

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK,
DAN TINGKAT BAGI HASIL TERHADAP KEPUASAAN
ANGGOTA KSPPS BMT PETA TRENGGALEK**

SKRIPSI

Oleh:
IMAM ALI MUSTOFA
NIM: G94219157



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2023**

PERNYATAAN

Saya, Imam Ali Mustofa, G94219157, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 14 April 2023

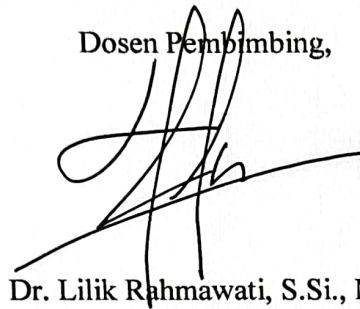


Imam Ali Mustofa
NIM. G94219157

Surabaya, 06 April 2023

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., M.El

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN TINGKAT BAGI HASIL TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA KSPPS BMT PETA TRENGGALEK

oleh
Imam Ali Mustofa
NIM: G94219157

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
tanggal 14 April 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., M.E.I
NIP. 198106062009012008
(Penguji 1)
2. Dr. H. Muhammad Lathoif Ghozali, Lc., MA
NIP. 197511032005011005
(Penguji 2)
3. Betty Silfia Ayu Utami, S.E., M.SE.
NIP. 198706102019032019
(Penguji 3)
4. Muhammad Iqbal Surya Pratikto, M.SEI.
NIP. 199103162019031013
(Penguji 4)

Tanda Tangan:


.....

.....

.....

.....

Surabaya, 14 April 2023



Dr. S. Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 1905142000031001

DECLARATION

I, Imam Ali Mustofa, G94219157, declare that:

1. My thesis is genuine and truly my own creation, and is not another's person work made under my name, nor a piracy or plagiarism. This thesis has never been submitted to obtain an academic degree in UIN Sunan Ampel Surabaya or in any other universities/colleges.
2. This thesis does not contain any work or opinion written or published by anyone, unless clearly acknowledged or referred to by quoting the author's name and stated in the References.
3. This statement is true, if on the future this statement is proven to be fraud and dishonest, I agree to receive an academic sanction in the form of removal of the degree obtained through this thesis, and other sanctions in accordance with the prevailing norms and regulation in UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 14 April 2023

Declared by,



Imam Ali Mustofa

NIM. G94219157

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Imam Ali Mustofa
NIM : G94219157
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail address : imamalimustofa576@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

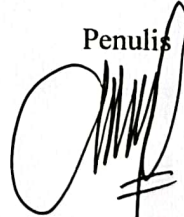
Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Tingkat Bagi Hasil terhadap Kepuasan Anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif 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, 14 April 2023

Penulis

(Imam Ali Mustofa)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Mal wa Tamwil Perekonomian Tasyrikah Agung (KSPPS BMT PETA) Trenggalek dimana faktor yang diukur adalah kualitas pelayanan, kualitas produk dan tingkat bagi hasil.

Strategi pendekatan pada penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Mal wa Tamwil Perekonomian Tasyrikah Agung (KSPPS BMT PETA) Trenggalek yang berjumlah 3125 anggota. Berdasarkan rumus yang telah ditetapkan maka peneliti memilih 66 anggota aktif yang ditetapkan sebagai responden dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek. Tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek. Tidak terdapat pengaruh antara tingkat bagi hasil terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Tingkat Bagi Hasil, KSPPS BMT PETA Trenggalek



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRACT

This research aims to identify and analyze the factors that influence member satisfaction in the Baitul Mal wa Tamwil Economic Tasyrikah Agung Cooperative Savings and Loans Sharia Financing (KSPPS BMT PETA) Trenggalek where the factors measured are service quality, product quality and profit sharing levels.

The approach strategy in this research is to use quantitative methods. The population used is the members of the Baitul Mal wa Tamwil Economic Tasyrikah Agung Cooperative Savings and Loans Sharia Financing (KSPPS BMT PETA) Trenggalek, with a total of 3125 members. Based on the predetermined formula, the researchers chose 66 active members who were determined as respondents in this study.

Based on the results of the analysis and discussion, it shows that there is no influence between service quality and satisfaction of KSPPS BMT PETA Trenggalek members. There is no influence between product quality and KSPPS BMT PETA Trenggalek member satisfaction. There is no influence between the level of profit sharing on the satisfaction of KSPPS BMT PETA Trenggalek members.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Profit Sharing Level, KSPPS BMT PETA Trenggalek



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Kepuasan Anggota	11
2.1.2. Kualitas Pelayanan	15
2.1.3. Kualitas Produk	23
2.1.4. Tingkat Bagi Hasil	30
2.1.5. Baitul Maal wa Tamwil (BMT)	33
2.1.6. Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS)	35
2.2. Penelitian Terdahulu	37
2.3. Kerangka Konseptual	47
2.4. Hipotesis	48
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1. Jenis Penelitian	50
3.2. Tempat atau Lokasi Penelitian	51

3.3.	Populasi dan Sampel	51
3.4.	Definisi Operasional	54
3.4.1.	Variabel Independen (X1)	54
3.4.2.	Variable Independen (X2)	54
3.4.3.	Variabel Independen (X3)	55
3.4.4.	Variabel Dependen (Y)	55
3.5.	Pengukuran Variabel	57
3.5.1.	Uji Validitas	57
3.5.2.	Uji Reliabilitas	58
3.6.	Jenis dan Sumber Data	58
3.7.	Teknik Pengumpulan Data	59
3.8.	Teknik Analisis Data	60
3.8.1.	Uji Statistik Deskriptif	60
3.8.2.	Uji Asumsi Klasik	61
3.8.3.	Uji Regresi Linear Berganda	65
3.9.	Pengujian Hipotesis	66
3.9.1.	Uji Parsial (Uji T)	66
3.9.2.	Uji Simultan (Uji F)	67
3.9.3.	Uji Koefisien Determinasi	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		70
4.1.	Gambaran umum KSPPS BMT PETA Trenggalek	70
4.1.1.	Sejarah berdirinya KSPPS BMT PETA Trenggalek	70
4.1.2.	Visi dan Misi	73
4.1.3.	Letak Geografis	74
4.1.4.	Struktur Organisasi	76
4.1.5.	Produk	76
4.2.	Hasil Pengujian	83
4.2.1.	Hasil Uji Frekuensi	83
4.2.1.	Hasil Uji Statistik Deskriptif	90
4.2.1.	Hasil Uji Kelayakan Data	91
4.2.1.	Hasil Uji Asumsi Klasik	100
4.2.1.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	108
4.2.1.	Hasil Uji Hipotesis	111
4.3.	Pembahasan	116
4.3.1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek	116
4.3.2.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek	117

4.3.3. Pengaruh Tingkat Bagi Hasil terhadap Kepuasan Anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek	118
4.3.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Tingkat Bagi Hasil terhadap Kepuasan Anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek.	119
BAB V PENUTUP	122
5.1. Kesimpulan	122
5.2. Saran	123
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN	129



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Koperasi di Indonesia dari tahun 2017-2021	01
Tabel 3.1	Definisi Operasional	56
Tabel 3.2	Skala Likert	60
Tabel 4.1	Hasil Uji Frekuensi Jenis Kelamin	83
Tabel 4.2	Hasil Uji Frekuensi Usia	84
Tabel 4.3	Hasil Uji Frekuensi Pendidikan Responden	85
Tabel 4.4	Hasil Uji Frekuensi Lama Bergabung Responden	86
Tabel 4.5	Hasil Uji Statistik Deskriptif	90
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	92
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	94
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Tingkat Bagi Hasil	95
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Kepuasan Anggota	96
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan	98
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk	99
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Bagi Hasil	99
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Anggota	100
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas	101
Tabel 4.15	Hasil Uji Heteroskedastisitas	103
Tabel 4.16	Hasil Uji Multikolinearitas	105
Tabel 4.17	Hasil Uji Autokorelasi	108
Tabel 4.18	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	109
Tabel 4.19	Hasil Uji Parsial	112
Tabel 4.20	Hasil Uji Simultan	114
Tabel 4.21	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Biodata Penulis	129
Lampiran 1	Hasil Penyebaran Kuesioner	130
Lampiran 2	Wawancara Dengan Pihak KSPPS BMT PETA Trenggalek	136
Lampiran 3	Sampel Penyebaran Kuesioner	137



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pasal 33 ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945 menjelaskan bahwasannya perekonomian di Indonesia disusun sebagai usaha bersama dengan berdasarkan asas kekeluargaan. Pasal ini sesuai dengan prinsip dari koperasi. Koperasi mempunyai fungsi untuk menjadi wadah dalam membentuk serta mengembangkan adanya potensi maupun kemampuan masyarakat yang mengutamakan dari anggotanya sendiri. Dengan adanya fungsi tersebut, diharapkan kesejahteraan sosial ataupun ekonomi khususnya dari anggota maupun dari masyarakat bisa tercapai.

Tabel 1.1
Jumlah koperasi di Indonesia dari tahun 2017-2021



Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2022

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, pada tahun 2020 jumlah koperasi di Indonesia mencapai 127.124 unit. Jumlah koperasi pada tahun 2020 ini naik sebesar 3,31% dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2021, jumlah koperasi di Indonesia mencapai 127.846 unit. Jumlah koperasi pada tahun 2021 ini naik sebesar 0,56% dari tahun sebelumnya. Sejauh ini, daya tarik koperasi dikalangan masyarakat sangatlah besar terutama koperasi yang mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah karena masyarakat mulai sadar terhadap perencanaan keuangan yang baik di dalam mencapai keamanan keluarga (Kusumawati, 2018). Lebih dari itu, masyarakat juga terbantu dalam modal usaha karena adanya fasilitas simpan pinjam dan sebagian besar pelaku UMKM memilih koperasi yang berbasis syariah dalam membantu pembiayaan usaha mereka.

Kepuasan anggota adalah perasaan senang atau kecewanya seseorang yang muncul akibat membanding-bandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap hasil (produk) atas ekspektasi mereka. Dalam perspektif yang meorientasikan untuk anggota koperasi, kepuasan adalah suatu faktor yang membangun sudut pandang terhadap koperasi. Dengan adanya hal tersebut akan membentuk sebuah citra di kalangan masyarakat mengenai koperasi dan akan menimbulkan peningkatan terhadap koperasi itu sendiri (Kusumawati, 2018).

Kepuasan anggota koperasi salah satunya bergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan. Pada pemenuhan keinginan anggota, pihak

koperasi harus memenuhi taraf unggul yang diinginkan serta harus bisa mengendalikan atas taraf keunggulan tersebut. Definisi tersebut disebut dengan kualitas pelayanan (Tjiptono, 2014b).

Penentuan kualitas pelayanan bergantung pada tingkat kesesuaian antara harapan yang diinginkan oleh pengguna dengan pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan didalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Diperkirakan, kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap tingkat kepuasan anggota koperasi. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan semakin tinggi maka kepuasan anggota juga akan semakin tinggi (Maramis et al., 2018).

Kualitas produk merupakan keunggulan atau kualitas dari sebuah produk atau jasa layanan yang erat kaitannya dengan harapan yang diinginkan oleh anggota. Anggota merupakan pihak yang menilai terhadap kualitas sebuah produk Koperasi Syariah. Dalam menentukan kualitas produk, terdapat banyak ukuran yang bisa dipakai oleh anggota. Akan tetapi, tujuan akhir dari pencapaian ini adalah bisa memberikan kepuasan terhadap anggota. Diperkirakan, terdapat pengaruh antara kualitas produk dengan tingkat kepuasan anggota koperasi.

Bagi hasil merupakan pembagian atas hasil koperasi selama periode tertentu. Pihak koperasi memberikan atas bagi hasil tersebut kepada anggota dengan ketentuan anggota tersebut menyimpan

dananya di koperasi atau pihak koperasi memberikan atas bagi hasil tersebut kepada nasabah dengan ketentuan nasabah tersebut memperoleh manfaat dari dana yang dipinjamkan oleh koperasi dengan menanamkan nilai-nilai syariah didalamnya (Hamidi, 2019). Diperkirakan, terdapat pengaruh antara tingkat bagi hasil dengan kepuasan anggota koperasi. Apabila tingkat bagi hasil yang diberikan oleh pihak koperasi semakin tinggi maka kepuasan anggota juga akan semakin tinggi. Begitu pula sebaliknya, apabila tingkat bagi hasil yang diberikan oleh pihak koperasi berkurang maka kepuasan anggota juga akan berkurang dan nantinya akan menimbulkan penarikan dana oleh anggota.

Masyarakat Trenggalek masih banyak yang menggunakan jasa rentenir keliling daripada koperasi karena disebabkan oleh berbagai hal. Berdasarkan pengamatan peneliti, besarnya masyarakat yang lebih memilih menggunakan jasa rentenir keliling disebabkan oleh mudahnya dan cepatnya pelayanan serta produk yang diberikan dan masyarakat tersebut tidak perlu untuk mengantri maupun mengisi formulir di dalam melakukan peminjaman uang. Dari pihak rentenir sendiri juga menawarkan pinjaman dengan jumlah nilai pinjaman yang fleksibel dan beragam. Hal inilah yang menjadikan masyarakat terjebak untuk memilih menggunakan jasa rentenir dan seringkali mereka kesulitan terbebas dari jeratan rentenir tersebut meskipun mereka mempunyai pengetahuan bahwa jumlah dari jasa atau bunga

pinjaman yang harus disetorkan ke rentenir tersebut dibidang cukup tinggi.

Dengan adanya praktik pinjaman yang menggunakan jasa rentenir tersebut, pihak rentenir saja yang lebih banyak diuntungkan sedangkan masyarakat merasa lebih banyak dirugikan karena masyarakat harus mengembalikan pinjaman dengan jumlah yang lebih besar daripada nilai pinjaman yang diakibatkan dari bunga ataupun jasa yang tinggi. Masyarakat bukannya terbantu tetapi justru membuat mereka kesulitan dalam mengembalikan pinjaman dan menjadikan mereka lebih miskin. Keadaan tersebut mendorong berdirinya KSPPS BMT PETA Trenggalek yang merupakan cabang dari KSPPS BMT PETA Tulungagung. KSPPS BMT PETA Trenggalek adalah koperasi yang menerapkan prinsip syariah untuk menciptakan masyarakat yang produktif, inovatif, berakhlak, dan mandiri. KSPPS ini ditujukan untuk masyarakat yang mempunyai keinginan dalam melakukan kegiatan simpan pinjam yang berbasis syariah dengan tujuan untuk menciptakan kehidupan masyarakat yang terbebas dari riba.

KSPPS BMT PETA merupakan lembaga keuangan yang ada di Kabupaten Trenggalek. Pusat dari KSPPS BMT PETA ada di Tulungagung. KSPPS BMT PETA sendiri mempunyai 15 kantor cabang diantaranya ada di Tulungagung, Trenggalek, Jombang, Blora, Grobogan, Kudus, Blitar, Jember, Kediri, Pati, Semarang, Sidoarjo, Demak, Kota Batu, dan Lamongan. Selain itu, KSPPS BMT PETA

juga mempunyai 7 kantor cabang pembantu dan 1 kantor kas. Lembaga ini berupaya dalam memaksimalkan maupun meningkatkan kualitas pelayanan baik dari segi etika, pelayanan prima maupun kepatuhan syariah yang diterapkan dan menyediakan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginan dari anggota dari berbagai kalangan. Dengan demikian, pelayanan menjadi hal yang diprioritaskan oleh KSPPS BMT PETA Trenggalek.

Masyarakat masih sering membanding-bandingkan antara layanan yang diberikan oleh koperasi dengan layanan yang diberikan oleh rentenir keliling. Contohnya pada rentenir tidak meminta syarat yang banyak seperti agunan. Selain itu, banyak rentenir yang mendatangi kediaman masyarakat untuk mendekati masyarakat yang membutuhkan jasa mereka atau dalam istilah lain disebut dengan menjemput bola. Hal tersebut mendorong masyarakat untuk lebih memilih menggunakan jasa rentenir daripada koperasi. Di sisi lain, literasi masyarakat mengenai koperasi syariah serta produk-produk syariah masih tergolong rendah sehingga daya tarik masyarakat terhadap penggunaan jasa koperasi syariah juga masih tergolong sangat rendah.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Tingkat Bagi Hasil terhadap Kepuasan Anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, dua rumusan masalah bisa dikemukakan dalam penelitian ini. Dua rumusan masalah tersebut meliputi:

1. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat bagi hasil secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan anggota KSPSP BMT PETA Trenggalek?
2. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat bagi hasil secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, tujuan yang diharapkan dengan adanya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah secara parsial kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat bagi hasil berpengaruh terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek.
2. Untuk mengetahui apakah secara simultan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat bagi hasil berpengaruh terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek.

1.4. Manfaat Penelitian

Dalam sebuah penelitian, diharapkan bisa memberikan manfaat yang signifikan. Oleh karena itu, besar harapan dengan adanya penelitian ini bisa memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat terhadap ilmu pengetahuan

Besar harapan dengan adanya penelitian ini, bisa menambah pengetahuan pembaca serta bisa dikatakan penelitian yang melakukan perkembangan terhadap penelitian yang sudah ada sebelumnya. Dengan adanya penelitian ini, juga diharapkan bisa dijadikan dalam tolak ukur maupun referensi dalam melakukan penelitian yang baru dengan ketentuan bahwa substansi yang akan diteliti sama dengan substansi yang terdapat dalam penelitian ini.

