

# **ANALYSIS OF SERVICES AND PRODUCTS ON MEMBER SATISFACTION IN BMT ITQAN SYARIAH COOPERATIVE BANDUNG**

**Yogi Pmungs**  
**Program Studi Manajemen**  
**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) EKUITAS**

## **ABSTRACT**

*The development of the Islamic economy has been so rapid in recent years. This phenomenon causes each type of company to compete to defend members, one of them through increasing member satisfaction. Member satisfaction can be created through service, and products provided by the company to members. In particular, this study discusses the satisfaction of members of the BMT ItQan Syariah Cooperative in Bandung.*

*This research was conducted using a questionnaire method for 100 people in the ItQan BMT syariah cooperative that were obtained using accidental sampling techniques. Then an analysis of the data obtained in the form of quantitative and qualitative analysis. Quantitative analysis includes validity and reliability testing, classic assumption test, multiple regression analysis, regression coefficient ( $R^2$ ),  $F$  test, and  $t$  test. Qualitative analysis is the interpretation of the data obtained in the study as well as the results of data processing that has been carried out by giving information and explanation.*

*The results of this study indicate that all the independent variables tested had a positive and significant effect on member satisfaction through the  $F$  test and  $t$  test. Suggestions for BMT itQan Bandung, Continuing to innovate new products that members want so that member satisfaction is maintained and adding new members who don't know about BMT ItQan Syariah Cooperative*

***Keywords: Member Satisfaction, Service, product***

## **Pendahuluan**

### **Latar Belakang Masalah**

Indonesia memiliki potensi untuk mengembangkan sistem Lembaga Keuangan Syariah dengan lebih cepat. Dalam perkembangannya ekonomi syariah mendapat tanggapan yang cukup baik. Maka dari itu, saat ini banyak bermunculan Lembaga berbasis nama Syariah dan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah, meliputi bank syariah, koperasi syariah, *baitul maal wa tamwil*, asuransi syariah, pegadaian syariah dan lain sebagainya.

BMT telah menjadi pembicaraan di masyarakat sebagai lembaga keuangan syariah yang sukses dan dipercaya menjadi solusi mengatasi kemiskinan. Pengertian BMT sendiri adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya *baitul maal wa tamwil*

secara *harfiah/lughowi baitul maal* berarti rumah dana dan *baitul tamwil* berarti rumah usaha. Dengan demikian, keberadaan BMT adalah sebagai sektor investasi yang bersifat produktif. Memberikan peluang bagi UMKM untuk meminjam sebagian dana yang diperuntukkan sebagai modal dengan syarat yang mudah.

Koperasi Syariah BMT itQan berdiri tahun 2007 hingga saat ini tahun 2019 sudah selama 12 tahun dipercayai anggota dan anggota akan merasa puas jika sistem layanan Koperasi Syariah BMT itQan Bandung sesuai dengan yang diharapkan anggotanya (bmtitqan.org). Sebaliknya anggota akan merasa kecewa jika sistem layanan yang di berikan tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan (anggota). Ini akan menimbulkan loyalitas anggota menurun dan anggota akan beralih ke BMT atau lembaga keuangan lainnya, kepuasan konsumen menjadi faktor penting untuk mengukur suatu keberhasilan suatu perusahaan.

Adapun jumlah Anggota dan Pendapatan Koperasi Syariah BMT itQan Bandung, pada setiap tahunnya mengalami penurunan dan kenaikan pada anggota tetapi untuk pendapatan setiap tahunnya mengalami kenaikan, berikut tabel anggota dan pendapatan Koperasi Syariah BMT itQan Bandung pada lima tahun terakhir

**Tabel 1**  
**Pertumbuhan Anggota dan Pendapatan Koperasi Syariah BMT itQan Bandung**  
**Priode 2014-2018**

Tahun	Anggota	Pendapatan (Milyar-an)
2014	7.695	6.082
2015	10.071	6.624
2016	11.167	8.813
2017	8.419	11.131
2018	9.966	11.778

