y)

Tabel 4.15

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Preferensi (Y)

Cronbach's Alpha	0,805

Variabel	No.Item Pernyataan	Nilai *Cronbach's Alpha*	Keterangan
Preferensi (Y)	2	0,759	Reliabel
	3	0,797	Reliabel
	4	0,806	Reliabel
	5	0,794	Reliabel
	6	0,744	Reliabel
	7	0,725	Reliabel

Data diolah dengan SPSS, 2017

Sumber : Output SPSS Versi 19 2017.

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, dapat dilihat jika nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,805 > 0,60. Begitu pula nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan tiap item > 0,60 sehingga dapat disimpulkan jika pernyataan pembentuk konstruk preferensi (Y) adalah valid dan reliabel.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Variabel *Excellent Service* (X1)

Tabel 4.16

Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Excellent Service* (X1)

Cronbach's Alpha	0,900

Variabel	No.Item Pernyataan	Nilai *Cronbach's Alpha*	Keterangan
Excellent Service (X1)	1	0,913	Reliabel
	2	0,863	Reliabel
	3	0,851	Reliabel
	4	0,843	Reliabel

Data diolah dengan SPSS, 2017

Sumber : Output SPSS Versi 19 2017.

Berdasarkan tabel 4.16 di atas, dapat dilihat jika nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,900 > 0,60. Begitu pula nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan tiap item > 0,60 sehingga dapat disimpulkan jika pernyataan pembentuk konstruk *excellent service* (X1) adalah valid dan reliabel.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Variabel *Product Quality* (X2)

Tabel 4.17

Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Product Quality* (X2)

Cronbach's Alpha	0,809

Variabel	No.Item Pernyataan	Nilai *Cronbach's Alpha*	Keterangan
Product Quality (X2)	1	0,794	Reliabel
	2	0,780	Reliabel
	3	0,809	Reliabel
	4	0,825	Reliabel
	5	0,778	Reliabel
	6	0,728	Reliabel
	7	0,775	Reliabel

Data diolah dengan SPSS, 2017

Sumber : Output SPSS Versi 19 2017.

Berdasarkan tabel 4.17 di atas, dapat dilihat jika nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,809 > 0,60. Begitu pula nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan tiap item > 0,60 sehingga dapat disimpulkan jika pernyataan pembentuk konstruk *product quality* (X2) adalah valid dan reliabel.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Variabel *Revenue Sharing* (X3)

Tabel 4.18

Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Revenue Sharing* (X3)

Cronbach's Alpha	0,748

Variabel	No.Item Pernyataan	Nilai *Cronbach's Alpha*	Keterangan
Revenue Sharing (X3)	1	0,664	Reliabel
	2	0,679	Reliabel
	3	0,631	Reliabel

Data diolah dengan SPSS, 2017

Sumber : Output SPSS Versi 19 2017.

Berdasarkan tabel 4.18 di atas, dapat dilihat jika nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,748 > 0,60. Begitu pula nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan tiap item > 0,60 sehingga dapat disimpulkan jika pernyataan pembentuk konstruk *revenue sharing* (X3) adalah valid dan reliabel.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Uji Korelasi Produk Moment

Tabel 4.19

Hasil Uji Korelasi Produk Moment (*Correlations*)

		EXCELLENT SERVICE	PRODUCT QUALITY	REVENUE SHARING	PREFERENSI
EXCELLENT SERVICE	Pearson Correlation	1	.234	.788**	.755**
	Sig. (2-tailed)		.334	.000	.000
	N	19	19	19	19
PRODUCT QUALITY	Pearson Correlation	.234	1	.405	.513*
	Sig. (2-tailed)	.334		.085	.025
	N	19	19	19	19
REVENUE SHARING	Pearson Correlation	.788**	.405	1	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000	.085		.001
	N	19	19	19	19
PREFERENSI	Pearson Correlation	.755**	.513*	.690**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.025	.001	
	N	19	19	19	19

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Data diolah dengan SPSS, 2017

Sumber : Output SPSS Versi 19 2017.