2. Manfaat regulator

Besar harapan dengan adanya penelitian ini bisa dijadikan bahan pertimbangan sebuah perusahaan/lembaga/institusi didalam menetapkan aturan-aturan untuk mengoptimalkan sebuah kemampuan dari karyawannya, sehingga nantinya kepuasan nasabah/pelanggan/anggota bisa meningkat.

3. Manfaat terhadap investor

Besar harapan dengan adanya penelitian ini bisa dijadikan acuan investor dalam menilai kinerja dari sebuah

perusahaan/lembaga/institusi untuk melakukan upaya pemenuhan kepuasan terhadap nasabah/pelanggan/anggota.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

Koperasi melakukan sebuah bentuk kegiatan profesional dalam membantu keseluruhan keanggotaan koperasi untuk menggapai tujuan dari koperasi tersebut, istilah ini disebut dengan manajemen koperasi (Ghufron, 2022). Fungsi dari manajemen tersebut untuk dijadikan perencanaan dengan artian dijadikan titik awal dalam kegiatan koperasi serta harus disusun atau dibuat oleh anggota koperasi tersebut. Tujuan dengan adanya perencanaan tersebut yaitu untuk memberikan arahan maupun gambaran dalam melakukan tindakan, dijadikan standar kerja serta bisa membantu dalam memprediksi peluang yang terjadi serta yang bisa menguntungkan bagi koperasi itu sendiri. Selain mempunyai tujuan untuk memperoleh keuntungan untuk koperasi itu sendiri, pihak koperasi juga harus memenuhi keinginan dari anggota koperasi.

Secara umum, faktor yang mendasari kepuasan anggota koperasi meliputi: kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak karyawan terhadap anggota koperasi, kualitas produk pembiayaan yang ditawarkan atau dijual oleh pihak koperasi, dan tingkat bagi hasil dari sebuah investasi yang dilakukan oleh anggota koperasi (Ghufron, 2022). Bagi koperasi, faktor-faktor tersebut adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari sebuah koperasi. Karena faktor tersebut adalah

bagian dari sebuah pendekatan yang dilakukan oleh pihak koperasi dalam mencapai kepuasan anggota serta dalam memperoleh profit terhadap investasi yang dilakukan oleh pihak anggota koperasi.

2.1.1. Kepuasan Anggota

2.1.1.1. Pengertian Kepuasan Anggota

Suatu faktor yang penting dalam memajukan Koperasi Syariah di Indonesia adalah kepuasan anggota. Kepuasan didefinisikan sebagai timbulnya perasaan kecewa atau senang seseorang akibat membanding-bandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap hasil (produk) atas ekspektasi mereka (Kotler & Keller, 2012). Pada sebuah perusahaan yang berbasis koperasi, anggota koperasi tidak akan merasa puas apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi. Begitupun sebaliknya, anggota akan merasa puas apabila kinerja memenuhi atau sesuai dengan ekspektasi. Sebuah bisnis mempunyai tujuan utama yaitu untuk memuaskan para anggotanya. Apabila kepuasan anggota tercapai, maka akan memberikan manfaat seperti relasi antara perusahaan dan anggotanya semakin harmonis, menumbuhkan citra yang baik

terhadap penggunaan ulang maupun menumbuhkan loyalitas anggota, serta mampu menciptakan sebuah rekomendasi kepada orang lain melalui *mouth to mouth* dengan begitu perusahaan merasa diuntungkan. Dari penjabaran tentang kepuasan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan merupakan persepsi anggota terhadap suatu produk baik berupa jasa maupun barang yang digunakannya apakah sesuai dengan harapan ataupun ekspektasi yang diinginkan dan kemudian akan menimbulkan suatu kesan pada konsumen tentang puas atau tidaknya terhadap produk yang digunakannya.

2.1.1.2. Manfaat Kepuasan Anggota

Semakin tinggi kepuasan anggota maka loyalitas anggota juga akan semakin tinggi atau besar (Harmadji et al., 2022). Kepuasan anggota juga memberikan *feedback* yang baik terhadap perusahaan. Kepuasan anggota memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Tercapainya keunggulan yang berkesinambungan.

- b. Persaingan anggota dapat terisolasi.
- c. Menumbuhkan loyalitas anggota.
- d. Anggota yang merasa puas akan merekomendasikan kepada orang lain melalui mulut ke mulut sehingga nantinya akan menambah anggota baru.

Dengan begitu biaya yang digunakan untuk menarik anggota baru akan menurun.

2.1.1.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Anggota

Sebuah perusahaan harus memperhatikan lima faktor yang menjadi tolak ukur dalam penentuan tingkat kepuasan konsumen atau anggota

(Lupiyoadi, 2013). Lima faktor tersebut terdiri dari:

- a. Kualitas produk.

Konsumen atau anggota merasa dirinya puas ketika produk yang mereka gunakan berkualitas. Kualitas produk tersebut dapat dirasakan setelah konsumen atau anggota tersebut membeli dan menggunakannya.

- b. Kualitas pelayanan.

Konsumen atau anggota merasa dirinya puas ketika memperoleh pelayanan yang sejalan dengan ekspektasi mereka dalam bentuk kecepatan pelayanan maupun kualitas pelayanan yang diberikan.

c. Emosional perasaan.

Konsumen atau anggota bangga apabila mereka memperoleh pengakuan dari orang lain atas rasa takjub terhadap produk yang mereka gunakan.

d. Harga penetapan.

Penetapan harga produk dalam sebuah perusahaan harus sejalan dengan yang diharapkan maupun yang didapatkan oleh konsumen, baik dari segi kualitas maupun dari segi kuantitas.

e. Biaya serta kemudahan di dalam memperoleh produk jasa.

Konsumen atau anggota cenderung merasa puas apabila dalam memperoleh produk tersebut tidak perlu untuk

mengeluarkan biaya tambahan dan tidak membuang-buang waktu.

2.1.2. Kualitas Pelayanan

2.1.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan sebuah tindakan kerja yang diberikan oleh seseorang untuk orang lain dalam memberikan bantuan ataupun pertolongan atas suatu hal dalam bentuk jasa. Pelayanan mempunyai kualitas, baik buruknya kualitas pada sebuah pelayanan berdampak pada citra sebuah perusahaan (Rizkulillah et al., 2022).

Kualitas pelayanan adalah sebuah persepsi mengenai sikap, hubungan yang timbul dari membanding-bandingkan antara kinerja dengan harapan (ekspektasi) (Haryanto, 2022). Kualitas pelayanan juga didefinisikan sebagai usaha dalam pemenuhan kebutuhan maupun keinginan nasabah serta tepatnya dalam hal penyampaian untuk mengimbangi harapan atau ekspektasi dari anggota (Halim et al., 2021). Kualitas pelayanan mencakup tentang tingkat keunggulan yang diinginkan atau diharapkan serta kendali terhadap tingkat

keunggulan tersebut dalam pemenuhan keinginan nasabah (Brahim, 2021). Kualitas jasa dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu *expected service* (kualitas jasa yang diinginkan atau diharapkan) dan *perceived service* (kualitas yang dirasakan atau diterima).

Kualitas dari sebuah jasa bisa dibilang baik serta memuaskan ketika jasa tersebut diterima maupun dirasakan sejalan dengan harapan yang diinginkan. Idealnya kualitas jasa apabila jasa yang diberikan sesuai atau melebihi harapan yang diinginkan oleh konsumen/nasabah/anggota dan buruknya kualitas dari sebuah jasa ketika jasa yang diberikan maupun dirasakan tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan.

Dari pemaparan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan merupakan kesesuaian pelayanan yang diberikan dari sebuah instansi/lembagakepada nasabah/pelanggan/anggota yang menitikberatkan pada hal apakah pelayanan tersebut sesuai dengan harapan yang mereka inginkan atau tidak.

2.1.2.2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi dalam kualitas pelayanan mencakup mencakup beberapa hal sebagai berikut (Tho'in, 2011):

1. Daya tanggap

Daya tanggap didefinisikan sebagai respon dari karyawan atau lembaga didalam memberikan layanan dengan cepat dan tanggap. Dimensi dalam daya tanggap ini, mengacu pada perhatian karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, terkait dengan permintaan konsumen, pertanyaan, ataupun keluhan yang saat ini dialami oleh konsumen (Fatmah & Firdiany, 2014).

2. Keandalan

Keandalan didefinisikan sebagai kemampuan dari karyawan atau lembaga dalam memberikan jasa kepada konsumen dengan melakukan jasa sesuai perjanjian atau ketentuan yang telah ditetapkan secara tepat waktu, efektif dan efisien. Keandalan

merupakan dimensi yang memiliki peran penting dalam kepuasan konsumen. Sebuah lembaga atau institusi apabila memberikan jasanya sesuai dengan perjanjian dan dilakukan secara baik maka konsumen, anggota atau pelanggan akan merasa puas (Fatmah & Firdiany, 2014).

3. Jaminan

Jaminan didefinisikan sebagai kemampuan dari karyawan untuk memberikan sebuah informasi maupun pengetahuan terkait produk baik berupa barang atau jasa yang ditawarkan atau dijual secara tepat dalam membangun suatu tingkat kepercayaan konsumen kepada lembaga atau institusi atas konsumsi produk baik berupa barang atau jasa yang ditawarkan atau dijual tersebut.

Jaminan ini juga merupakan dimensi yang memiliki peran yang sangat penting karena melibatkan konsumen langsung dalam menumbuhkan rasa kepercayaan dan rasa kesetiaan dalam mengkonsumsi produk tersebut.

4. Perhatian

Perhatian didefinisikan sebagai kemampuan dari karyawan atau perusahaan dalam memberikan perhatian yang khusus terhadap konsumen, seperti contoh dalam memberikan kemudahan pelayanan kepada konsumen dan mempunyai kemampuan dalam hal penyampaian informasi maupun perolehan masukan baik berupa saran atau kritik dari konsumen.

5. Faktor fisik.

Faktor fisik didefinisikan sebagai bukti secara nyata dari perhatian yang diberikan melalui kemampuan dari karyawan atau lembaga dalam memberikan penampilan fisik, sarana serta prasarana kepada konsumen yang bisa dilihat oleh mata.

2.1.2.3. Faktor-faktor pendukung Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota.

Pada usaha untuk mewujudkan pelaksanaan pelayanan yang baik, ada faktor penting yang saling berpengaruh satu sama lain. Terdapat enam faktor

yang mendukung pelayanan (Ismunandar, 2022).

Enam faktor tersebut, meliputi:

a. Faktor kesadaran.

Faktor kesadaran merupakan faktor yang memberikan arahan pada kondisi jiwa seseorang dalam memperoleh sebuah keyakinan, ketetapan hati, dan keseimbangan jiwa dari titik temu atas pertimbangan. Dengan adanya kesadaran, seseorang akan bersungguh-sungguh dalam melakukan pekerjaan.

b. Faktor aturan.

Faktor aturan merupakan faktor yang mempunyai peranan penting di dalam mengambil tindakan maupun perbuatan seseorang. Sehingga, akan mempengaruhi seseorang secara langsung ataupun tidak langsung terhadap penentuan dan pertimbangan untuk langkah selanjutnya. Subyek aturan yang merupakan pertimbangan pertama di tunjukkan oleh hal-hal penting seperti pengalaman dan

pengetahuan, pemahaman pelaksanaan, disiplin terhadap waktu dan kerja, kewenangan, kemampuan bahasa, dan disiplin di dalam melaksanakan aturan.

c. Faktor organisasi.

Faktor organisasi merupakan faktor yang berfokus untuk mengatur mekanisme kerja tidak melulu terdiri dari susunan organisasi saja. Dengan demikian, prosedur, sistem, serta metode atau teknik dalam memperlancar mekanisme kerja sangat dibutuhkan dalam organisasi sebagai sarana pendukung.

d. Faktor pendapatan.

Faktor pendapatan merupakan pendapatan berupa imbalan baik dalam bentuk uang, aturan atau fasilitas dalam kurun waktu tertentu yang didapatkan setelah mencurahkan tenaga dan pikiran.

e. Faktor kemampuan.

Faktor kemampuan merupakan kemampuan karyawan untuk melaksanakan pekerjaannya dalam

menghasilkan barang atau jasa sesuai dengan harapan yang diinginkan.

f. Faktor sarana pelayanan.

Dalam mempercepat penyelesaian pekerjaan dibutuhkan alat pendukung utama seperti berbagai jenis peralatan, fasilitas dan perlengkapan. Hal tersebut yang dinamakan dengan sarana pelayanan. Sarana pelayanan mempunyai fungsi untuk mempercepat penyelesaian pekerjaan sehingga waktu yang dibutuhkan lebih efisien, produktivitas barang maupun jasa semakin meningkat, terjaminnya ketetapan sarana yang semakin baik, orang yang berkepentingan merasa lebih nyaman, dan orang-orang yang bekerja merasa lebih puas sehingga sifat emosionalnya berkurang.

Sementara disisi lain, Sumarwan & Tjiptono (2019) memaparkan bahwasannya terdapat tujuh faktor yang bisa mempengaruhi kualitas pelayanan. Tujuh faktor tersebut meliputi: sebuah proses dalam

bekerja serta sistem bisnis yang digunakan, budaya serta nilai, kuantitas individu serta tim, proses di dalam manajemen maupun sistem, dan pengalaman maupun penghargaan.

2.1.3. Kualitas Produk

Tujuan didirikannya sebuah organisasi yang berbasis profit maupun non profit adalah untuk memperoleh pangsa pasar yang spesifik, memperoleh laba, meningkatkan penjualan sesuai dengan target, mempertahankan eksistensi, memberikan pelayanan sosial, meningkatkan pertumbuhan, dan lain-lain. Dengan demikian, pihak perusahaan/lembaga/institusi mengupayakan untuk menciptakan sebuah produk dengan sifat yang konkrit ataupun abstrak, selanjutnya pihak perusahaan/lembaga/institusi menawarkan produk yang mereka hasilkan kepada pasar yang sifatnya individual ataupun organisasional dalam merealisasikan tujuan tersebut (Tjiptono, 2014b).

Produk dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar yang memiliki daya tarik untuk dibeli dalam hal pemenuhan kebutuhan maupun keinginan (Kasmir, 2016a). Di sisi lain, produk diartikan sebagai rangkaian atribut

tangible maupun *intangibile*, masuk dalam manfaat ataupun utilitas fungsional, psikologis serta sosial (Tjiptono, 2014b).

Pembeli atau konsumen akan membeli produk atau barang yang mempunyai daya tarik dan tentunya yang bermanfaat bagi dirinya. Selain itu, konsumen juga tertarik dengan produk yang mempunyai kualitas, kinerja, serta inovatif. Produk dapat dikatakan mempunyai kualitas apabila produk tersebut bisa memberikan sebuah hasil yang lebih dari harapan yang diinginkan.

Kualitas produk dapat didefinisikan sebagai mampunya sebuah produk dalam menjalankan fungsinya, mulai dari keawetan, mudahnya dalam penggunaan dan perbaikan, keandalan, dan sifat-sifat yang lain (Arfah, 2022). Kotler mendefinisikan kualitas produk sebagai mampunya sebuah produk di dalam melaksanakan fungsinya mulai dari reliabilitas, durabilitas, mudahnya dalam menggunakan dan perbaikan, ketepatan, serta atribut produk yang mendukung lainnya (Kotler & Keller, 2012).

Dalam dunia usaha, produk yang dihasilkan mempunyai dua bentuk, meliputi produk berwujud dan produk tidak berwujud. Sebuah produk bisa dikatakan produk yang berwujud apabila produk tersebut bisa kita lihat, kita pegang maupun kita rasakan sebelum kita membelinya. Produk dapat

dikatakan tidak berwujud apabila produk tersebut dalam bentuk jasa yang tidak bisa kita lihat maupun kita rasakan sebelum kita membelinya.

Berdasarkan manfaat atas kegunanannya, Kotler membagi produk menjadi lima tingkatan (Kotler & Keller, 2012), meliputi:

1. Inti produk.

Inti produk didefinisikan sebagai manfaat sesungguhnya dari sebuah produk yang diperlukan untuk dikonsumsi anggota.

2. Produk dasar.

Produk dasar yang mempunyai kemampuan untuk pemenuhan fungsi utama atas produk yang sifatnya mendasar.

3. Produk yang diharapkan.

Produk yang diharapkan didefinisikan sebagai produk formal yang dilengkapi dengan atribut dalam keadaan yang layak diharapkan untuk siap ditawarkan dan dibeli

4. Produk pelengkap.

Sebuah produk dilengkapi dengan atribut yang mempunyai manfaat sehingga kepuasan akan meningkat

serta produk tersebut akan berbeda dari produk yang dimiliki oleh pesaing (*diferensiasi product*).

5. Produk potensial.

Berbagai bentuk perubahan ataupun tambahan yang nantinya memungkinkan untuk mengembangkan produk di masa yang akan datang.

Produk yang dihasilkan dalam koperasi berbentuk jasa, Adapun produk yang berbentuk jasa mempunyai ciri-ciri (Kasmir, 2016b):

1. Tidak memiliki wujud.

Jasa tidak bisa kita rasakan ataupun kita nikmati sebelum kita membeli atau mengkonsumsinya. Dengan begitu, kita harus membeli dahulu jasa tersebut.

2. Tidak terpisahkan.

Hubungan atau ikatan antara pihak pembeli dan penjual jasa saling erat tidak bisa ditipkan kepada orang lain.

3. Bervariasi.

Berbagai macam bentuk ataupun wahana meliputi waktu, tempat maupun sifat bisa menjadi pilihan di dalam memperjualbelikan jasa.

4. Tidak bertahan lama.

Apabila jasa sudah dibeli maka secepatnya harus dikonsumsi karena jasa tidak dapat disimpan atau dibiarkan begitu saja.