**Sumber : <http://bmtitqan.org/pencapaian/detail/6/kinerja-keuangan-tahun-2018.html> Diunduh pada 3 Maret 2019**

Berdasarkan Tabel 1.1, pertumbuhan anggota lima tahun terakhir dari tahun 2014 ke tahun 2018 sebesar 7.695 anggota menjadi sebesar 9.966 anggota. Dari segi pendapatan juga mengalami peningkatan lima tahun terakhir. Dari tahun 2014 ke tahun 2018 sebesar Rp. 6.082.000.000 menjadi sebesar Rp. 11.778.000.000. Meskipun walaupun adanya penurunan anggota pada tahun 2016 ke tahun 2017 dari sebesar 11.167 anggotamenjadi 8.419 anggotaakan tetapi pendapatan pada tahun 2016 ke tahun 2017 mengalami kenaikan dari Rp. 8.813.000.000 menjadi Rp. 11.131.000.000.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk bagi anggota dapat mempengaruhi kepuasan anggota. Dalam jangka panjang kepuasan pelanggan dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran di Koperasi Syariah BMT itQan Bandung. Berdasarkan uraian diatas, penelitian ingin meneliti tentang pelayanan, produk dan kepuasan anggota yang di miliki Koperasi Syariah BMT itQan Bandung. Oleh karena itu, peneliti menyusun penelitian yang berjudul Analisis Pelayanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Syariah BMT ItQan Bandung

## **Kajian Literatur Pelayanan**

Kata pelayanan, secara etimologis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengandung arti “usaha melayani kebutuhan orang lain”. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.

Pendekatan kualitas pelayanan yang populer dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1996). SERVQUAL dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan/diinginkan (*expected service*).

Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu, dan apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan tersebut memuaskan. Dengan demikian, *service quality* dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

Lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa menurut Tjiptono (2014:282), yaitu:

1. *Compliance* (Kepatuhan) sebuah pendekatan terhadap struktur organisasi yang mengintegrasikan ide-ide dari model klasik dan partisipasi manajemen
2. Jaminan (*Assurance*), yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff mengenai janji yang diberikan, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
3. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan layanan dengan segera, akurat, konsisten dan memuaskan.
4. Berwujud (*Tangible*), yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi yang terlihat yang dapat dinilai baik.
5. Empati (*Emphaty*), yaitu kesediaan karyawan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual pelanggan.
6. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemauan dan kemampuan dari karyawan memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap. Kesigapan para karyawan untuk memenuhi keinginan konsumen dengan tanggap dan ramah.

## **Produk**

Produk merupakan pandangan pertama bagi konsumen dalam membeli karena dapat dipastikan bahwa konsumen akan menyukai suatu barang yang menarik dan bermanfaat. Konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan pelengkap inovatif yang terbaik, produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil yang lebih dari yang diharapkan Hadi (2002: 74).

Menurut Santosa (2012:47-48) apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Dimensi kualitas produk yaitu sebagai berikut:

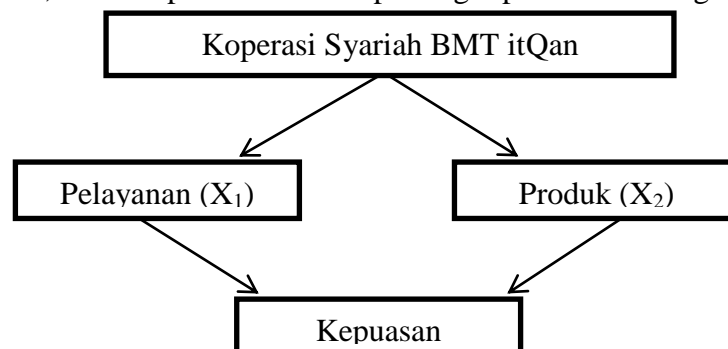
- a. Kinerja (*performance*)  
Berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
- b. *Serviceability* (Pelayanan)  
*Serviceability* adalah kemudahan layanan atau perbaikan jika dibutuhkan. Hal ini sering dikaitkan dengan layanan purna jual yang disediakan oleh produsen seperti ketersediaan suku cadang dan kemudahan perbaikan jika terjadi kerusakan serta adanya pusat pelayanan perbaikan (*Service Center*) yang mudah dicapai oleh konsumen
- c. Daya tahan (*durability*)  
Merupakan umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.
- d. Keandalan (*reliability*)
- e. Merupakan probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
- f. Fitur (*features*)  
Merupakan karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
- g. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*)  
Yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.