Berdasarkan tabel 4.19 di atas, dapat dilihat nilai *Pearson Correlation* dan *Sig. (2*-tailed). Dalam menginterpretasikan hasil di atas, digunakan dua cara yaitu dengan melihat tanda bintang SPSS pada *Pearson Correlation* dan nilai signifikasi pada *Sig. (2*-tailed).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dilihat dari tanda bintang SPSS pada *Pearson Correlation* diketahui jika nilai *pearson correlation* yang dihubungkan pada tiap variabel X terhadap Y memiliki tanda bintang, ini artinya ada korelasi yang signifikan antara variabel X terhadap Y yang dihubungkan.

Dilihat dari nilai signifikasi pada *Sig. (2*-tailed) diketahui jika :

a. Antara *excellent service (*X1) dengan preferensi (Y) nilai signifikasi 0,000 < 0,05 ini artinya ada korelasi yang signifikan.
b. Antara *product quality* (X2) dengan preferensi (Y) nilai signifikasi 0,025 < 0,05 ini artinya ada korelasi yang signifikan.
c. Antara *revenue sharing* (X3) dengan preferensi (Y) nilai signifikasi 0,001 < 0,05 ini artinya ada korelasi yang signifikan.

Hasil perhitungan *pearson correlation* melalui SPSS disebut nilai koefisien korelasi hitung. Berikut bila dibandingkan dengan nilai koefisien korelasi tabel.

a. Hipotesis yang diajukan dalam hal ini adalah :

H_0 : *excellent service* secara parsial tidak berhubungan signifikan terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

H_1 : *excellent service* secara parsial berhubungan signifikan terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Koefisien korelasi hitung antara *excellent service (*X1) dengan preferensi (Y) yaitu sebesar 0,755 ≥ koefisien korelasi tabel 0,456 pada taraf signifikasi 5% dan 0,575 pada taraf signifikasi 1%. Maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya : *Excellent service* secara parsial berhubungan signifikan terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

b. Hipotesis yang diajukan dalam hal ini adalah :

H_0 : *product quality* secara parsial tidak berhubungan signifikan terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

H_2 : *product quality* secara parsial berhubungan signifikan terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

Koefisien korelasi hitung antara *product quality* (X2) dengan preferensi (Y) yaitu sebesar 0,513 ≥ koefisien korelasi tabel 0,456 pada taraf signifikasi 5%. Maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya : *Product quality* secara parsial berhubungan signifikan terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Hipotesis yang diajukan dalam hal ini adalah :

H_0 : *revenue sharing* secara parsial tidak berhubungan signifikan terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

H_3 : *revenue sharing* secara parsial berhubungan signifikan terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

Koefisien korelasi hitung antara *revenue sharing* (X3) dengan preferensi (Y) yaitu sebesar 0,690 ≥ koefisien korelasi tabel 0,456 pada taraf signifikasi 5% dan 0,575 pada taraf signifikasi 1%. Maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya : *Revenue sharing* secara parsial berhubungan signifikan terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Uji Korelasi Ganda

Tabel 4.20

Hasil Uji Korelasi Ganda (*Model Summary*)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.831[a]	.690	.628	1.829	.690	11.126	3	15	.000

a. Predictors: (Constant), REVENUE SHARING, PRODUCT QUALITY, EXCELLENT SERVICE

Data diolah dengan SPSS, 2017

Sumber : Output SPSS Versi 19 2017.

Berdasarkan tabel 4.20 di atas, dapat dilihat nilai koefisien korelasi (R) yang menunjukkan hubungan antara *excellent service* (X1)*, product quality* (X2)*,* dan *revenue sharing* (X3) secara simultan terhadap preferensi (Y) yaitu sebesar 0,831, hal ini menunjukkan hubungan yang sangat kuat. Sedangkan, kontribusi secara simultan variabel *excellent service* (X1)*, product quality* (X2)*,* dan *revenue sharing* (X3) terhadap preferensi (Y) yaitu sebesar 69% sisanya 31% ditentukan variabel lain.