Konsumen dalam memilih sebuah produk menggunakan aspek dimensi untuk membedakan produk yang akan dipilih dengan produk yang sejenis lainnya, sebagai alasan mengapa memilih produk tersebut. Sehingga perusahaan harus mengerti aspek dimensi tersebut supaya eksistensinya di pasar tetap terjaga (Khalik, 2022). Dimensi kualitas sebuah produk meliputi:

1. Kinerja

Berkaitan dengan sifat operasi mendasar suatu produk.

2. Daya tahan.

Bertahannya sebuah produk sebelum produk tersebut diganti (umur produk). Daya tahan sebuah produk akan semakin besar apabila frekuensi dari pemakaian produk tersebut juga semakin besar.

3. Kesesuaian dengan spesifikasi.

Pemenuhan spesifikasi tertentu oleh konsumen dari karakteristik operasi dasar produk. Dengan kata lain produk tidak mengalami kecacatan.

4. Fitur.

Dalam hal penyempurnaan fungsi sebuah produk atau daya tarik sebuah produk dibutuhkan karakteristik produk yang mampu memenuhi hal tersebut.

5. Reliabilitas.

Dalam kurun waktu tertentu, mungkin apa tidak sebuah produk dapat bekerja secara memuaskan. Sebuah produk bisa diandalkan apabila kemungkinan produk tersebut untuk rusak semakin kecil.

6. Estetika.

Produk yang ditampilkan selayaknya bisa dilihat dari segi bentuk, rasa, penampilan, bau, maupun faktor pendukung lainnya.

7. Kesan kualitas.

Dalam hal informasi tentang produk yang diperoleh dari harga, reputasi, iklan, dari mana produk tersebut berasal, dan merek, konsumen mungkin tidak mengerti atau informasi yang diterima kurang memadai, sehingga secara tidak langsung, diperlukan pengukuran akan hal tersebut.

Konsumen dapat menerima sebuah produk sehingga sampai loyal atas produk tersebut jika harapan yang diinginkan dari konsumen tersebut terpenuhi. Sebuah

perusahaan harus memperhatikan tentang kualitas produknya karena nanti akan memberikan dampak positif terhadap produk tersebut maupun perusahaan itu sendiri. Semakin lama produk yang dihasilkan oleh perusahaan maka akan semakin tinggi juga kualitasnya. Disisi lain, apabila kualitas produk semakin meningkat maka kepuasan konsumen akan terpenuhi sehingga secara tidak langsung jumlah konsumen akan bertambah (Setiawan, 2015).

Dalam pandangan Islam, sesuatu yang mempunyai manfaat, yang menghasilkan material, moral, dan mempunyai kehalalan sebagai dampak positif yang diberikan kepada nasabah merupakan pengertian dari produk nasabah. Sebagaimana yang dijelaskan dalam firman Allah SWT yang berbunyi:

حُطُوتٍ تَتَّبِعُوا وَلَا تَطِيبُوا حَلَالًا الْأَرْضِ فِي مِمَّا كُلُّوا النَّاسُ يَا أَيُّهَا
مُبِينٌ عَدُوٌّ لَكُمْ إِنَّهُ الشَّيْطَانُ

Artinya: “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal kagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata”. (Al-Baqarah [2]:168).

Sebagai umat muslim, kita dianjurkan dan diwajibkan untuk memilih serta memberikan produk yang baik dan halal.

Islam juga menganjurkan untuk tidak memberikan atau memilih produk yang buruk (Kurniawan, 2022).

2.1.4. Tingkat Bagi Hasil

Kosumen dalam membeli sebuah produk baik dalam bentuk jasa maupun barang, dipengaruhi oleh tingkat keuntungan atau manfaat yang didapatkan dari produk tersebut. Tingkat keuntungan atau manfaat yang didapatkan oleh konsumen/pelanggan/anggota pada jasa koperasi syariah adalah bagi hasil (Sitorus, 2019).

Ekonomi Islam mendefinisikan bagi hasil sebagai pengelolaan atas hasil yang dibagi antara kedua belah pihak yang melakukan akad, dua pihak tersebut terdiri dari pihak yang mempunyai modal (*shahibul mal*) dan pihak yang bertugas sebagai pengelola (*mudharib*). Dalam nisbah bagi hasil, ketentuan untuk porsi bagi hasilnya harus disepakati oleh pihak yang mempunyai modal dan pihak yang bertugas sebagai pengelolanya saat melaksanakan akad.

Pasal 1 butir 13 UU No. 10 tahun 1998 menyatakan bahwa prinsip dari bagi hasil terdiri dari:

- a. Besar kecilnya resiko bagi hasil ditentukan pada saat akad berdasarkan kemungkinan terjadinya untung atau rugi.

- b. Besar kecilnya nisbah bagi hasil didasarkan atas jumlah keuntungan yang didapatkan.
- c. Apabila jumlah pendapatan meningkat, maka pembagian bagi hasil juga meningkat.
- d. Keuntungan bagi hasil tidak meragukan diantara pihak yang terlibat.

Kamus ekonomi mendefinisikan pendapatan sebagai perolehan uang yang didapatkan perusahaan dalam menjual barang atau jasa (Medias, 2018). Besarnya pendapatan diperoleh dari hasil perkalian antara jumlah produk yang dihasilkan dalam proses produksi dengan harga yang ditetapkan untuk produk tersebut (Medias, 2018). Total biaya dan laba merupakan unsur-unsur yang terdapat dalam pendapatan. Laba bersih diperoleh dari laba kotor yang dikurangi dengan biaya administrasi dan keuangan, biaya distribusi penjualan. Secara garis besar dapat ditarik kesimpulan bahwasannya dalam prinsip ekonomi, pendapatan didefinisikan sebagai jumlah yang diterima dalam kegiatan memproduksi sebuah barang atau jasa yang didapatkan dari total pengeluaran terhadap barang atau jasa yang diproduksi dikalikan dengan harga yang ditetapkan untuk produk tersebut.

Harga Pokok Penjualan (HPP) dan jumlah selisih dari hasil penjualan merupakan unsur yang ada dalam pendapatan (*revenue*). Yang didalamnya terdapat modal yang ditambah dengan keuntungan. Dalam koperasi, *revenue* mempunyai makna sebagai profit yang diperoleh dalam menyalurkan dana maupun jasa terhadap pinjaman ataupun titipan yang telah koperasi berikan.

Dalam koperasi syariah, *revenue* diartikan sebagai keuntungan yang didapatkan dari proyek nasabah dengan ketentuan bahwa sebelumnya sudah disepakati tentang nisbah bagi hasilnya (Medias, 2018). Istilah yang diperkenalkan koperasi syariah kepada masyarakat dikenal dengan *revenue sharing*, yang mempunyai arti mekanisme bagi hasil yang diperoleh melalui jumlah yang didapatkan dalam mengelola dana tanpa disertai pengurangan terhadap biaya dalam mengelola dana tersebut.

Dengan kata lain, *revenue sharing* pada koperasi didefinisikan sebagai keuntungan yang didapatkan dari investasi yang dikali dengan porsi bagi hasil yang selanjutnya dikali lagi dengan rata-rata saldo yang terdapat dalam tabungan kemudian hasilnya dihitung untuk dibagi sesuai dengan kesepakatan diawal.

2.1.5. *Baitul Maal wa Tamwil (BMT)*

Baitul mal berasal dari bahasa arab yang mempunyai makna rumah. Rumah yang dimaksudkan tersebut adalah rumah harta dengan definisi rumah yang digunakan untuk menyimpan harta atas semua benda berharga yang dimiliki maupun yang dikumpulkan. *Baitul mal* didefinisikan sebagai lembaga yang bertugas untuk menangani harta umat, baik dalam bentuk pendapatan serta pengeluaran suatu negara.

Pada masa Rasulullah SAW, *Baitul Mal* muncul karena adanya urusan negara yang berkaitan dengan mengolah harta dalam bentuk barang ataupun uang (Cokrohadisumarto & Mislan, 2016). Tujuan dengan didirikannya BMT adalah untuk memberikan fasilitas kepada masyarakat tingkat bawah yang belum dijangkau BPR Islam ataupun Bank Islam, yang kegiatan operasionalnya menerapkan mekanisme bagi hasil, jual beli maupun titipan. Target sasaran BMT adalah masyarakat kecil yang tidak dijangkau oleh pihak bank serta mempunyai gangguan pada keadaan psikologis apabila mereka bertemu secara langsung dengan pihak bank (Huda, 2010). Adapun fungsi dari BMT adalah sebagai berikut:

Baitul mal dengan kata *bait* yang mempunyai makna rumah serta *al-mal* yang mempunyai arti harta, dengan artian menerima titipan dana dalam bentuk zakat, infaq, serta

sedekah yang kegiatan distribusinya dioptimalkan melalui pemberian santunan kepada pihak yang berhak menerima yang disesuaikan pada aturan maupun amanat yang telah diperoleh.

Baitul tamwil dengan kata *bait* yang mempunyai makna rumah dan *at-tamwil* yang mempunyai makna pengembangan harta, dengan artian melaksanakan kegiatan untuk mengembangkan usaha produktif serta investasi untuk mengembangkan kualitas ekonomi bagi pelaku UMKM, yang mengedepankan perilaku menabung serta pembiayaan dalam kegiatan ekonomi (bagi hasil, jual beli, jasa serta sektor rill) (Huda, 2016).

Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwasannya *Baitul Maal wa Tamwil* adalah sebuah kegiatan usaha mandiri yang terpadu dengan identitas *bait al-mal wa at-tamwil* dengan kegiatannya melaksanakan perkembangan terhadap usaha produktif serta investasi untuk mewujudkan peningkatan kualitas ekonomi para pelaku ekonomi menengah ke bawah maupun mendorong dalam hal menabung atau pembiayaan-pembiayaan dalam kegiatan ekonomi lainnya. BMT juga bisa menerima berbagai bentuk zakat, infaq, dan sedekah, kemudian disalurkan kepada pihak yang berhak menerima sesuai dengan peraturan yang berlaku.

2.1.6. Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS)

Diantara badan hukum yang terdapat di Indonesia, salah satunya adalah koperasi. Tokoh yang dikenal sebagai pelopor koperasi di Indonesia adalah Bung Hatta. Koperasi didefinisikan sebagai sebuah kumpulan dari orang-orang yang memiliki kepentingan dan tujuan bersama. Menurut sudut pandang yang berbeda, koperasi didefinisikan sebagai sebuah perkumpulan yang didirikan oleh orang-orang dengan latar belakang kemampuannya terbatas dengan tujuan untuk meningkatkan keadaan ekonomi mereka. Koperasi simpan pinjam termasuk dalam lembaga pembiayaan karena kegiatannya menghimpun dana yang berasal dari anggota selanjutnya dana tersebut disalurkan kepada anggota koperasi maupun masyarakat pada umumnya (Prianti, 2021).

Sebelumnya, Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) dikenal dengan istilah Koperasi Jasa Keuangan (KJKS) yang mempunyai arti koperasi dengan kegiatan usahanya yang fokus dalam bidang investasi, pembiayaan, serta simpanan dengan tingkat bagi hasilnya sejalan dengan nilai-nilai syariah. Lahirnya Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) yang dulunya dikenal dengan istilah Koperasi Jasa Keuangan Syariah

(KJKS) berasal dari *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) yang merupakan komponen keuangan syariah mikro yang spesifik. KSPPS mempunyai peran ganda untuk menjalankan kegiatannya, disatu sisi KSPPS sebagai lembaga yang bernaung dalam kegiatan bisnis dan disisi lain KSPPS menjalankan fungsi sosialnya yaitu mengelola, melakukan perhimpunan serta melakukan penyaluran dana dari zakat, infaq, shodaqoh dan wakaf.

Dasar hukum yang terlebih dahulu dikeluarkan adalah dasar hukum BMT kemudian dasar hukum KSPPS. Berdirinya BMT di Indonesia berdasarakan keluarnya kebijakan pemerintah atas Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 mengenai perbankan, dimana perbankan mempunyai sebuah prinsip dalam bagi hasil yang diakui. Pada Undang-Undang tersebut di pasal 13 menyebutkan bahwasannya Bank Perkreditan Rakyat (BPR) menawarkan salah satu usahanya yaitu melakukan pembiayaan untuk nasabah atas dasar mekanisme bagi hasil sesuai dengan ketentuan yang sudah ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah No. 72 tahun 1992 tentang bank yang menerapkan prinsip bagi hasil serta diundangkan pada 30 Oktober 1992 dalam lembaran Negara Republik Indonesia No. 119 tahun 1992. Oleh sebab itu, dibangunlah lembaga-lembaga yang melakukan simpan pinjam yang dikenal dengan

Baitul Maal wa Tamwil (BMT) di wilayah Indonesia, sehingga BMT-BMT tersebut berkembang sesuai dengan peraturan pemerintah tersebut (Dewi, 2017).

Berdirinya KSPPS yaitu atas dasar berlakunya Undang-Undang Nomor 23 tahun 2014 mengenai Pemerintah Daerah yang sudah terimplikasikan dalam kewenangan Pemerintah Pusat, Pemerintah Provinsi dan Kabupaten.Kota pada bidang Perkoperasian. Berlakunya Undang-Undang Nomor 21 tahun 2011 mengenai Otoritas Jasa Keuangan serta Undang-Undang Nomor 1 tahun 2013 mengenai Lembaga Keuangan Mikro juga perlu melakukan penyesuaian dari Kementerian Koperasi serta UKM RI mengenai kegiatan usaha jasa keuangan syariah. Kemudian implikasi ini diakomodir pada Paket Kebijakan I Pemerintah tahun 2015. Perkoperasian menerbitkan Permenkop dan UKM No. 16 tahun 2015 mengenai Usaha Simpan Pinjam serta Pembiayaan Syariah (Prianti, 2021).

2.2. Penelitian Terdahulu

Definisi dari penelitian terdahulu adalah berbagai penelitian yang dibutuhkan dalam penelitian ini untuk dijadikan bahan acuan.

1. Penelitian yang dilakukan oleh F. S. Maramis, J. L. Sepang, dan A. S. Soegoto di tahun 2018 dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk,

Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Air Manado”.

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan. Sedangkan untuk variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari responden melalui wawancara dan jawaban responden dalam kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwasannya secara simultan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan mempunyai perbedaan, yaitu pada penelitian ini difokuskan untuk perusahaan dagang. Penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan mempunyai persamaan, persamaan tersebut terletak pada penggunaan kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (Maramis et al., 2018).

2. Penelitian yang dilakukan oleh Dyah Kusumawati di tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syari’ah (KSPPS) BMT NU Sejahtera Mijen Semarang”.

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk sedangkan untuk variabel

terikatnya adalah kepuasan anggota. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purpose random sampling*. Pengumpulan datanya menggunakan metode observasi, kuesioner dan dokumentasi. Pengolahan datanya menggunakan teknik *editing, coding, dan tabulating*. Sedangkan analisis datanya menggunakan analisis kualitatif dan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah penelitian ini hanya berfokus pada kualitas pelayanan dan kualitas produk saja. Penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan mempunyai persamaan, persamaan tersebut terletak pada variabel bebasnya yaitu sama-sama menggunakan kualitas pelayanan dan kualitas produk (Kusumawati, 2018).

3. Penelitian yang dilakukan oleh Putri Dwi Cahyani & Adhika Alvianto pada tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Pemasaran Spiritual terhadap Kepuasan Nasabah Komparasi Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta dan Purwokerto”.

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan pemasaran spiritual

sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan nasabah. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode non probability sampling sedangkan dalam teknik pengambilan datanya menggunakan purposive sampling. Kriteria dalam menentukan sampel pada penelitian ini adalah nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta dan Purwokerto dan nasabah tersebut pernah melakukan transaksi di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta dan Purwokerto. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sedangkan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah penelitian ini berfokus pada BNI Syariah di kota Yogyakarta dan Purwokerto. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah keduanya sama-sama menggunakan kualitas pelayanan dan kualitas produk sebagai variabel bebas (Cahyani & Alvianto, 2020).

4. Penelitian yang dilakukan oleh M. Saadat, T. R. Tahbet, dan M. A. Mannan pada tahun 2018 yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Anggota Maskapai di Malaysia”.

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah layanan yang disediakan, fitur nyata, layanan-layanan online, staf darat dan layanan makanan sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan anggota. Pengumpulan data dalam penelitian ini

menggunakan kuesioner. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah penumpang yang memiliki setidaknya satu pengalaman penerbangan dengan LCC atau FSC. Dalam menganalisis data, penelitian ini menggunakan alat SPSS. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwasannya staf darat dan layanan makan berpengaruh terhadap kepuasan anggota maskapai sedangkan layanan yang disediakan, fitur nyata, dan layanan-layanan online tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota maskapai. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah dalam penelitian ini fokusnya kepada maskapai yang ada di Malaysia dan perbedaan dalam penggunaan variabel independennya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh, peneliti adalah keduanya sama-sama menggunakan kepuasan anggota sebagai variabel terikat (Saadat et al., 2018).

5. Penelitian yang dilakukan oleh Selim Ahmed, Rafikul Islam, dan Mohammad Mohiudddin pada tahun 2017 yang berjudul "Analisis Kualitas Layanan, Kepatuhan Syariah, dan Kepuasan Anggota terhadap Layanan Perbankan Syariah di Malaysia".

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, kepatuhan syariah, dan kepuasan anggota sedangkan variabel dependennya adalah layanan perbankan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data

primer. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner tersebut disebarakan kepada responden dengan kriteria bahwa responden tersebut telah memiliki pengalaman dalam menggunakan layanan perbankan syariah di Malaysia. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwasannya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada layanan perbankan syariah sedangkan kepatuhan syariah tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada layanan perbankan syariah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah dalam penelitian ini berfokus pada perbankan syariah yang ada di Malaysia. Penelitian ini mempunyai persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, persamaan tersebut terletak pada penggunaan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas dan kepuasan anggota sebagai variabel terikat (Ahmed et al., 2017).