### Kepuasan anggota

Kata kepuasan atau *Satisfaction* berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai”. Berikut merupakan beberapa definisi kepuasan yang mendefinisikannya sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. (Tjiptono, 2014:354)

### Paradigma Penelitian

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu dan uraian-uraian teoritis yang dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan paradigma penelitian sebagai berikut:



## Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang mungkin benar atau salah. Berdasarkan rumusan permasalahan, tujuan penelitian, dan landasan teori, maka dapat diajukan suatu hipotesis yang masih memerlukan pengujian untuk membuktikan kebenarannya Sugiono (2012:84)

1.  $H_0$  = Produk dan pelayanan secara sementara tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota
2.  $H_1$  = Produk dan pelayanan secara memiliki berpengaruh terhadap kepuasan anggota.

## Metodologi Penelitian

Penelitian Penelitian ini merupakan penilitan kuantitatif dan termasuk ke dalam penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih . (Sugiono,2014:36).

Objek penelitian ini adalah anggota Koperasi Syariah BMT itQan dan penelitian ini dilakukan dengan memberikan kuesioner. Penelitian dalam skripsi ini akan membahas tentang pengaruh pelayanan dan produk terhadap kepuasan anggota, dimana yang menjadi konstruk eksogen (variabel bebas) yaitu pelayanan ( $X_1$ ) dan produk( $X_2$ ), dan konstruk endogen (variebel terikat) yaitu kepuasan anggota.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Pelayanan dan Produk terhadap kepuasan anggota Koperasi Syariah BMT itQan Bandung.

Dalam penelitian ini, proses yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Borg dan Gall dalam buku Sugiyono (2018:8) metode kuantitatif sering dinamakan metode tradisional, positivistic, scientific, metode discovery. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan analisis verifikatif. Menurut Sugiyono (2018:147), “metode statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:301), metode analisis verifikatif merupakan metode yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel, mengetahui perbedaan dalam suatu variabel diantara sub kelompok, dan mengetahui bagaimana variabel bebas dapat menjelaskan suatu variabel terkait sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima.

Penelitian ini menurut metodenya yang digunakan penelitian *survey*. Menurut Sugiyono (2018:6), *survey* adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi penelitian melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuisisioner, *test* dan wawancara terstruktur dan sebagainya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *survey* karena untuk mendapatkan data yang diperlukan peneliti menyebarkan kuesioner”.

## **Populasi Penelitian**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota Koperasi Syariah BMT ItQanyang terdaftar sampai dengan 25 Desember 2018 yang berjumlah 9.966 anggota. Dalam penelitian ini tidak mungkin semua populasi diteliti dikarenakan keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Maka peneliti mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang diteliti.

## **Sampel**

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2018:81), adalah "bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa, agar sampel benar-benar dapat mewakili dan menggambarkan populasi yang sebenarnya". Maka dari itu, teknik sampling sangat dibutuhkan untuk menentukan jenis sampel atau responden yang akan diteliti.

Menurut Sugiyono (2018:81) "teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa oleh peneliti agar dapat memperoleh sampel yang benar-benar baik dan dapat dijadikan gambaran populasi dalam sebuah penelitian".

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik *probability sampling*. *Probability sampling* menurut Sugiyono (2018:82) adalah "teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dengan demikian dapat diketahui bahwa sampel merupakan bagian dari populasi secara keseluruhan". Rumus yang digunakan untuk menentukan sampel yaitu menggunakan rumus Solvin

## **Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Bougie (2017:134), "metode pengumpulan data merupakan bagian integral dari desain penelitian". Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya :

1. Studi kepustakaan, yaitu pengumpulan data dengan mempelajari literatur, dokumen-dokumen serta laporan-laporan yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan
2. Kuisisioner (Sekaran, 2017:170), daftar pernyataan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya di mana responden akan mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas.