Hipotesis yang diajukan dalam hal ini adalah :

H_0 : *excellent service, product quality,* dan *revenue sharing* secara simultan tidak berhubungan signifikan terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

H_4 : *excellent service, product quality,* dan *revenue sharing* secara simultan berhubungan signifikan terhadap preferensi menjadi anggota

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

Berdasarkan tabel 4.20 di atas, dapat dilihat nilai probabilitas (*Sig. F Change*) yaitu 0,000 < 0,05. Maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_4 diterima. Artinya : *Excellent service, product quality,* dan *revenue sharing* secara simultan berhubungan signifikan terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari pengelolaan data melalui uji statistik, dilakukan analisis hasil penelitian. Selanjutnya dari hasil penelitian tersebut akan diinterpretasikan dalam pembahasan.

A. Hubungan *Excellent Service* terhadap Preferensi Menjadi Anggota Simpanan Berjangka *Muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya

Hasil pengujian hipotesis pertama (H_1) menyatakan *excellent service* secara parsial berhubungan signifikan terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya. Hubungan kedua variabel di atas yaitu *excellent service* terhadap preferensi memiliki hubungan yang kuat dengan arah hubungan positif. Ini artinya, semakin tinggi nilai *excellent service* maka semakin tinggi preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya. Begitupun sebaliknya, semakin rendah nilai *excellent service* maka semakin rendah preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Barata (2004), "Pelayanan prima (*excellent service*) adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dari mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada perusahaan." *Excellent service* digunakan oleh responden

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagai bahan pertimbangan dalam preferensi atas suatu produk. Berdasarkan penelitian, responden menilai KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya telah memberikan *excellent service* sesuai harapan yang dapat dibuktikan dari jawaban responden pada rentang penilaian mendekati kategori sangat setuju. Hal tersebut menjadikan meningkatnya preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Finna Putri Barna (2010)[1] dan Johan Wahyudi (2010)[2] yang menyatakan jika *excellent service* berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah atas suatu produk.

B. Hubungan *Product Quality* terhadap Preferensi Menjadi Anggota Simpanan Berjangka *Muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya

Hasil pengujian hipotesis kedua (H_2) menyatakan *product quality* secara parsial berhubungan signifikan terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya. Hubungan kedua variabel di atas yaitu *product quality* terhadap preferensi memiliki hubungan yang sedang dengan arah hubungan positif. Ini artinya, semakin tinggi nilai *product quality* maka semakin tinggi preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya. Begitupun sebaliknya, semakin rendah nilai *product*

---

[1] Finna Putri Barna, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Bank *Sharīah* (Studi Kasus pada Bank Mega *Sharīah* KCP Panglima Polim)" (Skripsi--UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2010), 176.

[2] Johan Wahyudi, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah terhadap Produk Simpanan *Wadi'ah* di BMT NU Sejahtera Semarang" (Skripsi—IAIN Walisongo, Semarang, 2010), 66.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

quality maka semakin rendah preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Kotler dan Amstrong (2012), "Kualitas produk (*product quality*) adalah kemampuan sebuah produk dalam memeragakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya." *Product quality* digunakan oleh responden sebagai bahan pertimbangan dalam preferensi atas suatu produk. Berdasarkan penelitian, responden menilai KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya telah memberikan *product quality* sesuai yang diinginkan yang dapat dibuktikan dari jawaban responden pada rentang penilaian mendekati kategori setuju. Hal tersebut menjadikan meningkatnya preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Finna Putri Barna (2010)[3] dan Johan Wahyudi (2010)[4] yang menyatakan jika *product quality* berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah atas suatu produk.