6. Penelitian yang dilakukan oleh Septi Dwi Restia Budi di tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Anggota Menabung di KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto”.

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari kualitas produk, promosi, lokasi, dan kualitas pelayanan sedangkan variabel terikatnya yaitu keputusan menabung. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data

sekuder. Penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling* dalam pengambilan sampel dan menggunakan kuesioner dalam teknik pengumpulan data. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *korelasi rank spearman*, *koefisien konkordansi kendall w* dan analisis regresi ordinal dengan alat bantu SPSS. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwasannya kualitas produk, promosi, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung. Penelitian ini mempunyai perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, perbedaan tersebut terletak pada penggunaan variabel bebas yaitu promosi dan lokasi serta objek penelitiannya berbeda. Penelitian ini mempunyai persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, persamaan tersebut terletak pada penggunaan kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (Budi, 2020).

7. Penelitian yang dilakukan oleh Ling Chen, Meiden Malaysia, Sdn, Bhd, dan Shaheen Mansori di tahun 2018 dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Anggota di Malaysia”.

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan dan loyalitas anggota. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan datanya menggunakan

kuesioner Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwasannya kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas anggota. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah dalam penelitian ini berfokus pada perusahaan maskapai penerbangan yang ada di Malaysia. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah keduanya sama-sama menggunakan kualitas produk sebagai variabel bebas (Chen et al., 2018).

8. Penelitian yang dilakukan oleh Miftakhur Rochmah di tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa KSPPS BMT Mitra Umat Pekalongan”.

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepercayaan, kualitas produk, serta kualitas pelayanan sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan pengguna. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan *teknik non-probability sampling* dengan cara *accidental sampling*. Teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner dan metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan anggota, kualitas produk, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna jasa. Penelitian ini

mempunyai perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, perbedaan tersebut terletak pada variabel bebas yang digunakan yaitu kepercayaan dan objek penelitiannya berbeda. Penelitian ini mempunyai persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, persamaan tersebut terletak pada penggunaan kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (Rochmah, 2019).

9. Penelitian yang dilakukan oleh Suwanto dan Risa Anggraini di tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menabung di BMT Adzkiyah Khidmatul Ummah di Kota Metro”.

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah lokasi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan nasabah. Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan dengan metode *explanatory research*. Teknik pengumpulan sampelnya berupa *accidental sampling* dengan menggunakan kuesioner. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwasannya secara simultan, lokasi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini mempunyai perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, perbedaan tersebut terletak pada penggunaan lokasi sebagai variabel bebas serta objek penelitiannya berbeda. Penelitian ini mempunyai

persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, persamaan tersebut pada penggunaan kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (Suwanto & Anggraini, 2019).

10. Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari pada tahun 2018 yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah”.

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengetahuan, kualitas pelayanan, produk, dan religiusitas sedangkan variabel terikatnya minat nasabah. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan teknik *random sampling*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, hanya pengetahuan dan religiusitas saja yang berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan. Sedangkan secara simultan, pengetahuan, kualitas pelayanan, produk, dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan. Penelitian ini mempunyai perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, perbedaan tersebut terletak pada penggunaan pengetahuan

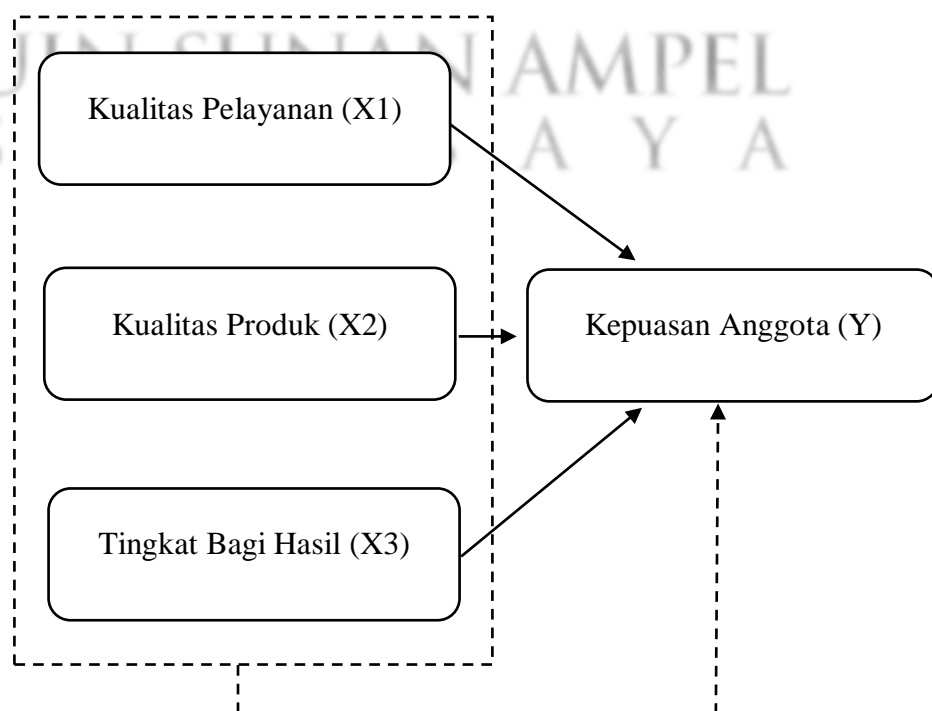
dan religiusitas sebagai variabel bebas serta objek penelitiannya berbeda. Penelitian ini mempunyai persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, persamaan tersebut terletak pada penggunaan variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk (Haris Romdhoni & Ratnasari, 2018).

2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka konseptual pada penelitian ini disajikan dalam gambar berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Konseptual



Keterangan:

—————→ = berpengaruh secara parsial

-----→ = berpengaruh secara simultan

Kerangka konseptual dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas (X) meliputi kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat bagi hasil dan satu variabel terikat (Y) yaitu kepuasan anggota koperasi.

Terdapat dua garis pada gambar diatas. Garis solid melambangkan hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Sedangkan garis putus-putus melambangkan hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan

2.4. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada fakta-fakta empiris yang didapatkan dari pengumpulan dan analisis data. Berdasarkan kerangka konseptual serta hasil beberapa penelitian, maka untuk penelitian ini hipotesisnya dirumuskan sebagai berikut:

H_{01} = Secara parsial, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat bagi hasil tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek.

H₁ = Secara parsial, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat bagi hasil berpengaruh terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek.

H₀₂ = Secara simultan, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat bagi hasil tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek.

H₂ = Secara simultan, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat bagi hasil berpengaruh terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian pada penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Definisi dari penelitian kuantitatif sendiri merupakan penelitian yang penyajian datanya didominasi dengan angka serta analisis data yang digunakan bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis. Adapun tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk mencari peranan, mencari tahu hubungan antara dua variabel atau lebih, pengaruh, serta hubungan yang sifatnya sebab-akibat antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis asosiatif. Analisis asosiatif didefinisikan sebagai bentuk analisis data penelitian yang digunakan untuk menguji ada tidaknya hubungan dua variabel atau lebih (Siregar, 2013). Yaitu antara kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat bagi hasil yang keberadaannya berpengaruh terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek.

3.2. Tempat atau Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di KSPPS BMT PETA Trenggalek yang beralamat di RT 03 RW 01 Desa Kedungsigit Kecamatan Karang Kabupaten Trenggalek.

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi dapat didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang mencakup objek ataupun subyek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu sesuai dengan ketetapan peneliti untuk dipelajari sehingga nanti bisa ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek yang berjumlah 3125 orang.

Penelitian ini menggunakan teknik sampling yang bernama *probability sampling*. Teknik pengambilan sampling dengan istilah *probability sampling* ini memperlakukan anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2016). Pengambilan anggota sampel dari populasi menggunakan sistem acak tanpa memperhatikan strata yang terdapat dalam populasi tersebut. Kategori ini dikenal dengan istilah *simple random sampling*.

Pada penelitian ini respondennya merupakan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek saat pengumpulan data secara kuesioner. Sedangkan untuk obyek dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, kualitas

produk, dan tingkat bagi hasil terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek.

Sampel didefinisikan sebagai bagian dari jumlah maupun karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Dengan adanya penggunaan sampel dalam penelitian memiliki tujuan untuk mempermudah peneliti dalam melakukan analisis data. Dalam menentukan atau mengambil sampel menggunakan metode probabilitas (acak). Metode probabilitas (acak) tersebut memperlakukan anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel, dengan demikian metode ini secara umum dianggap sebagai prosedur yang terbaik (Muhamad, 2013).

Dalam menentukan banyaknya jumlah sampel, penelitian ini menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Issac dan Michael . Adapun rumus yang dikemukakan oleh Issac dan Michael tersebut adalah (Sugiyono, 2016):

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Ket:

S = jumlah sampel

λ^2 = Chi Kuadrat yang harganya tergantung pada derajat kebebasan dan toleransi kesalahan. Untuk derajat kebebasan (dk) 1 dan toleransi kesalahan 10% (0,1), harga Chi Kuadrat sebesar 2,706. Ketentuan tersebut bisa dilihat pada tabel Chi Kuadrat.

N = jumlah populasi

P = peluang benar (0,5)

Q = peluang salah (0,5)

d = toleransi kesalahan.

Dalam menggunakan rumus Issac dan Michael ini, pertama-tama harus menentukan batas toleransi kesalahan (*error tolerance*). Untuk batas toleransi kesalahan dinyatakan dalam bentuk presentase. Secara umum, toleransi kesalahan bisa menggunakan 1%, 5%, atau 10%. Apabila toleransi kesalahan semakin kecil, maka sampel semakin akurat dalam menggambarkan populasi. Penelitian yang menggunakan toleransi kesalahan 10% (0,1), maka dapat disimpulkan bahwa tingkat akurasi penelitian tersebut sebesar 90%.

Pada penelitian ini, populasinya sebanyak 3125 jiwa yang menjadi anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek, dan batas toleransi kesalahan sebesar 10% sehingga nilai $d = 0,1$. Sehingga jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut:

$$s = \frac{2,706 \times 3.125 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2 \times (3.125 - 1) + 2,706 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$s = \frac{2.114,06}{31,92}$$

$$s = 66,24$$

$$s = 66 \text{ (dibulatkan)}$$

Berdasarkan perhitungan di atas bisa diketahui bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 66 responden (dibulatkan).

3.4. Definisi Operasional

Definisi operasional dapat diartikan sebagai batasan-batasan dalam penelitian yang mempunyai tujuan supaya penelitian mempunyai kriteria yang jelas sehingga nantinya akan mempermudah dalam pengukuran variabel penelitian (Arikunto, 2013). Sebagaimana teori dan hipotesis yang telah dipaparkan, berikut definisi operasional dalam penelitian ini:

3.4.1. Variabel Independen (X1)

Variabel independen (X1) dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan. Pusat dari sebuah pelayanan yaitu untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan dari anggota koperasi serta ketepatan dalam penyampaian dalam mengimbangi harapan dari anggota koperasi itu sendiri.

3.4.2. Variable Independen (X2)

Variabel independen (X2) dalam penelitian ini adalah kualitas produk. Kualitas produk didefinisikan sebagai hal yang dijadikan pusat perhatian karena apabila kualitas produk yang

diberikan semakin baik maka anggota juga akan semakin merasa puas terhadap produk yang diberikan tersebut.

3.4.3. Variabel Independen (X3)

Variabel independen (X3) dalam penelitian ini adalah tingkat bagi hasil. Bagi hasil didefinisikan sebagai perolehan dari hasil sebuah kontrak investasi, pembiayaan atau sejenisnya yang dibagi antara pihak yang melakukan kontrak tersebut sesuai dengan kesepakatan pihak yang terlibat. Apabila sebuah kegiatan usaha mengalami keuntungan, maka keuntungan tersebut akan dibagi kepada pihak yang terlibat dan apabila usaha tersebut mengalami kerugian, maka kerugian tersebut akan ditanggung bersama. Dengan adanya sistem bagi hasil ini, menjamin rasa keadilan antara kedua belah pihak karena sudah disepakati sebelumnya. Sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

3.4.4. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan anggota. Kepuasan anggota koperasi didefinisikan sebagai keinginan koperasi dalam mewujudkan kesejahteraan anggota koperasi maupun kesejahteraan koperasi itu sendiri.

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X1) (Tjiptono, 2014a)	1. Daya Tanggap	<i>Skala Likert</i>
	2. Keandalan	
	3. Jaminan	
	4. Empati	
	5. Bukti Fisik	
Kualitas Produk (X2) (Wahyuningsih, 2018)	1. Kinerja	<i>Skala Likert</i>
	2. Keandalan	
	3. Kesesuaian dengan spesifikasi	
	4. Fitur	
	5. Estetika	
Tingkat Bagi Hasil (X3) (Ghufron, 2022)	1. Sesuai dengan nilai-nilai syariah	<i>Skala Likert</i>
	2. Menawarkan bagi hasil yang tinggi	
	3. Memberi keuntungan	
	4. Keuntungan dibagi bersama	
Kepuasan Anggota (Y) (Ghufron, 2022)	1. Kepuasan secara menyeluruh	<i>Skala Likert</i>

	2. Konfirmasi harapan	
	3. Minat menggunakan produk-produk yang tersedia	
	4. Kesiediaan untuk merekomendasikan	

3.5. Pengukuran Variabel

3.5.1. Uji Validitas

Riyanto & Hatmawan (2020) mendefinisikan uji validitas sebagai bukti bahwa instrumen, teknik maupun proses yang digunakan dalam mengukur sebuah konsep benar-benar mengukur konsep yang dimaksudkan. Ketentuannya, semua item instrumen kuesioner dari masing-masing variabel harus mempunyai nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Instrumen kuesioner juga harus mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga instrumen kuesioner dapat dikatakan valid.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Tujuan dilakukannya uji reliabilitas ini adalah untuk memperoleh tingkat ketepatan (keandalan) alat pengumpulan data (instrumen) yang digunakan (Riyanto & Hatmawan, 2020). Sebuah instrumen bisa dikatakan reliabilitas apabila semua variabel mempunyai koefisien Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 sehingga instrumen pernyataan yang digunakan penelitian ini dapat dikatakan sudah reliabel.

3.6. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Data primer didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan peneliti secara langsung dari sumber pertama atau objek yang dijadikan tempat dalam penelitian (Siregar, 2013). Sumber data didefinisikan sebagai sumber dari mana data tersebut didapatkan. Yang dijadikan sumber data primer dalam penelitian ini adalah anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek. Sehingga nantinya pengumpulan data primer pada penelitian ini melalui kuesioner yang telah dibagikan kepada anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek.

3.7. Teknik Pengumpulan Data

Dalam memperoleh data yang akurat dan tepat, maka dibutuhkan metode atau teknik pengumpulan data yang sesuai dengan tujuan dari penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket (kuesioner). Teknik ini didefinisikan sebagai teknik pengumpulan data dengan memberi berbagai pertanyaan atau pernyataan secara tertulis untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2012).

Teknik pengumpulan data dengan kuesioner ini dianggap efisien ketika peneliti paham terhadap variabel yang akan diukur serta mengetahui apa yang bisa diharapkan dari responden. Angket yang digunakan pada penelitian bersifat langsung dan tertutup. Setiap angket yang digunakan dalam penelitian sudah tersedia alternatif jawaban yang harus dipilih satu sesuai dengan pendapat masing-masing responden.

Pemberian skor dalam kuisioer yang terdapat pada peneltian ini menggunakan skala *likert*, yang mencakup berbagai pertanyaan dalam memberikan penilaian dari masing-masing pertanyaan. (Siregar, 2013)mendefinisikan skala *likert* sebagai skala yang diperlukan dalam mengukur sikap, pendapat serta persepsi seseorang atas sebuah objek ataupun fenomena tertentu. Skala *likert* mempunyai fungsi untuk mengukur sebuah sikap, pendapat maupun persepsi seseorang atau kelompok orang atas fenomena sosial.

Dengan adanya penggunaan skala *likert*, variabel yang digunakan akan dikur dan dijabarkan menjadi dimensi, setelah menjadi dimensi akan dijabarkan menjadi indikator, setelah menjadi indikator akan dijabarkan menjadi sub-indikator yang bisa diukur. Yang dijadikan tolak ukur dalam membuat sebuah pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh responden adalah sub-indikator.

Tabel 3.2

Skala *Likert*

No.	Kode	Keterangan	Skor
1	STS	Sangat Tidak Setuju	1
2	TS	Tidak Setuju	2
3	S	Setuju	3
4	SS	Sangat Setuju	4

3.8. Teknik Analisis Data

3.8.1. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif didefinisikan sebagai sebuah pengujian yang digunakan dalam pengujian generalisasi terhadap data yang diteliti (Siregar, 2013). Ringkasan, pengatutan ataupun penyusunan data disajikan dalam bentuk tabel atau grafik. Secara umum, peneliti menggunakan statistik

deskriptif dalam memberikan informasi terkait karakter dari suatu variabel penelitian yang utama. Statistik deskriptif dalam penelitian ini berisi gambaran terkait data yang dilihat dari frekuensi jenis kelamin responden, usia responden, pendidikan terakhir responden, lama bergabung responden di koperasi, dan nilai maksimum serta minimum data di dalam sebuah penelitian. Selain itu, juga menjelaskan secara deskriptif terkait data hasil penelitian mengenai pelayanan yang diberikan oleh pihak koperasi kepada anggota sehingga anggota bertahan menjadi anggotanya, produk yang menjadi pilihan anggota ketika anggota ingin menggunakan produk lagi dari koperasi, dan mekanisme bagi hasil yang diterapkan oleh koperasi.