## **Isi Makalah**

### **Analisis Deskriptif**

### **Analisis Pelayanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Syariah BMT ItQan Bandung**

Dalam penelitian ini menjelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan, kemudian akan dilanjutkan dengan perhitungan statistik dan pengujian hipotesis untuk mengetahui atau menguji analisis pelayanan dan produk terhadap kepuasan anggota BMT itQan Bandung. Penyebaran kuesioner ditujukan kepada anggota koperasi syariah BMT itQan Bandung, dengan jumlah 100 responden dan yang mengembalikan kuesioner pun sebanyak 100 responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarakan kepada anggota BMT itQan Bandung yang terdaftar, penulis memperoleh data karakteristik yang terdiri dari jenis kelamin, usia dan tingkat pendidikan dengan uraian-uraian berikutnya.

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut :

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	%
1	Laki-laki	13	13
2	Perempuan	87	87
Total		100	100

**Sumber: Pengolahan Data Kuesioner 2019**

Untuk lebih mengetahui karakteristik responden berdasarkan usia responden dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekuensi	%
1	20 - 29 tahun	18	18
2	30 - 39 tahun	46	46
3	40 - 49 tahun	28	28
4	50 - 59 tahun	5	5
5	> 59 tahun	3	3
Total		100	100

**Sumber: Pengolahan Data Kuesioner 2019**

Untuk lebih mengetahui karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan responden dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No	Pendidikan	Frekuensi	%
1	SD	12	12
2	SMP	34	34
3	SMA	48	48
4	Diploma	4	4
5	Sarjana	2	2
Total		100	100

**Sumber: Pengolahan Data Kuesioner 2019**

Berikut ini adalah deskripsi responden dalam penelitian ini berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut :

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pendidikan	Frekuensi	%
1	PNS	8	8
2	Karyawan Swasta	16	16
3	Pengusaha/Wirausaha	71	71
4	Lainnya	5	5
Total		100	100

**Sumber: Pengolahan Data Kuesioner 2019**

Berikut ini adalah deskripsi responden dalam penelitian ini berdasarkan lamanya menjadi anggota BMT itQan dapat dilihat pada tabel 4.5 sebagai berikut :

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Anggota BMT ItQan**

No	Pendidikan	Frekuensi	%
1	$\leq 1$ Tahun	21	21
2	1–3 Tahun	25	25
3	$\geq 3$ tahun	54	54
Total		100	100

**Sumber: Pengolahan Data Kuesioner 2019**

### Uji Validitas dan Reliabilitas

#### Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur kualitas instrumen yang digunakan dan menunjukkan tingkat kevaliditasan suatu instrumen, serta baik atau tidaknya konsep yang dapat didefinisikan oleh suatu ukuran. Statistik yang digunakan dalam pengujian validitas ini yaitu dengan menggunakan korelasi *Product Pearson Moment*. Pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan  $r$  tabel pada tingkat signifikansi 0,05% dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan  $r$  hitung  $\geq r$  tabel maka *item* dapat dinyatakan valid, sedangkan jika  $r$  hitung  $< r$  tabel maka *item* dinyatakan tidak valid. Nilai  $r$  tabel untuk  $n = 100$  dengan taraf signifikansi 0,05% adalah 0,1966. Hasil pengujian validitas sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan**

Variabel	Butir Pernyataan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Keterangan
Pelayanan ( $X_1$ )	1	0.757	0.300	Valid
	2	0.451	0.300	Valid
	3	0.583	0.300	Valid
	4	0.614	0.300	Valid