C. Hubungan *Revenue Sharing* terhadap Preferensi Menjadi Anggota Simpanan Berjangka *Muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya

Hasil pengujian hipotesis ketiga (H_3) menyatakan *revenue sharing* secara parsial berhubungan signifikan terhadap preferensi menjadi anggota simpanan

[3] Finna Putri Barna, "Analisis Faktor-Faktor…", 177.
[4] Johan Wahyudi, "Analisis Faktor-Faktor…", 66.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya. Hubungan kedua variabel di atas yaitu *revenue sharing* terhadap preferensi memiliki hubungan yang kuat dengan arah hubungan positif. Ini artinya, semakin tinggi nilai *revenue sharing* maka semakin tinggi preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya. Begitupun sebaliknya, semakin rendah nilai *revenue sharing* maka semakin rendah preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

Penelitian ini sesuai dengan teori dalam SOP KJKS dan UJKS, "*Revenue sharing* adalah bagi hasil yang diterima oleh anggota/calon anggota atas investasi dana tersebut adalah metode bagi pendapatan." *Revenue sharing* digunakan oleh responden sebagai bahan pertimbangan dalam preferensi atas suatu produk. Berdasarkan penelitian, responden menilai KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya telah memberikan *revenue sharing* sesuai yang diinginkan yang dapat dibuktikan dari jawaban responden pada rentang penilaian mendekati kategori setuju. Hal tersebut menjadikan meningkatnya preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Ahmad Roziq dan Rinanda Fitri Diptyanti (2013),[5] Nisa Lidya Muliawati dan Tatik

[5] Ahmad Roziq dan Rinanda Fitri Diptyanti, "Variable Penentu Dalam Keputusan Memilih Tabungan Muḍārabah pada Bank *Sharī'ah* Mandiri Cabang Jember", *Jurnal JEAM,* Volume 12 Nomor 1 (2013), 20.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Maryati (2015),[6] Yustitia Agil Reswari dan Ahim Abdurahim (2010),[7] Eris Tri Kurniawati (2012),[8] Raihanah Daulay (2010)[9] yang menyatakan jika *revenue sharing* berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah simpanan *muḍārabah*.

D. Hubungan *Excellent Service, Product Quality,* dan *Revenue Sharing* terhadap Preferensi Menjadi Anggota Simpanan Berjangka *Muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya

Hasil pengujian hipotesis keempat (H_4) menyatakan *excellent service, product quality,* dan *revenue sharing* secara simultan berhubungan signifikan terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya. Hubungan keempat variabel di atas yaitu *excellent service, product quality,* dan *revenue sharing* terhadap preferensi memiliki hubungan yang sangat kuat dengan arah hubungan positif. Ini artinya, semakin tinggi nilai *excellent service, product quality,* dan *revenue sharing* maka semakin tinggi preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya. Begitupun sebaliknya, semakin rendah nilai *excellent service, product quality,* dan

---

[6] Nisa Lidya Muliawati dan Tatik Maryati , "Analisis Pengaruh Inflasi, Kurs, Suku bunga, dan Bagi Hasil terhadap Deposito pada PT. Bank *Sharī'ah* Mandiri 2007-2012", *Jurnal Nasional Cendekiawan,* (2015), 743.

[7] Yustitia Agil Reswari dan Ahim Abdurahim, "Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Jumlah Bagi Hasil, dan LQ 45 terhadap Simpanan *Muḍārabah* pada Bank *Sharī'ah* di Indonesia", *Jurnal Akuntansi dan Investasi,* Volume 11 Nomor 1 (Januari, 2010), 39.

[8] Eris Tri Kurniawati, "Analisis Pengaruh Profitabilitas Sistem Bagi Hasil dan Kualitas Layanan Bank terhadap Minat Nasabah Berinvestasi (Studi Kasus pada Bank Muamalat Cabang Malang)", *Jurnal Humanity,* Volume 7 Nomor 2 (Juli, 2012), 52.