3.8.2. Uji Asumsi Klasik

3.8.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas didefinisikan sebagai sebuah pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan berdistribusi secara normal atau tidak (Riyanto & Hatmawan, 2020). Pengambilan keputusan dalam pengujian ini berdasarkan nilai Asymp. Sig (2-Tailed) dari uji Kolmogorov-Smirnov. Apabila nilai dari Asymp.

Sig (2-Tailed) lebih besar dari tingkat signifikansi yang sudah ditetapkan yaitu 0,05 maka hipotesis nol diterima dengan artian bahwa tidak ada masalah normalitas pada penelitian ini. Sedangkan, apabila nilai Asymp. Sig (2-Tailed) lebih kecil dari tingkat signifikansi yang sudah ditetapkan yaitu 0,05 maka hipotesis alternatif diterima dengan artian bahwa ada masalah normalitas pada penelitian ini.

3.8.2.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas didefinisikan sebagai sebuah pengujian yang digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi perbedaan varians residual dari pengamatan satu ke pengamatan lain (Riyanto & Hatmawan, 2020). Model regresi yang baik adalah model regresi yang didalamnya tidak terjadi heteroskedastisitas (homokedastisitas). Dalam menguji apakah penelitian ini terjadi gejala heteroskedastisitas maka akan dilakukan uji glesjer. Pengambilan keputusan dalam pengujian ini berdasarkan nilai probabilitas masing-masing variabel. Apabila hasil pengujian menunjukkan nilai probabilitas lebih besar daripada

tingkat signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi atau disebut dengan homokedastisitas. Sedangkan apabila hasil pengujian menunjukkan nilai probabilitas lebih kecil daripada tingkat signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tersebut terjadi heteroskedastisitas.

3.8.2.3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas didefinisikan sebagai sebuah pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat kemiripan atau hubungan antara variabel independen satu dengan variabel independen lainnya dalam sebuah model regresi (Riyanto & Hatmawan, 2020). Sebuah model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi korelasi antara variabel independen satu dengan variabel independen lainnya. Apabila variabel independen saling berkorelasi maka variabel-variabel tersebut tidak ortogonal. Variabel ortogonal didefinisikan sebagai variabel independen yang nilai korelasinya

antara sesama variabel independennya sama dengan nol. Secara umum, untuk mendeteksi ada tidaknya masalah multikolinieritas menggunakan nilai tolerance dan variance inflation factor. Apabila nilai tolerance lebih besar dibandingkan 0,01 serta nilai variance inflation factor lebih kecil dari 10 maka hipotesis nol diterima dengan kesimpulan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas dalam penelitian. Sedangkan apabila nilai tolerance lebih kecil dibandingkan 0,01 serta nilai variance inflation factor lebih besar dari 10 maka hipotesis alternatif diterima dengan kesimpulan bahwa terjadi masalah multikolinieritas dalam penelitian.

3.8.2.4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi didefinisikan sebagai sebuah pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi atau hubungan antara kesalahan pengganggu pada periode sekarang dengan periode sebelumnya (Riyanto & Hatmawan, 2020). Secara umum, model regresi dikatakan baik atau ideal apabila model regresi bebas dari masalah autokorelasi. Pada

pengujian ini, pengambilan keputusannya menggunakan uji Run test. Run test adalah pengujian statistik non paramerik dengan tujuan untuk membuktikan bahwa dalam penelitian tidak terjadi gejala autokorelasi. Pengambilan keputusan dalam pengujian ini berdasarkan kriteria dari nilai Asyp. Sig. (2 tailed). Apabila nilai dari Asyp. Sig. (2 tailed) lebih besar dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 0,05 maka hipotesis nol diterima dengan kesimpulan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi masalah autokorelasi. Sedangkan apabila nilai dari Asyp. Sig. (2 tailed) lebih kecil dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 0,05 maka hipotesis alternatif diterima dengan kesimpulan bahwa pada penelitian ini terjadi masalah autokorelasi.

3.8.3. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda didefinisikan sebagai pengujian yang digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas yakni negatif atau digunakan untuk memprediksi kenaikan maupun penurunan

nilai dari masing-masing variabel pada penelitian (Riyanto & Hatmawan, 2020).

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Ket:

Y: Kepuasan Anggota

a: Konstanta

β : Koefisien regresi variabel independen

ε : error term

X_1 : Kualitas Produk

X_2 : Kualitas Pelayanan

X_3 : Bagi Hasil

3.9. Pengujian Hipotesis

3.9.1. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial atau uji t didefinisikan sebagai pengujian yang digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas (variabel X) secara parsial atau individual terhadap variabel terikat (Y) (Riyanto & Hatmawan, 2020).

Nilai dari t_{hitung} dan t_{tabel} merupakan nilai yang dibutuhkan dalam menguji apakah variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Riyanto & Hatmawan, 2020). Dalam pengujian ini, pengambilan keputusannya berdasarkan:

1. Berdasarkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} : apabila nilai dari t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat. Apabila nilai dari t_{hitung} lebih kecil dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
2. Berdasarkan nilai signifikansi: apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

3.9.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) didefinisikan sebagai sebuah pengujian yang digunakan untuk menunjukkan berpengaruh atau tidaknya semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi terhadap variabel dependen (Riyanto & Hatmawan, 2020). Dalam menyimpulkan apakah model regresi termasuk kategori *goodness of fit* atau tidak, maka harus membandingkan nilai f_{hitung} dengan f_{tabel} dengan df (k-1), (n-k). Apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak sedangkan H_a diterima dengan

kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan. Hasil dari uji F juga bisa dilihat pada tabel ANOVA.

Uji simultan (uji F) juga bisa dilihat dari nilai signifikansi pada model regresi yang terdapat dalam tabel ANOVA dengan nilai signifikansi (α) sebesar 5% atau setara dengan 0,05.

Ketentuan dalam pengujian ini seperti berikut:

1. Bila hasil pengujian menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Bila hasil pengujian menunjukkan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka variabel independen secara simultan berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen.

3.9.3. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi didefinisikan sebagai pengujian yang digunakan dalam penentuan proporsi atau presentase total variasi dalam variabel dependen yang diterangkan oleh variabel independen (Riyanto & Hatmawan, 2020). Seberapa besar nilai dari koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar juga presentase dari variasi nilai variabel dependen yang bisa dijelaskan pada model regresi. Koefisien determinasi (R

Square) bisa digunakan dalam memprediksi besarnya kontribusi pengaruh variabel bebas (X) atas variabel terikat (Y) asalkan hasil dari uji F dalam analisis regresi sifatnya signifikan. Apabila hasil dari uji F tidak signifikan maka nilai koefisien dterminasi tidak bisa digunakan dalam memprediksi besarnya kontribusi pengaruh variabel bebas (X) atas variabel terikat(Y).



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran umum KSPPS BMT PETA Trenggalek

4.1.1. Sejarah berdirinya KSPPS BMT PETA Trenggalek

KSPPS BMT PETA Trenggalek adalah salah satu dari lembaga keuangan non bank yang ada di Kabupaten Trenggalek. Awalnya, KSPPS BMT PETA berdiri di Kabupaten Tulungagung sebagai kantor pusatnya. Kemudian membuka cabang di Trenggalek dan daerah lainnya dengan tujuan untuk mengembangkan koperasi diberbagai daerah yang menerapkan prinsip syariah sekaligus untuk memperkenalkan BMT PETA. Besarnya simpanan pokok dalam koperasi anggota sejumlah Rp. 2.500.000,-. Penentuan simpanan pokok tersebut mempunyai tujuan untuk pemenuhan permodalan awal sehingga nantinya kegiatan operasional dapat berjalan dengan lancar.

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah *Baitul Maal wa Tamwil* Perekonomian Tasyrikah Agung yang disingkat dengan KSPPS BMT PETA merupakan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang sistem kegiatan operasionalnya sesuai dengan prinsip maupun syariat Islam. BMT adalah

institusi yang menjalankan dua kegiatan sekaligus yaitu melakukan kegiatan sosial maupun dakwah dan melakukan kegiatan bisnis. Dengan begitu, kegiatan BMT adalah melakukan pengembangan terhadap usaha produktif dengan menyalurkan pembiayaan produktif atau mendorong kegiatan menabung sekaligus melakukan kegiatan sosial dengan menggalang titipan dana sosial, meliputi zakat, infaq, dan sedekah kemudian menyalurkan dana sosial tersebut kepada yang membutuhkan sesuai dengan amanah, kriteria dan pertauran yang berlaku sehingga nantinya pendistribusian dana sosial tersebut tepat sasaran.

KSPPS BMT PETA ini merupakan rintisan dari KH. M. Sholachuddin Abdul Djalil Mustaqim. Pada saat pengesahan BMT tersebut, KH. M. Sholachuddin Abdul Djalil Mustaqim mendatangkan dua narasumber dari BMT Sidogiri dan sekitar 950 jamaah dari perwakilan kelompok se-Indonesia. Acara pengesahan tersebut diawali dengan sambutan dari keluarga ndalem yang diwakili oleh Bapak KH. M. Khoiruddin, beliau menyampaikan terkait pondok PETA yang sudah memiliki ijin di Kementerian Hukum dan HAM sekaligus sudah dimuat dalam berita negara bahwa pendirian pondok PETA tersebut didirikan pada tahun 1983 dengan No. 89/6/11/83 dengan demikian keberadaan pondok PETA sudah diakui oleh negara.

Dengan adanya BMT di Pondok PETA tersebut, beliau mengharapkan nantinya akan bermanfaat bagi umat banyak. Kegiatan operasional dari BMT ini yaitu mengelola transaksi keuangan dari nasabah maupun kreditur dan mengelola penyaluran infaq, zakat, dan shodaqoh yang nantinya pendistribusiannya kepada depalan asnaf yang sudah ditentukan dalam hukum Islam. Kemudian Bapak Ahmad Ansori menyampaikan tentang penataan sistem, beliau menjelaskan bahwa sebelum SA78 dibentuk, Mursyid pernah berpesan bahwasannya kalau bisa jama'ah PETA dimanajemen dengan baik sehingga nantinya akan mempunyai rumah sakit, sekolah, bank, dan POM sendiri. Target besar dengan adanya pendirian BMT ini adalah ada 17 unit yang tersebar di seluruh Indonesia. Apabila 17 unit BMT tersebut tidak tercapai, setidaknya minimal ada 5 unit BMT yang salah satunya adalah BMT pusat yang ada di Tulungagung.

Moto pendirian BMT ini adalah "BMT sebagai Rumah Ekonomi Jama'ah", sebagai monitoring dan kontroling pendirian BMT ini adalah Aswil se-Indonesia. Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah *Baitul Maal wa Tamwil* Perekonomian Tasyrikah Agung (KSPPS BMT PETA) ini sudah mempunyai legalitas hukum. Badan Hukum No.: 1000/BH/M.KUKM.2/VIII/2011. Pengesahan: AHU.0001038-

AH.01.38 Tahun 2022. SIUSP No.: 337/SSIP/Dep.1/VI/2017.

NIB: 9120211062686. NIK: 3504120130002

4.1.2. Visi dan Misi

Sebuah organisasi tentunya sudah mempunyai tujuan yang jelas dalam menjalankan kegiatannya, baik aktivitas yang dilakukan di dalam maupun di luar organisasi. KSPPS BMT PETA Trenggalek mempunyai visi dan misi sebagai berikut:

4.1.2.1. Visi

Menjadikan KSPPS BMT PETA Trenggalek sebagai rumah ekonomi jama'ah PETA. Merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang terpercaya, cerdas, dan bersahabat dalam menumbuhkembangkan produktivitas anggota.

4.1.2.2. Misi

1. Memberikan layanan yang prima kepada seluruh anggota, mitra dan masyarakat luas.
2. Menjadikan KSPPS BMT PETA sebagai rumah ekonomi jama'ah pondok PETA
3. Merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang terpercaya, cerdas dan bersahabat dalam menumbuhkembangkan produktivitas anggota.

4. Menjadi lembaga intermediasi yang menghimpun dana dari anggota, calon anggota dan menyalurkan kembali kepada anggota.
5. Menjadi mitra lembaga donor, perbankan dan pemerintahan untuk pengembangan usaha mikro.
6. Meningkatkan kesejahteraan umat dan anggota.
7. Melakukan aktivitas ekonomi dengan budaya STAF (Shidiq (Jujur), Tabligh (Komunikatif), Amanah (Dapat dipercaya), Fatonah (Profesional)).
8. Menyediakan permodalan dan melakukan pendampingan usaha bagi anggota, mitra dan masyarakat.

4.1.3. Letak Geografis

KSPPS BMT PETA Trenggalek beralamat di Jalan Raya Karangany RT 07 RW 01 Desa Kedungsigit, Kecamatan Karangany, Kabupaten Trenggalek, Jawa Timur. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada pertimbangan:

1. Dekat dengan jalan raya

Lokasi KSPPS BMT PETA Trenggalek ini dekat dengan jalan raya yaitu jalan antar provinsi yang menghubungkan antar kecamatan sehingga mudah untuk diketahui oleh banyak orang.

2. Dekat dengan pertumbuhan penduduk

Lokasi KSPPS BMT PETA Trenggalek dekat dengan rumah penduduk, sehingga memungkinkan penduduk untuk menggunakan jasa KSPPS BMT PETA Trenggalek.

3. Mudah dijangkau

Lokasi KSPPS BMT PETA Trenggalek bisa dilalui oleh transportasi darat, sehingga memudahkan anggota untuk menjangkau lokasi KSPPS BMT PETA Trenggalek.

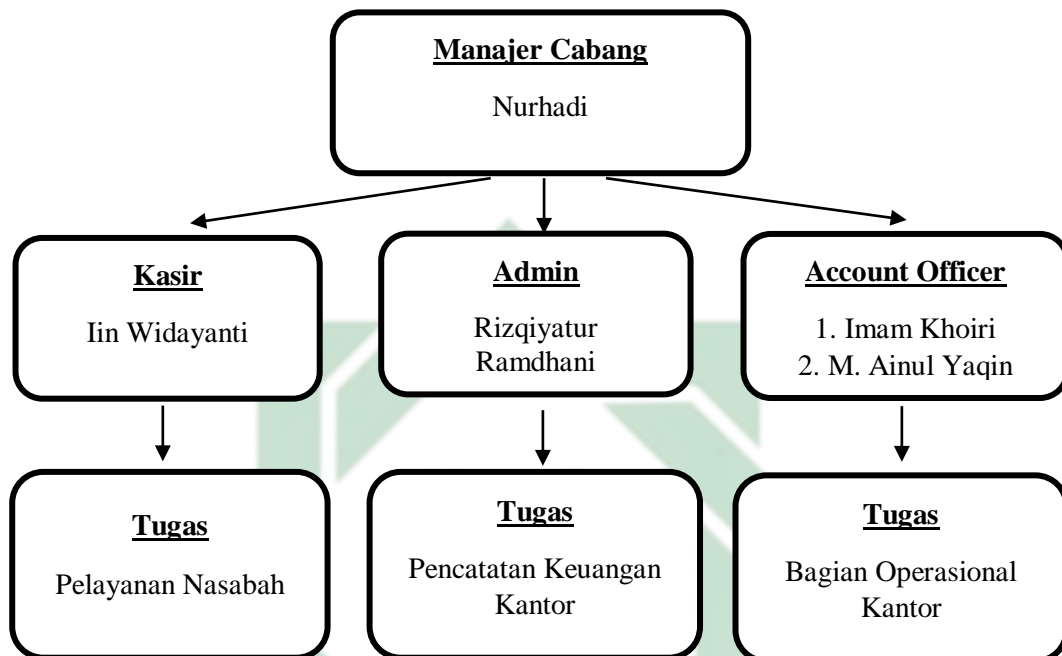
4. Keamanan lingkungan

Lokasi KSPPS BMT PETA Trenggalek dekat dengan pemukiman penduduk, sehingga lingkungan KSPPS BMT PETA Trenggalek terjamin.

5. Masyarakat setempat

Masyarakat disekitar lokasi KSPPS BMT PETA Trenggalek banyak yang memberi dukungan dengan berdirinya oragnisasi tersebut, visi dan misi KSPPS BMT PETA Trenggalek.

4.1.4. Struktur Organisasi



4.1.5. Produk

4.1.5.1. Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)

Dalam KSPPS BMT PETA Trenggalek mempunyai berbagai produk dalam bentuk simpanan, meliputi:

1. Tabaruk (Tabungan Barokah Umum)

Tabungan ini merupakan simpanan yang dapat diambil sewaktu-waktu dengan proses yang mudah dan cepat. Simpanan ini menggunakan akad *Wadi'ah Yad Dhamanah*. Dana disimpan dikelola secara profesional untuk mendukung usaha produktif dan halal dari

anggota, calon anggota dan masyarakat terpercaya. Keuntungan menggunakan simpanan ini adalah: syarat mudah, setoran awal Rp. 20.000,-, bebas potongan/biaya administrasi, dapat bonus simpanan setiap bulan, bisa setor dan tarik tunai setiap saat, fasilitas antar jemput tabungan.

2. Taburi (Tabungan Barokah Idul Fitri)

Tabungan ini merupakan simpanan dana yang efektif untuk memenuhi kebutuhan menjelang Hari Raya dengan hati yang tenang dan bahagia menyambut Idul Fitri. Keuntungan menggunakan tabungan ini adalah: syarat mudah, setoran awal hanya Rp. 20.000,00,-, bebas potongan/biaya administrasi, dapat bonus simpanan setiap bulan, dapat ditarik 1 bulan sebelum Idul Fitri, dan fasilitas antar jemput tabungan.

3. Tafakur (Tabungan Barokah Qurban)

Tabungan ini merupakan simpanan yang mewujudkan niat untuk berqurban di Hari Raya Idul Adha dengan mudah, aman, dan terpercaya. Manfaat dengan adanya tabungan ini adalah: merencanakan kurban sedini mungkin, berqurban lebih ringan dengan simpanan harian, tidak keluar dana besar saat berqurban. Keuntungan yang didapatkan apabila

menggunakan tabungan ini adalah: syarat mudah, setoran awal hanya Rp. 20,000,-, bebas potongan/biaya administrasi, dapat bonus simpanan setiap bulan, dapat ditarik 3 bulan sebelum Idul Adha, fasilitas antar jemput tabungan.

4. Tahajud (Tabungan Barokah Haji & Umroh Terwujud)

Tabungan ini merupakan simpanan yang memudahkan dalam mewujudkan niat ibadah Haji dan Umroh ke tanah suci dengan aman dan terjamin. Keuntungan yang didapatkan apabila menggunakan tabungan ini adalah: syarat mudah, setoran awal hanya Rp. 200,000,-, bebas potongan/biaya administrasi, dapat bonus simpanan setiap bulan, fasilitas antar jemput tabungan.

5. Tahalul (Tabungan Barokah Haul)

Tabungan ini merupakan simpanan yang memudahkan anggota dalam membayar iuran pada saat HAUL Pondok PETA. Keuntungan yang didapatkan apabila menggunakan tabungan ini adalah; syarat mudah, setoran awal hanya Rp. 20.000,-, bebas potongan/biaya administrasi, dapat bonus simpanan setiap bulan, fasilitas antar jemput tabungan.

6. Simpanan Berjangka

Simpanan ini merupakan simpanan yang setoran dan penarikannya berdasarkan jangka waktu tertentu dengan akad *Mudharabah*. Keuntungan apabila menggunakan simpanan ini adalah: simpanan berjangka minimal Rp. 1.000.000,-, Foto copy KTP/KK 1 lembar, mengisi formulir pembukaan simpanan berjangka, jangka waktu 6 bulan dan 12 bulan, tanpa biaya administrasi, simpanan bisa diambil/dicairkan sesuai jangka waktu yang telah disepakati.

4.1.5.2. Produk Pembiayaan

1. PETA MUSAHADAH (Pembiayaan Anggota Modal Usaha Berkah)

Pembiayaan ini merupakan pembiayaan dengan akad berbasis bagi hasil (*Mudharabah/Musyarakah*) atau jual beli (*Murabahah*). Ketentuan pembiayaan ini adalah: jangka waktu pembiayaan maksimal 36 bulan, maksimum plafon pembiayaan s.d Rp. 150.000.000,-, jaminan BPKB, sertifikat/SHM, dan Akta (3 rangkap bermaterai) baik akta jual beli, akta hibah dan akta waris.

2. PETAJI (Pembiayaan Anggota Haji Terwujud)

Pembiayaan ini merupakan solusi terbaik serta lebih berkah untuk mewujudkan langkah ke Baitullah karena pembiayaan sesuai syariah menggunakan akad kafalah atau rahn. Ketentaun pembiayaan ini adalah: proses lebih cepat dengan persyaratan yang mudah, pembiayaan dengan agunan tidak harus mengcover, uang muka hanya 5 juta sudah bisa mendapatkan prosesi, proses pendaftaran ke kantor Kemenag didampingi oleh petugas BMT PETA.

3. PETASAR (Pembiayaan Anggota Pasar)

Pembiayaan ini merupakan pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan anggota yang memiliki usaha/lapak di pasar, menggunakan akad *Murabahah*.

Pembiayaan ini diberikan kepada anggota yang aktif menabung setiap hari minimal 15 kali per bulan selama 3 bulan berturut-turut. Ketentuan pembiayaan ini sebagai berikut; jangka waktu pembiayaan maksimal 12 bulan, maksimum plafon pembiayaan s.d. Rp. 2.000.000,-, jaminan surat berharga (akta lahir/buku nikah).

4. PETANIK

Pembiayaan ini merupakan pembiayaan untuk pembelian *furniture* dan elektronik dengan akad berbasis jual beli (*Murabahah*) atau akad *Ijarah Muntahiyah Bittamlik* (IMBT). Ketentuan pembiayaan ini sebagai berikut: jangka waktu pembiayaan maksimal 36 bulan, maksimum plafon pembiayaan s.d. Rp. 20.000.000,-, uang muka min. 30% atau jaminan senilai uang muka, jaminan BPKB, sertifikat/SHM, dan akta (3 rangkap bermaterai) baik akta jual beli, akta hibah dan akta waris.

5. PETA MUSTANIAH

Pembiayaan ini merupakan pembiayaan anggota modal usaha tani berkah menggunakan akad yang berbasis jual beli *Murabahah* atau *Ijarah Paralel*. Ketentuan pembiayaan ini adalah: sistem angsuran musiman sesuai jenis pertaniannya, maksimum plafond pembiayaan s.d Rp. 30.000.000,-, jaminan BPKB, sertifikat/SHM, dan akta (3 rangkap bermaterai) baik akta jual beli, akta hibah dan akta waris.

6. PETA MASLAHAH (Pembiayaan Anggota Multijasa)

Pembiayaan ini merupakan pembiayaan yang diberikan kepada anggota untuk kebutuhan jasa atau selain penggunaan modal usaha dan pengadaan barang menggunakan akad *Ijarah Paralel*. Ketentuan pembiayaan ini sebagai berikut: jangka waktu pembiayaan maksimal 36 bulan, maksimum plafond pembiayaan s.d. Rp. 50.000.000,-, jaminan BPKB, sertifikat/SHM, dan akta (3 rangkap bermaterai) baik akta jual beli, akta hibah dan akta waris.

7. PETA PEMBEDA (Pembiayaan Anggota Pembelian Kendaraan)

Pembiayaan ini merupakan pembiayaan dalam pembelian kendaraan. Pembiayaan ini menggunakan akad *Murabahah*. Ketentuan pembiayaan ini sebagai berikut: pembelian kendaraan berupa mobil atau motor baru maupun bekas, jangka waktu s.d. 60 bulan, plafon mak. Rp. 200.000.000,-, uang muka min. 30% atau jaminan senilai uang muka.

KSPPS BMT PETA ini juga menerima dan mengelola ZISWAF (Ziswaf Infaq Shadaqah & Wakaf). Program dari ziswaf tersebut meliputi: wakaf produktif, santunan anak yatim, santunan fakir miskin, beasiswa anak yatim, beasiswa anak fakir miskin, kegiatan sosial lainnya.

4.2. Hasil Pengujian

4.2.1. Hasil Uji frekuensi

4.2.1.1. Hasil Uji Frekuensi Jenis Kelamin

Uji frekuensi berdasarkan jenis kelamin adalah sebuah pengujian dengan tujuan untuk mengetahui jumlah responden berdasarkan jenis kelaminnya. Berikut adalah hasil uji frekuensi berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4.1
Hasil Uji Frekuensi Jenis Kelamin

Kategori	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	30	45%
Perempuan	36	55%
Total	66	100%

Sumber: Hasil Pengujian SPSS 26

Berdasarkan pengujian yang terdapat dalam tabel 4.1 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 30 responden, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebesar 36 responden. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan mendominasi pada penelitian ini.

4.2.1.2. Hasil Uji Frekuensi Usia

Uji frekuensi berdasarkan usia adalah sebuah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui jumlah responden berdasarkan rentang usianya.

Tabel 4.2
Hasil Uji Frekuensi Usia

Kategori	Jumlah Responden	Persentase
< 21 Tahun	0	0%
21-25 Tahun	7	11%
26-30 Tahun	29	44%
> 30 Tahun	30	45%
Total	66	100%

Sumber: Hasil Pengujian SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat dalam tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa responden dengan usia rentan < 21 tahun berjumlah 0 responden, usia dengan rentan 21-25 tahun berjumlah 7 responden, usia dengan rentan 26-30 tahun berjumlah 29 responden, usia dengan rentan > 30 tahun berjumlah 30 responden. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa rentan usia yang mendominasi dalam penelitian ini adalah responden dengan rentan usia > 30 tahun.

4.2.1.3. Hasil Uji Frekuensi Pendidikan Terakhir

Uji frekuensi berdasarkan pendidikan terakhir adalah sebuah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui jumlah

responden berdasarkan pendidikan terakhirnya. Berikut hasil uji frekuensi berdasarkan Pendidikan terakhirnya:

Tabel 4.3
Hasil Uji Frekuensi Pendidikan Responden

Kategori	Jumlah Responden	Presentase
SD	12	18%
SMP	26	40%
SMA/SMK	16	24%
S1	12	18%
S2	0	0%
Total	66	100%

Sumber: Hasil Pengujian SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat dalam tabel 4.3 di atas, dapat diketahui bahwa responden dengan pendidikan terakhirnya SD berjumlah 12 responden, responden dengan pendidikan terakhir SMP berjumlah 26 responden, responden dengan pendidikan terakhir SMA/SMK berjumlah 16 responden, responden dengan pendidikan terakhir S1 berjumlah 12 responden, responden dengan pendidikan terakhir S2 berjumlah 0 responden. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pendidikan terakhir yang mendominasi pada penelitian ini adalah responden dengan pendidikan terakhir SMA/SMK.

4.2.1.4. Hasil Uji Frekuensi Lama Bergabung

Uji frekuensi berdasarkan lama bergabung adalah sebuah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui jumlah responden

berdasarkan lamanya bergabung dalam koperasi tersebut.
berikut hasil uji frekuensi berdasarkan lama bergabung:

Tabel 4.4
Hasil Uji Frekuensi Lama Bergabung Responden

Kategori	Jumlah Responden	Presentase
< 1 Tahun	9	14%
1-2 Tahun	15	23%
3-4 Tahun	18	27%
4-6 Tahun	24	36%
Total	66	100%

Sumber: Hasil Pengujian SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat dalam tabel 4.4 diatas, dapat diketahui bahwa responden yang lama bergabungnya < 1 tahun berjumlah 9 responden, responden yang lama bergabungnya dengan kisaran 1-2 tahun berjumlah 15 responden, responden yang lama bergabungnya dengan kisaran 3-4 tahun berjumlah 18 responden, responden yang lama bergabungnya dengan kisaran 4-6 tahun berjumlah 24 responden. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa lama bergabung responden yang mendominasi dalam penelitian ini adalah responden yang lama bergabaungnya kisaran 4-6 tahun.

4.2.1.5. Pelayanan yang dilakukan oleh KSPPS BMT PETA Trenggalek, sehingga anggota bertahan untuk menjadi anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek.

Menurut data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner, mayoritas responden beranggapan bahwa pelayanan antar

jemput yang diberikan oleh KSPPS BMT PETA Trenggalek membuat responden itu bertahan menjadi anggotanya. Selain itu, dengan adanya pelayanan berupa bisa setor dan tarik tunai sewaktu-waktu juga membuat responden itu bertahan menjadi anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek. Pelayanan setor dan tarik tunai tersebut sewaktu-waktu bisa dilakukan oleh anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek di ketua jamaah pondok PETA masing-masing daerah sehingga nantinya anggota tidak perlu jauh-jauh ke tempat kantor KSPPS BMT PETA Trenggalek, karena masyarakat yang menjadi anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek merupakan masyarakat perdesaan yang dulunya menjadi jamaah pondok PETA yang notabnya rumahnya jauh dari kamtor KSPPS BMT PETA Trenggalek.

4.2.1.6. Produk yang diminati oleh anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek.

Produk yang terdapat dalam KSPPS BMT PETA Trenggalek beragam, mulai dari produk penghimpunan dana maupun produk penyaluran dana. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, dapat diketahui bahwa produk yang sekarang banyak digunakan oleh anggota KSPPS BMT PETA adalah produk Tabaruk. Produk tabaruk merupakan produk

dari singkatan tabungan barokah umum, alasan mengapa banyak anggota yang menggunakan produk tabaruk adalah karena dianjurkan dari pimpinan untuk menggunakan produk tersebut dan juga dengan adanya produk tersebut anggota bisa sewaktu-waktu bisa melakukan penarikan maupun setor setiap saat di rumah ketua jamaah pondok PETA di daerah masing-masing. Selain bisa melakukan penarikan maupun setor setiap saat, produk tabaruk tersebut merupakan produk simpanan yang menggunakan akad *wadi'ah yad dhomanah*. Dana disimpan dikelola secara profesional untuk mendukung usaha produktif dan halal dari anggota, calon anggota dan masyarakat terpercaya. Dana yang dititipkan tersebut akan disalurkan kepada pihak yang membutuhkan. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, produk yang diinginkan oleh mayoritas anggota apabila anggota tersebut ingin menggunakan produk KSPPS BMT PETA Trenggalek lagi adalah produk tafakur dan taburi. Alasan memilih produk tafakur tersebut adalah anggota bisa berkorban pada saat hari raya Idul Adha tanpa mengeluarkan dana besar saat berkorban. Produk tersebut mempermudah anggota untuk berkorban lebih ringan dengan simpanan harian. Alasan anggota memilih produk taburi adalah anggota bisa memenuhi kebutuhan Idul Fitri dengan sistem menabung tanpa mengeluarkan dana yang

besar pada saat idul fitri sehingga akan mempermudah anggota. Selain itu, produk taburi bebas potongan/biaya administrasi, dapat bonus simpanan setiap bulan, dan dapat ditarik 1 bulan sebelum Idul Fitri.

4.2.1.7. Mekanisme bagi hasil yang diterapkan oleh KSPPS BMT PETA Trenggalek.

Mekanisme bagi hasil yang diterapkan dalam KSPPS BMT PETA Trenggalek sesuai dengan prinsip syariah dimana mekanisme bagi hasil tersebut sesuai dengan kesepakatan di awal akad. Untuk mekanisme bagi hasil berbeda-beda sesuai dengan ketentuan dari produk tersebut. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner anggota mengetahui mekanisme bagi hasil yang diterapkan oleh KSPPS BMT PETA Trenggalek.

Mekanisme bagi hasil tersebut tergantung pada produk yang digunakan. Setiap produk mempunyai mekanisme bagi hasil sendiri-sendiri. Akan tetapi, secara garis besar responden menjawab bahwa mekanisme bagi hasil yang diterapkan oleh KSPPS BMT PETA Trenggalek sesuai dengan kesepakatan pada saat melakukan perjanjian, keuntungan dibagi oleh anggota dan pihak koperasi.

4.2.2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah kegiatan pengujian yang dilakukan untuk memberikan gambaran terkait variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Statistik deskriptif berhubungan dengan hal yang memberikan keterangan terkait suatu data, keadaan, maupun fenomena dalam bentuk tabulasi sehingga nantinya mudah dalam menginterpretasikan. Uji statistik dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui nilai maksimum, minimum, nilai rata-rata serta standar deviasi. Berikut ini adalah hasil pengujian statistik deskriptif dalam penelitian ini:

Tabel 4.5
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	66	10.00	20.00	16.1061	2.32133
Kualitas Produk	66	10.00	20.00	16.2121	2.42750
Tingkat Bagi Hasil	66	8.00	16.00	13.0000	2.07550
Kepuasan Anggota	66	8.00	16.00	13.1515	1.98643
Valid N (listwise)	66				

: Hasil Pengujian SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat dalam tabel 4.5 di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai minimum dan maksimum dari variabel kualitas pelayanan adalah 10 dan 20. Nilai rata-ratanya sebesar 16,10 dengan standar deviasi sebesar 2,32. Berdasarkan hasil tersebut maka bisa

disimpulkan bahwa responden cenderung menjawab setuju terkait dengan kualitas pelayanan.

2. Nilai minimum dan maksimum dari variabel kualitas produk adalah 10 dan 20. Nilai rata-ratanya sebesar 16,21 dengan standar deviasi sebesar 2,42. Berdasarkan hasil tersebut maka bisa disimpulkan bahwa responden cenderung menjawab setuju terkait dengan kualitas produk.
3. Nilai minimum dan maksimum dari variabel tingkat bagi hasil adalah 8 dan 16. Nilai rata-ratanya sebesar 13,00 dengan standar deviasi sebesar 2,07. Berdasarkan hasil tersebut maka bisa disimpulkan bahwa responden cenderung menjawab setuju terkait dengan tingkat bagi hasil.
4. Nilai minimum dan maksimum dari variabel kepuasan anggota adalah 8 dan 16. Nilai rata-ratanya sebesar 13,15 dengan standar deviasi 1,98. Berdasarkan hasil tersebut, maka bisa disimpulkan bahwa responden cenderung menjawab setuju terkait dengan kepuasan anggota.