[9] Raihah Daulay, "Analisis Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank *Sharīah* di Kota Medan", *Jurnal Manajemen & Bisnis*, Volume 10 Nomor 01 (April, 2010), 10.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

revenue sharing maka semakin rendah preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

Responden menilai KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya telah memberikan *excellent service, product quality,* dan *revenue sharing* sesuai yang diinginkan yang dapat dibuktikan dari jawaban responden pada rentang penilaian mendekati kategori setuju. Hal tersebut menjadikan meningkatnya preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

Excellent service, product quality, dan *revenue sharing* memiliki hubungan yang sangat kuat dengan preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya. Hal ini dilihat dari nilai koefisien kerelasi (R) yang mendekati angka satu yakni sebesar 0,831. Sedangkan nilai koefisien determinasi (R2) diketahui sebesar 0,690 artinya bahwa kontribusi variabel *excellent service, product quality,* dan *revenue sharing* terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya adalah sebesar 69% sisanya sebesar 31% ditentukan variabel lain.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB VI

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diinterpretasikan dalam pembahasan mengenai hubungan *excellent service, product quality,* dan *revenue sharing* terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya, maka dapat ditarik simpulan seperti berikut :

1. Variabel *excellent service* secara parsial berhubungan kuat dan positif terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.
2. Variabel *product quality* secara parsial berhubungan sedang dan positif terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.
3. Variabel *revenue sharing* secara parsial berhubungan kuat dan positif terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.
4. Variabel *excellent service, product quality,* dan *revenue sharing* secara simultan berhubungan sangat kuat dan positif terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Saran

Berdasarkan simpulan di atas, maka diberikan beberapa saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi pihak terkait, diantaranya :

1. Bagi KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya

   Pengurus KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya agar meningkatkan nilai *excellent service, product quality,* dan *revenue sharing* dikarenakan menurut hasil penelitian ketiga nilai tersebut memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap preferensi sebagai upaya dalam meningkatkan jumlah anggota simpanan berjangka *muḍārabah.*

2. Bagi akademisi

   Akademisi agar mendapatkan informasi mengenai variabel *excellent service, product quality,* dan *revenue sharing* yang mana menurut hasil penelitian sebenarnya berhubungan terhadap preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* serta terdapat variabel lain yang berhubungan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

   Peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya agar mengkaji ulang ketiga variabel tersebut apakah juga dapat diterapkan di lembaga keuangan *sharī'ah* lainnya dikarenakan pada penelitian ini hanya pada satu lembaga. Juga dapat ditambahkan variabel lain yang dapat menyempurnakan hasil penelitian ini karena dilihat dari hasil perhitungan statistika jika 31% preferensi menjadi anggota simpanan berjangka *muḍārabah* ditentukan variabel lain.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. *Kewirausahaan.* Bandung : Alfabeta, 2016.

Andriani, Dewi dan Azuar Juliandi, "Preferensi Masyarakat Kota Medan terhadap Bank *Sharīah*". *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, Volume 8 Nomor 2 (September, 2008).

Antonio, Muhammad Syafi'I, *Bank Sharī'ah dari Teori ke Praktik.* Jakarta : Gema Insani, 2001.

Asraf, "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Menyimpan Dana di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasaman Barat dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderator", *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi,* Volume 2 Nomor 1 (Januari 2014).

Barna, Finna Putri. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Bank *Sharīah* (Studi Kasus pada Bank Mega *Sharīah* KCP Panglima Polim)". Skripsi--UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2010.

Buchori, Nur S. *Koperasi Sharī'ah.* Sidoarjo : Kelompok Masmedia Buana Pustaka, 2009.

Chaundhry, Muhammad Sharif. *Sistem Ekonomi Islam (Fundamental of Islamic Economic System) Edisi Pertama.* Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2014.

Daulay, Raihah. "Analisis Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank *Sharīah* di Kota Medan". *Jurnal Manajemen & Bisnis*, Volume 10 Nomor 01 (April, 2010).