4.2.3. Hasil Uji Kelayakan Data

4.2.3.1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan bukti bahwa instrument, teknik atau proses yang digunakan dalam mengukur sebuah konsep benar-benar mengukur konsep yang dimaksudkan. Dengan ketentuan

bahwa keseluruhan item instrumen kuesioner mempunyai nilai signifikansi masing-masing variabel kecil dari 0,05 sehingga alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini dikatakan valid. Dan instrument kuesioner harus mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga nantinya instrumen kuesioner dikatakan valid. Berikut adalah hasil pengujian validitas dari masing-masing variabel pada penelitian ini:

1. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Berikut adalah hasil pengujian validitas kualitas pelayanan pada penelitian ini:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Kualitas pelayanan
X1.1	Pearson Correlation	1	.408**	.112	.289*	.484**	.687**
	Sig. (2-tailed)		.001	.372	.018	.000	.000
	N	66	66	66	66	66	66
X1.2	Pearson Correlation	.408**	1	.327**	.292*	.601**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.001		.007	.017	.000	.000
	N	66	66	66	66	66	66
X1.3	Pearson Correlation	.112	.327**	1	.310*	.251*	.576**
	Sig. (2-tailed)	.372	.007		.011	.042	.000
	N	66	66	66	66	66	66
X1.4	Pearson Correlation	.289*	.292*	.310*	1	.180	.625**
	Sig. (2-tailed)	.018	.017	.011		.147	.000

	N	66	66	66	66	66	66
X1.5	Pearson Correlation	.484**	.601**	.251*	.180	1	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.042	.147		.000
	N	66	66	66	66	66	66
Kualitas pelayanan	Pearson Correlation	.687**	.769**	.576**	.625**	.735**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	66	66	66	66	66	66

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

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

Sumber: Hasil Pengujian SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat dalam tabel 4.6 di atas, diketahui bahwa seluruh nilai signifikansi hasil pengujian terhadap setiap pertanyaan yang digunakan dalam menggambarkan variabel kualitas pelayanan lebih kecil dari 0,05 dan nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,2423) berdasarkan hasil tersebut maka pernyataan yang digunakan dalam menggambarkan variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Berikut adalah hasil pengujian validitas kualitas produk pada penelitian ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

		Correlations					Kualita sprodu k
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
X2.1	Pearson Correlation	1	.356**	.301*	.570**	.327**	.707**
	Sig. (2-tailed)		.003	.014	.000	.007	.000
	N	66	66	66	66	66	66
X2.2	Pearson Correlation	.356**	1	.408**	.459**	.568**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.003		.001	.000	.000	.000
	N	66	66	66	66	66	66
X2.3	Pearson Correlation	.301*	.408**	1	.342**	.409**	.689**
	Sig. (2-tailed)	.014	.001		.005	.001	.000
	N	66	66	66	66	66	66
X2.4	Pearson Correlation	.570**	.459**	.342**	1	.361**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005		.003	.000
	N	66	66	66	66	66	66
X2.5	Pearson Correlation	.327**	.568**	.409**	.361**	1	.727**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.001	.003		.000
	N	66	66	66	66	66	66
Kualit aspro duk	Pearson Correlation	.707**	.764**	.689**	.747**	.727**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	66	66	66	66	66	66

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

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

Sumber; Hasil Pengujian SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat dalam tabel 4.7 di atas, diketahui bahwa seluruh nilai signifikansi hasil pengujian terhadap setiap pernyataan yang digunakan dalam menggambarkan variabel kualitas produk lebih kecil dari 0,05 dan nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,2423) berdasarkan hasil tersebut maka pernyataan yang digunakan dalam menggambarkan variabel kualitas produk dikatakan valid.

3. Hasil Uji Validitas Tingkat Bagi Hasil

Berikut adalah hasil pengujian validitas tingkat bagi hasil pada penelitian ini:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Tingkat Bagi Hasil

		Correlations				Tingkat bagihas il
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	
X3.1	Pearson Correlation	1	.345**	.568**	.401**	.766**
	Sig. (2-tailed)		.005	.000	.001	.000
	N	66	66	66	66	66
X3.2	Pearson Correlation	.345**	1	.426**	.352**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.005		.000	.004	.000
	N	66	66	66	66	66
X3.3	Pearson Correlation	.568**	.426**	1	.545**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	66	66	66	66	66

X3.4	Pearson Correlation	.401**	.352**	.545**	1	.746**
	Sig. (2-tailed)	.001	.004	.000		.000
	N	66	66	66	66	66
Tingkat bagihasil	Pearson Correlation	.766**	.702**	.831**	.746**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	66	66	66	66	66

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

Sumber: Hasil Pengujian SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian yang terapat dalam tabel 4.8 di atas, diketahui bahwa seluruh nilai signifikansi hasil pengujian terhadap setiap pernyataan yang digunakan dalam menggambarkan variabel tingkat bagi hasil lebih kecil dari 0,05 dan nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,2423) berdasarkan hasil tersebut maka pernyataan yang digunakan dalam menggambarkan variabel tingkat bagi hasil dikatakan valid.

4. Hasil Uji Validitas Kepuasan Anggota

Berikut adalah hasil pengujian validitas kepuasan anggota pada penelitian ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Kepuasan Anggota

		Correlations				Kepuasan anggota
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	
Y1.1	Pearson Correlation	1	.422**	.358**	.514**	.775**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.000	.000
	N	66	66	66	66	66

Y1.2	Pearson	.422**	1	.463**	.402**	.755**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000
	N	66	66	66	66	66
Y1.3	Pearson	.358**	.463**	1	.331**	.709**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.007	.000
	N	66	66	66	66	66
Y1.4	Pearson	.514**	.402**	.331**	1	.756**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.007		.000
	N	66	66	66	66	66
Kepuasan ggota	Pearson	.775**	.755**	.709**	.756**	1
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	66	66	66	66	66

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

Sumber: Hasil Pengujian SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat dalam tabel 4.9 di atas, diketahui bahwa seluruh nilai signifikansi hasil pengujian terhadap setiap pernyataan yang digunakan dalam menggambarkan variabel kepuasan anggota lebih kecil dari 0,05 dan nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,2423) berdasarkan hasil tersebut maka pernyataan yang digunakan dalam menggambarkan variabel kepuasan anggota dikatakan valid.

4.2.3.2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk memperoleh tingkat ketepatan (kehandalan) alat pengumpulan data (instrumen)

yang digunakan, suatu instrument dikatakan reabilitas apabila semua variabel mempunyai koefisien Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 sehingga bisa dikatakan bahwa instrumen pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini sudah reliabel. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas pada penelitian ini:

1. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas variabel kualitas pelayanan pada penelitian ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.705	5

Sumber: Hasil Pengujian SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat dalam tabel 4.10 di atas, diketahui bahwa nilai Cronbach alpha dari 5 pernyataan yang menggambarkan variabel kualitas pelayanan nilainya diatas 0,60. Berdasarkan hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang dilakukan dalam menggambarkan variabel kualitas pelayanan bisa dikatakan reliabel.

2. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas variabel kualitas produk pada penelitian ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.774	5

Sumber: Hasil Pengujian SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat dalam tabel 4.11 di atas, diketahui bahwa nilai Cronbach alpha dari 5 pernyataan yang digunakan dalam menggambarkan variabel kualitas produk nilainya diatas 0,60 yaitu 0,774. Berdasarkan hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang digunakan dalam menggambarkan variabel kualitas produk dikatakan reliabel.

3. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Bagi Hasil

Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas variabel tingkat bagi hasil pada penelitian ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Bagi Hasil

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.757	4

Sumber: Hasil Pengujian SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat dalam tabel 4.12 di atas, diketahui bahwa nilai Cronbach alpha dari 4

pernyataan yang digunakan dalam menggambarkan variabel tingkat bagi hasil nilainya di atas 0,660 yaitu 0,757. Berdasarkan hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang digunakan dalam menggambarkan variabel tingkat bagi hasil dikatakan reliabel.

4. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Anggota

Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas variabel kepuasan anggota pada penelitian ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Anggota

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.740	4

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat dalam tabel 4.13 di atas, diketahui bahwa Cronbach alpha dari 4 pernyataan yang digunakan dalam menggambarkan variabel kepuasan anggota nilainya diatas 0,60 yaitu 0,740. Berdasarkan hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang digunakan dalam menggambarkan variabel kepuasan anggota dikatakan reliabel.

4.2.4. Hasil Uji Asumsi Klasik

4.2.4.1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah dalam penelitian nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang mempunyai nilai residual terdistribusi normal. Pegambilan keputusan dalam pengujian ini berdasarkan nilai asymp.sig. (2-tailed) pada uji Kolmogrov Smirnov. Apabila nilai asymp.sig. (2-tailed) lebih besar dibandingkan dengan tingkat kepercayaan yang sudah ditetapkan maka bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah normalitas pada penelitian ini, jika nilai asymp.sig. (2-tailed) lebih kecil dibandingkan dengan tingkat kepercayaan yang sudah ditetapkan maka bisa disimpulkan bahwa terjadi masalah normalitas pada penelitian ini. Tingkat kepercayaan yang digunakan pada penelitian ini adalah 0,05. Berikut hasil pengujian normalitas pada penelitian ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		66
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.94312138
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.057
	Negative	-.098
Test Statistic		.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.193 ^c

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Pengujian SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat dalam tabel 4.14 di atas, diketahui bahwa nilai asymp.sig. (2-tailed) dari hasil pengujian sebesar 0,193. Jika hasil pengujian dibandingkan dengan tingkat kepercayaan yang digunakan pada penelitian ini, maka nilai asymp.sig. (2-tailed) lebih besar dibandingkan dengan tingkat kepercayaan yang digunakan pada penelitian ini yaitu $0,193 > 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah normalitas pada pengujian ini.

4.2.4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian yang dilakukan pada variabel dependen sekaligus variabel independen. Suatu model regresi mengandung masalah heteroskedastisitas artinya varian variabel yang terdapat pada model tersebut tidak konstan. Sebaliknya, jika varian variabel yang terdapat pada model mempunyai nilai yang sama (konstan) disebut sebagai heteroskedastisitas. Masalah heteroskedastisitas sering terjadi dalam penelitian yang menggunakan data cross-section. Heteroskedastisitas pada penelitian ini diukur menggunakan uji glesjer. Pengambilan keputusan dalam penelitian ini didasarkan pada nilai signifikansi hasil uji glesjer. Apabila nilai signifikansi hasil pengujian lebih besar dibandingkan dengan

tingkat kepercayaan yang sudah ditetapkan yaitu 0,05 maka bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dari setiap variabel, jika nilai signifikansi hasil pengujian lebih kecil dibandingkan dengan dengan tingkat kepercayaan yang sudah ditetapkan yaitu 0,05 maka bisa disimpulkan bahwa terjadi masalah heteroskedastisitas dari setiap variabel. Tingkat kepercayaan yang digunakan pada penelitian ini adalah 0,05. Berikut adalah hasil pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.117	1.533		2.034	.046
	Kualitas Pelayanan	.047	.062	.094	.757	.452
	Kualitas Produk	-.085	.060	-.177	-1.422	.160
	Tingkat Bagi Hasil	-.073	.070	-.131	-1.053	.297

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Hasil Pengujian SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat dalam tabel 4.15 di atas, penjabaran penjelasannya di bawah ini:

1. Nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,452. Jika dibandingkan dengan tingkat kepercayaan yang sudah ditetapkan, maka nilai signifikan lebih besar dibandingkan dengan tingkat kepercayaan yang sudah ditetapkan. Berdasarkan hasil tersebut maka bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam variabel kualitas pelayanan.
2. Nilai signifikansi dari variabel kualitas produk sebesar 1,160. Jika dibandingkan dengan tingkat kepercayaan yang sudah ditetapkan, maka nilai signifikan lebih besar dibandingkan dengan tingkat kepercayaan yang sudah ditetapkan. Berdasarkan hasil tersebut maka bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam variabel kualitas produk.
3. Nilai signifikansi dari variabel tingkat bagi hasil sebesar 0,297. Jika dibandingkan dengan tingkat kepercayaan yang sudah ditetapkan, maka nilai signifikan lebih besar dibandingkan dengan tingkat kepercayaan yang sudah ditetapkan. Berdasarkan hasil tersebut maka bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam variabel tingkat bagi hasil.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada penelitian ini.

4.2.4.3. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas mempunyai artian bahwa terjadi korelasi linear yang mendekati sempurna antara dua variabel bebas atau lebih. Uji multikolinearitas mempunyai tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya satu atau lebih variabel bebas, memiliki hubungan dengan variabel bebas lainnya. Pengambilan keputusan dalam penelitian ini didasarkan pada nilai tolerance dan variance inflation factor. Jika hasil pengujian menunjukkan nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai variance inflation factor lebih kecil dari 10 maka bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas pada penelitian ini, jika hasil pengujian menunjukkan nilai tolerance lebih kecil dari 0,1 dan nilai variance inflation factor lebih besar dari 10 maka bisa disimpulkan bahwa terjadi masalah multikolinearitas pada penelitian ini. Berikut ini adalah hasil pengujian multikolinearitas pada penelitian ini:

Tabel 4.16
Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.800	2.628		6.393	.000		

Kualitas Pelayanan	-.014	.107	-.016	-.132	.89	.986	1.014
Kualitas Produk	-.146	.103	-.178	-	.16	.978	1.022
Tingkat Bagi Hasil	-.082	.120	-.085	-.682	.49	.988	1.012

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Sumber: Hasil Pengujian SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat dalam tabel 4.16 di atas, penjabaran penjelasannya di bawah ini:

1. Nilai tolerance dan variance inflation factor dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,986 dan 1,014. Jika dibandingkan dengan kriteria yang sudah ditetapkan, maka tolerance hasil pengujian lebih besar dibandingkan 0,1 yaitu 0,986 dan nilai variance inflation factor lebih kecil dari 10 yaitu 1,014. Berdasarkan hasil tersebut maka bisa ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas dalam variabel kualitas pelayanan.
2. Nilai tolerance dan variance inflation factor dari variabel kualitas produk sebesar 0,978 dan 1,022. Jika dibandingkan dengan kriteria yang sudah ditetapkan, maka tolerance hasil pengujian lebih besar dibandingkan 0,1 yaitu 0,978 dan nilai variance inflation factor lebih kecil dari 10 yaitu 1,022. Berdasarkan hasil tersebut maka bisa ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas dalam variabel kualitas produk.

3. Nilai tolerance dan variance inflation factor dari variabel tingkat bagi hasil sebesar 0,988 dan 1,012. Jika dibandingkan dengan kriteria yang sudah ditetapkan, maka tolerance hasil pengujian lebih besar dibandingkan 0,1 yaitu 0,988 dan nilai variance inflation factor lebih kecil dari 10 yaitu 1,012. Berdasarkan hasil tersebut maka bisa ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas dalam variabel tingkat bagi hasil.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas pada penelitian ini.

4.2.4.4. Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah pengujian yang digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sekarang dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Pengambilan keputusan dalam pengujian ini menggunakan uji Run test dengan melihat nilai Asyp.Sig. (2 tailed). Apabila nilai Asyp.Sig. (2 tailed) lebih besar dibandingkan tingkat signifikansi yang sudah ditetapkan maka tidak terjadi masalah autokorelasi dalam penelitian. Jika nilai Asyp.Sig. (2 tailed) lebih kecil dibandingkan tingkat signifikansi yang sudah ditetapkan maka terjadi masalah autokorelasi dalam penelitian.

Tingkat signifikansi dalam penelitian ini adalah 0,05. Berikut adalah hasil pengujian autokorelasi dalam penelitian ini:

Tabel 4.17
Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.10939
Cases < Test Value	33
Cases >= Test Value	33
Total Cases	66
Number of Runs	37
Z	.744
Asymp. Sig. (2-tailed)	.457

a. Median

Sumber: Hasil Pengujian SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat dalam tabel 4.17 di atas, diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) dari hasil pengujian sebesar 0,457. Sehingga dapat kita ketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dibandingkan dengan tingkat signifikansi. Berdasarkan hasil tersebut bisa ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi masalah autokorelasi pada penelitian ini.

4.2.5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Metode analisis regresi linear berganda mempunyai tujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen yakni negative atau memprediksi kenaikan maupun

penurunan nilai dari masing-masing variabel pada penelitian. Pengambilan keputusan dalam penelitian ini berdasarkan kolom B pada unstandardized coefficients. Jika nilai pada kolom B pada unstandardized coefficients bernilai positif maka variabel independen tersebut berdampak positif terhadap variabel dependen, begitupun sebaliknya apabila nilai pada kolom B pada unstandardized coefficients bernilai negatif maka variabel independen tersebut berdampak negatif terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil pengujian regresi linear berganda pada penelitian ini:

Tabel 4.18
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	16.800	2.628		6.393	.000
	Kualitas Pelayanan	-.014	.107	-.016	-.132	.896
	Kualitas Produk	-.146	.103	-.178	-1.417	.162
	Tingkat Bagi Hasil	-.082	.120	-.085	-.682	.498

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota
Sumber: Hasil Pengujian SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat dalam tabel 4.18 diatas maka bisa dijadikan dalam bentuk persamaan:

$$Y = 16,8 - 0,014X_1 - 0,146X_2 - 0,082X_3$$

Berdasarkan hasil pengujian dan bentuk persamaan di atas, maka bisa dijelaskan seperti dibawah ini:

1. Nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar $-0,014$, hasil ini menunjukkan bahwa apabila nilai kualitas pelayanan bernilai satu satuan dan variabel independen lainnya bernilai konstan maka nilai kualitas pelayanan akan turun sebesar $0,014$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota.
2. Nilai koefisien kualitas produk sebesar $-0,146$, hasil ini menunjukkan bahwa apabila nilai kualitas produk bernilai satu satuan dan variabel independen lainnya bernilai konstan maka nilai kualitas produk akan turun sebesar $0,146$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota.
3. Nilai koefisien tingkat bagi hasil sebesar $-0,082$, hasil ini menunjukkan bahwa apabila nilai tingkat bagi hasil bernilai satu satuan dan variabel independen lainnya bernilai konstan maka nilai tingkat bagi hasil akan turun sebesar $-0,082$. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat bagi hasil tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota.
4. Nilai konstanta sebesar $16,8$, hasil ini menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen bernilai konstan, maka nilai kepuasan anggota sebesar $16,8$.

4.2.6. Hasil Uji Hipotesis

4.2.6.1. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial atau uji t mempunyai tujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel independennya. Pengambilan keputusan dalam penelitian ini berdasarkan perbandingan antara nilai signifikansi hasil pengujian dengan tingkat kepercayaan yang digunakan. Apabila nilai signifikansi hasil pengujian lebih kecil dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang sudah ditetapkan maka hipotesis alternatif diterima dengan asumsi bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen, apabila nilai signifikansi hasil pengujian lebih besar dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang sudah ditetapkan maka hipotesis alternatif ditolak dengan asumsi bahwa tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat kepercayaan yang digunakan pada penelitian ini adalah 0,05. Berikut adalah hasil uji parsial pada penelitian ini:

Tabel 4.19
Hasil Uji Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.800	2.628		6.393	.000
	Kualitas Pelayanan	-.014	.107	-.016	-.132	.896
	Kualitas Produk	-.146	.103	-.178	-1.417	.162
	Tingkat Bagi Hasil	-.082	.120	-.085	-.682	.498

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Sumber: Hasil Pengujian SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat dalam tabel 4.19 di atas, maka bisa dijelaskan seperti di bawah ini:

1. Nilai signifikansi hasil pengujian variabel kualitas pelayanan sebesar 0,896. Apabila dibandingkan dengan tingkat kepercayaan yang sudah ditetapkan (0,05) maka nilai signifikansi hasil pengujian lebih besar dibandingkan dengan tingkat kepercayaan yang sudah ditetapkan. Berdasarkan hasil tersebut maka bisa ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek.
2. Nilai signifikansi hasil pengujian variabel kualitas produk sebesar 0,162. Apabila dibandingkan dengan tingkat

kepercayaan yang sudah ditetapkan (0,05) maka nilai signifikansi hasil pengujian lebih besar dibandingkan dengan tingkat kepercayaan yang sudah ditetapkan. Berdasarkan hasil tersebut maka bisa ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek.

3. Nilai signifikansi hasil pengujian variabel tingkat bagi hasil sebesar 0,498. Apabila dibandingkan dengan tingkat kepercayaan yang sudah ditetapkan (0,05) maka nilai signifikansi hasil pengujian lebih besar dibandingkan dengan tingkat kepercayaan yang sudah ditetapkan. Berdasarkan hasil tersebut maka bisa ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat pengaruh antara tingkat bagi hasil terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek.

4.2.6.2. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji f mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan pada persamaan/model regresi secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dalam penelitian ini berdasarkan perbandingan nilai signifikansi

hasil pengujian dengan tingkat kepercayaan yang digunakan. Apabila nilai signifikansi hasil pengujian lebih kecil dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang sudah ditetapkan maka hipotesis alternatif diterima dengan asumsi bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen, apabila nilai signifikansi hasil pengujian lebih besar dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang sudah ditetapkan maka hipotesis alternatif ditolak dengan asumsi bahwa tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat kepercayaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05. Berikut adalah hasil uji simultan pada penelitian ini:

Tabel 4.20
Hasil Uji Simultan

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11.063	3	3.688	.932	.431 ^b
	Residual	245.422	62	3.958		
	Total	256.485	65			

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

b. Predictors: (Constant), Tingkat Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber: Hasil Pengujian SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat dalam tabel 4.20 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi hasil pengujian

sebesar 0,431. Apabila dibandingkan dengan tingkat kepercayaan yang sudah ditetapkan (0,05) maka nilai signifikansi hasil pengujian lebih besar dibandingkan dengan tingkat kepercayaan yang sudah ditetapkan. Berdasarkan hasil tersebut maka bisa ditarik kesimpulan bahwa hipotesis alternatif ditolak dengan artia bahwa tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

4.2.6.3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi mempunyai tujuan untuk menentukan proporsi atau presentase total variasi pada variabel terikat yang diterangkan oleh variabel independen. Besarnya nilai koefisien determinasi menunjukkan besarnya presentase variasi nilai variabel dependen yang bisa dijelaskan pada model regresi. Pengambilan keputusan pada pengujian ini berdasarkan nilai adjusted r-square. Apabila nilai adjusted r-square mendekati 1 maka bisa disimpulkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel semakin kurang baik. Berikut adalah hasil pengujian koefisien determinasi pada penelitian ini:

Tabel 4.21
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.208 ^a	.043	-.003	1.98958

a. Predictors: (Constant), Tingkat Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber: Hasil Pengujian SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat dalam tabel 4.21 di atas, diketahui bahwa nilai adjusted r-square sebesar -0,003, hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan tingkat bagi hasil tidak mampu mempengaruhi variabel kepuasan anggota, sehingga faktor lain diluar penelitian ini yang mampu mempengaruhi 100% variabel kepuasan anggota. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen tidak baik.

4.3. Pembahasan

4.3.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota

KSPPS BMT PETA Trenggalek

Berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan, diketahui bahwa nilai signifikansi hasil pengujian variabel kualitas pelayanan pada uji t sebesar 0,896. Berdasarkan hasil tersebut bisa ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek. Diketahui juga

bahwasannya nilai koefisien kualitas pelayanan pada uji analisis regresi linear berganda sebesar $-0,014$, hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Dengan demikian menunjukkan bahwa apapun pelayanan yang diberikan dengan kualitas yang maksimal sekalipun tidak akan mempengaruhi kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek. Anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek merasa bodo amat terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak koperasi yang terpenting mereka masih bisa bertahan menjadi anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek karena sebagian besar anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek adalah jamaah pondok PETA yang diharuskan oleh pimpinannya untuk bergabung menjadi anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek supaya apabila ada iuran sewaktu-waktu tidak perlu untuk menarik iuran tersebut langsung ke pihak anggota melainkan mengambil tabungan dari masing-masing anggota.

4.3.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek

Berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan, diketahui bahwa nilai signifikansi hasil pengujian variabel kualitas produk pada uji t sebesar $0,162$. Berdasarkan hasil tersebut bisa ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek. Diketahui juga bahwasannya nilai koefisien kualitas produk pada uji analisis regresi

linear berganda sebesar $-0,146$, hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek. Dengan demikian menunjukkan bahwa apapun produk yang mereka gunakan dengan kualitas yang maksimal sekalipun tidak akan mempengaruhi kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek. Karena anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek beranggapan bahwa produk apa saja yang mereka gunakan, dimata mereka kualitasnya tetap sama saja.

4.3.3. Pengaruh Tingkat Bagi Hasil terhadap Kepuasan Anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek

Berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan, diketahui bahwa nilai signifikansi hasil pengujian variabel tingkat bagi hasil pada uji t sebesar $0,498$. Berdasarkan hasil tersebut bisa ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat pengaruh antara tingkat bagi hasil terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek. Diketahui juga bahwasannya nilai koefisien tingkat bagi hasil pada uji analisis regresi linear berganda sebesar $-0,082$, hasil ini menunjukkan bahwa tingkat bagi hasil tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek. Dengan demikian menunjukkan bahwa dengan tingkat bagi hasil yang bagaimanapun tidak akan mempengaruhi kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek baik menggunakan sistem revenue sharing maupun profit sharing karena dimata mereka tidak ada perbedaan antara sistem tersebut karena lemahnya

pengetahuan mereka terkait sistem maupun mekanisme tersebut dan juga lemahnya literasi mereka tentang produk-produk syariah dengan sistem bagi hasil yang menggunakan prinsip syariah sehingga dimata mereka tidak ada perbedaan antara produk-produk yang tingkat bagi hasil sesuai dengan prinsip syariah dengan produk-produk yang tingkat bagi hasilnya menggunakan sistem konvensional.

4.3.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Tingkat Bagi Hasil terhadap Kepuasan Anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek.

Berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan, diketahui bahwa nilai signifikansi hasil pengujian uji f sebesar 0,431. Sedangkan tingkat kepercayaan yang sudah ditetapkan sebesar 0,05 sehingga nilai signifikansi lebih besar dibandingkan dengan tingkat kepercayaan yang sudah ditetapkan. Berdasarkan hasil tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan tingkat bagi hasil tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek. Dengan demikian menunjukkan bahwa pelayanan dengan kualitas yang maksimal, produk dengan kualitas yang baik, dan tingkat bagi hasil yang bagaimanapun (sesuai dengan prinsip syariah maupun tidak, revenue sharing maupun profit sharing) tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek.

Anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek merasa puas atas berkah yang didapat ketika menjadi anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek, karena Guru Mursyid memberikan wejangan kepada para jamaahnya untuk menjadi anggota KSPPS BMT PETA, sehingga para jamaah antusias untuk menjadi anggota KSPPS BMT PETA. Dengan begitu para jamaah yang sudah menjadi anggota KSPPS BMT PETA tersebut merasa mendapatkan berkah dari guru mursyid karena telah menjalankan wejangan dari beliau. Sehingga anggota tersebut merasa puas atas berkah yang didapat yaitu bisa menjadi anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek, sehingga mereka tidak mementingkan bagaimana tingkat kualitas yang diberikan oleh KSPPS BMT PETA Trenggalek baik dari segi kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat bagi hasil.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek. Dengan demikian sebaik apapun kualitas pelayanan yang diberikan oleh KSPPS BMT PETA Trenggalek tidak akan mempengaruhi kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek.
2. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek. Dengan demikian produk apa saja yang digunakan dengan kualitas yang sebaik apapun tidak akan mempengaruhi kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek.
3. Tingkat bagi hasil tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek. Dengan demikian tingkat bagi hasil yang bagaimanapun baik tingkat bagi hasil yang tinggi maupun rendah baik menggunakan prinsip syariah maupun tidak menggunakan prinsip syariah tidak akan mempengaruhi kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek.
4. Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat bagi hasil secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota KSPPS

BMT PETA Trenggalek. Dengan demikian pelayanan dengan tingkat kualitas yang tinggi sekalipun, produk dengan kualitas yang sebaik apapun, dan tingkat bagi hasil yang tinggi maupun yang rendah dengan menerapkan prinsip syariah maupun yang tidak menerapkan prinsip syariah tidak akan mempengaruhi kepuasan anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek.

5.2. Saran

Berdasarkan penjabaran kesimpulan di atas, dengan adanya penelitian ini peneliti memberikan saran kepada pihak sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya

Saran peneliti ke peneliti selanjutnya yaitu supaya penelitian ini dijadikan sebagai bahan untuk gambaran penelitian tentang kepuasan anggota koperasi. Terutama dengan pertimbangan variabel-variabel yang akan diteliti meliputi kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat bagi hasil karena berdasarkan temuan, tidak ada pengaruh antara ketiga variabel tersebut terhadap kepuasan anggota.

2. Bagi regulator

Dengan adanya penelitian ini, peneliti menyarankan kepada pihak regulator dalam hal ini adalah pemerintah untuk menjadikan penelitian ini sebagai gambaran pada pembuatan peraturan mengenai peningkatan kepuasan anggota bukan hanya terkait

dengan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan tingkat bagi hasil karena berdasarkan temuan pada penelitian ini ketiga variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota.

3. Bagi koperasi

Dengan adanya penelitian ini, peneliti menyarankan kepada pihak koperasi untuk menjadikan penelitian ini sebagai gambaran dalam bahan pertimbangan untuk meningkatkan kepuasan anggota karena dalam penelitian ini kualitas pelayanan, kualitas produk dan tingkat bagi hasil tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota sehingga pihak koperasi harus mempertimbangkan variabel lain untuk meningkatkan kepuasan anggota.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, S., Islam, R., & Mohiuddin, M. (2017). Service Quality, Shariah Compliance and Customer Satisfaction of Islamic Banking Services in Malaysia. *Turkish Journal of Islamic Economics*, 4(2), 71–82. <https://doi.org/10.26414/TUJISE.2017.4.2.71-82>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional. https://books.google.co.id/books?id=nTxIEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Brahim, Muh. N. E. (2021). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga SMK/MAK Kelas XI Semester 2. Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen. Program Keahlian Akuntansi dan Keuangan. Kompetensi Keahlian Akuntansi dan Keuangan Lembaga*. . Andi. https://books.google.co.id/books?id=g_wuEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Budi, S. D. R. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di KSU BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto*. IAIN Purwokerto.
- Cahyani, P. D., & Alvianto, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Pemasaran Spiritual terhadap Kepuasan Nasabah (Komparasi Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta dan Purwokerto). *Islamadina : Jurnal Pemikiran Islam*, 27. <https://doi.org/10.30595/ISLAMADINA.V0I0.6516>
- Chen, L., Malaysia, M., Bhd, S., & Mansori, S. (2018). The Effects of Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: Evidence from Malaysian Engineering Industry. *International Journal of Industrial Marketing*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.5296/IJIM.V3I1.13959>
- Cokrohadi Sumarto, & Mislana, W. bin. (2016). *BMT Praktis dan Kasus*. Raja Grafindo Persada.
- Dewi, G. (2017). *Aspek-Aspek Hukum Dalam Perbankan & Perasuransian Syariah di Indonesia*. Kencana.
- Fatmah, & Firdiany, F. (2014). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Preferensi Anggota dalam Pengajuan Pembiayaan Mudharabah di KJKS_MMU Cabang Sidogiri Pasuruan*. 4(1), 735–760.

- Ghufro, A. (2022). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Tingkat Bagi Hasil terhadap Kepuasan Anggota KSPPS Bersatu Kerabat Pulo Kambing*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., Butarbutar, M., Effendi, Sudarsono, A., Purba, B., Lie, D., Sisca, Simarmata, H. M. P., Permadi, L. A., & Novela, V. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis. https://books.google.co.id/books?id=m2gYEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Hamidi. (2019). Analisis Penerapan Green Accounting Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Equilibria*, 6(2), 23–36.
- Haris Romdhoni, A., & Ratnasari, D. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136–147. <https://doi.org/10.29040/JIEI.V4I02.307>
- Harmadji, D. E., Sidjabat, S., Effendi, N. I., Mardianto, D., Pratama, Y., Harahab, D. F., Umar, M., Utami, R. D., Priskusanti, R. D., Guntarayana, I., Tarigan, B. A., Meigawati, I., Kusumajaya, R. A., & Putra, T. A. E. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar)*. Get Press. https://books.google.co.id/books?id=gMpzeEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Haryanto, R. (2022). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*. Duta Media Publishing. https://books.google.co.id/books?id=W9AeEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Huda, N. (2010). *Lembaga Keuangan Islam (Tinjauan Teoritis dan Praktis)*. Prenada Media Group.
- Huda, N. (2016). *Baitul Maal wa Tamwil*. Amzah.
- Ismunandar, A. (2022). Analisis Strategi Kualitas Pelayanan Publik Pada Perusahaan Jasa. *Dewantara*, 9(01), 85–102.
- Kasmir. (2016a). *Pengantar Manajemen Keuangan (Kedua)*. Kencana.
- Kasmir. (2016b). *Analisis Laporan Keuangan*. Raja Grafindo Persada.
- Khalik, I. (2022). *Penetapan Atribut Produk dan Harga terhadap Penciptaan Nilai serta Dampaknya pada Kinerja Pemasaran*. Insania. https://books.google.co.id/books?id=eERkEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kurniawan, T. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Tingkat Pengetahuan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Anggota Melakukan Pembiayaan Murabahah (Studi Pada Koperasi Syariah BMT Mulia Magetan)*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Kusumawati, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) BMT NU Sejahtera Mijen Semarang. *EQUILIBRIA PENDIDIKAN: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 3(2), 51–59.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Ketiga). Salemba Empat.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado. *EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667.
- Medias, F. (2018). *Ekonomi Mikro Islam: Islamic Microeconomics*. Unimma Press.
- Muhamad. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Rajawali Press.
- Prianti, A. D. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Lokasi terhadap Intensitas Menabung Anggota KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto*. Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
https://books.google.co.id/books?id=W2vXDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Rizkulillah, C. A., Devy, H. S., & Pratama, V. Y. (2022). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Perusahaan dan Promosi dalam Mempengaruhi Minat Menabung Anggota Koperasi. *Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 138–151.
- Rochmah, M. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa KSPPS BMT Mitra Umat Pekalongan*. IAIN Pekalongan.
- Saadat, M., Tahbet, T. R., & Mannan, M. A. (2018). Factors That Influence Customer Satisfaction and Behavioural Intentions in Airline Industry. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
<https://doi.org/https://doi.org/10.9790/487X-2008050106>

- Setiawan, K. C. (2015). Pengaruh Iklim Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Level Pelaksana Di Divisi Operasi PT. Pusri Palembang. *Psikis: Jurnal Psikologi Islami*, 1(1), 23–32.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Kencana.
- Sitorus, R. R. J. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah pada PT BNI Syariah Cabang Medan*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara .
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. IPB Press. https://books.google.co.id/books?id=gjP4DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Suwarto, S., & Anggraini, R. (2019). PENGARUH LOKASI, KUALITAS PRODUK TABUNGAN, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM MENABUNG DI BMT ADZKIYAH KHIDMATUL UMMAH DI KOTA METRO. *CAM JOURNAL : Change Agent For Management Journal*, 3(2), 439. <https://doi.org/10.35915/CJ.V3I2.376>
- Tho'in, M. (2011). Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Mal Wal Tamwil (BMT) Tekun Karanggede Boyolali. *Muqtasid*, 2(1), 73–89.
- Tjiptono, F. (2014a). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014b). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Penerbit Andi.
- Wahyuningsih, L. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Anggota Melakukan Pembiayaan Murabahah di BMT Madani Sepanjang*. UIN Sunan Ampel Surabaya.