Gitosudarmo, Indriyo. *Pengantar Bisnis.* Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta, 1999.

Hamdan, Ali dan Saifuddin. *Koperasi Sharī*'ah. Surabaya : STAINA PRESS, 2015.

Hapsari, Anisa Mirandha et al, "Pengaruh Excellent Service terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB),* Volume 1 Nomor 2 (Januari, 2015).

Ismail. *Perbankan Sharī'ah.* Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2014.

Khaerunnisa, Handini. "Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Nasabah". *Jurnal Studia Akuntansi dan Bisnis,* Volume 1 Nomer 1 (2013-2014).

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management Thirteenth Edition.* Jakarta : Erlangga, 2009.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kurniawati, Eris Tri. "Analisis Pengaruh Profitabilitas Sistem Bagi Hasil dan Kualitas Layanan Bank terhadap Minat Nasabah Berinvestasi (Studi Kasus pada Bank Muamalat Cabang Malang)", *Jurnal Humanity,* Volume 7 Nomor 2 (Juli, 2012),

Latan, Hengky dan Selva Temalagi. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi.* Bandung : ALFABETA, 2013.

Mahmudi, Ali. "Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung di BMT Tumang Cabang Salatiga". Skripsi--IAIN Salatiga, 2015.

Majid, Lutfi. "Pengaruh Religiositas dan Promosi terhadap Preferensi Anggota dalam Memilih Produk Simpanan *Wadi'ah ya ad-ḍāmanah* di Koperasi Jasa Keuangan *Sharī'ah* (KJKS) Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Umbulraharjo Yogyakarta". Skripsi—Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2016.

Muliawati, Nisa Lidya dan Tatik Maryati. "Analisis Pengaruh Inflasi, Kurs, Suku bunga, dan Bagi Hasil terhadap Deposito pada PT. Bank *Sharī'ah* Mandiri 2007-2012", *Jurnal Nasional Cendekiawan,* (2015).

Munthe, Safaruddin. "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Menabung pada Tabungan *Muḍārabah* di Bank Muamalat Cabang Balai Kota". Tesis--IAIN Sumatera Utara, 2014

Mustofa, Imam. *Fiqih Mu'amalah Kontemporer.* Jakarta : Rajawali Pers, 2016.

Reswari, Yustitia Agil dan Ahim Abdurahim. "Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Jumlah Bagi Hasil, dan LQ 45 terhadap Simpanan *Muḍārabah* pada Bank *Sharī'ah* di Indonesia", *Jurnal Akuntansi dan Investasi,* Volume 11 Nomor 1 (Januari, 2010).

Roziq, Ahmad dan Rinanda Fitri Diptyanti. "Variable Penentu Dalam Keputusan Memilih Tabungan Muḍārabah pada Bank *Sharī'ah* Mandiri Cabang Jember", *Jurnal JEAM,* Volume 12 Nomor 1 (2013).

Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen.* Jakarta : PT INDEKS, 2008.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung : ALFABETA, 2015.

Utami, Dyah Panuntun. "Analisis Pilihan Konsumen dalam Mengkonsumsi Beras Organik di Kabupaten Sragen", *Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian,* Volume 7 Nomor 1 (2011).

Wahyudi, Johan. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah terhadap Produk Simpanan *Wadi'ah* di BMT NU Sejahtera Semarang". Skripsi—IAIN Walisongo, Semarang, 2010.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Winarsunu, Tulus. *Statistik dalam Penelitian Psikologi Pendidikan.* Malang : UMM Press, 2009.

Yuanita, Olivia Firda. "Pengaruh Produk, Kualitas Jasa, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Nasabah Penabung". Skripsi--IAIN Surakarta, 2017.

KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera, *Standar Operasional Prosedur (SOP) Pengelolaan Usaha KJKS Dan UJKS Koperasi,* (Surabaya : KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera).

Ketua KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera, *Wawancara,* 20 September 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id