5	0.585	0.300	Valid
6	0.594	0.300	Valid
7	0.559	0.300	Valid
8	0.617	0.300	Valid
9	0.594	0.300	Valid
10	0.600	0.300	Valid
11	0.671	0.300	Valid
12	0.526	0.300	Valid
13	0.602	0.300	Valid
14	0.616	0.300	Valid
15	0.590	0.300	Valid
16	0.554	0.300	Valid
17	0.625	0.300	Valid
18	0.376	0.300	Valid
19	0.638	0.300	Valid
20	0.554	0.300	Valid
21	0.564	0.300	Valid
22	0.415	0.300	Valid
23	0.486	0.300	Valid
24	0.463	0.300	Valid
25	0.517	0.300	Valid
26	0.515	0.300	Valid

**Sumber: Data diolah 2019**

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program *SPSS ver. 21.0* yang tersaji pada tabel 4.6, dapat dilihat bahwa seluruh instrument penelitian yang digunakan memiliki nilai koefisien validitas di atas titik kritis 0,3 yang menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur pelayanandinyatakan valid.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas VariabelProduk**

Variabel	Butir Pernyataan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Keterangan
Produk ( $X_2$ )	1	0.525	0.300	Valid
	2	0.569	0.300	Valid
	3	0.465	0.300	Valid
	4	0.501	0.300	Valid
	5	0.506	0.300	Valid
	6	0.520	0.300	Valid
	7	0.457	0.300	Valid

	8	0.428	0.300	Valid
	9	0.458	0.300	Valid
	10	0.545	0.300	Valid
	11	0.514	0.300	Valid
	12	0.397	0.300	Valid
	13	0.332	0.300	Valid

**Sumber: Data diolah 2019**

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program *SPSS ver. 21.0* yang tersaji pada tabel 4.7, dapat dilihat bahwa seluruh instrument penelitian yang digunakan memiliki nilai koefisien validitas di atas titik kritis 0,3. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur produk dinyatakan valid.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Anggota**

Variabel	Butir Pernyataan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Keterangan
Kepuasan Anggota (Y)	1	0.630	0.300	Valid
	2	0.426	0.300	Valid
	3	0.667	0.300	Valid
	4	0.695	0.300	Valid
	5	0.739	0.300	Valid
	6	0.643	0.300	Valid

**Sumber: Data diolah 2019**

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program *SPSS ver. 21.0* yang tersaji pada tabel 4.8, dapat dilihat bahwa seluruh instrument penelitian yang digunakan memiliki nilai koefisien validitas di atas titik kritis 0,3. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur kepuasan anggotadinyatakan valid

### **Reliabilitas**

uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel.

Dalam penelitian ini untuk menguji reliabilitas suatu variabel menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,70 (Ghozali 2017:47). Berikut merupakan hasil uji reliabilitas dengan menggunakan program *SPSS ver. 21.0* terhadap tiga variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,915	26

**Sumber: Data diolah 2019**

Berdasarkan tabel 4.9 dapat dilihat bahwa variabel pelayanan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini diterima atau dapat diandalkan (reliabel), karena nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel pelayanan sebesar 0,915.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Produk**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,713	13

**Sumber: Data diolah 2019**

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat bahwa variabel produk memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini diterima atau dapat diandalkan (reliabel), karena nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel produk sebesar 0,713.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Anggota**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,707	6

**Sumber: Data diolah 2019**

Berdasarkan tabel 4.11 dapat dilihat bahwa variabel kepuasan anggota memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini diterima atau dapat diandalkan (reliabel), karena nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel kepuasan anggota sebesar 0,707

**Uji Asumsi Klasik**

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak (Ghazali, 2017). Model regresi yang baik harus mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi ada tidaknya pelanggaran asumsi normalitas dapat dilihat dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari populasi adalah normal.
- Jika probabilitas < 0,05 maka distribusi dari populasi adalah tidak normal.

Diketahui bahwa nilai signifikansi variabel residual yang diperoleh sebesar 0,664 > 0,05 yang menunjukkan bahwa data yang digunakan memiliki sebaran yang normal.

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Dari data yang disajikan bahwa nilai *tolerance* yang diperoleh masing-masing variabel bebas > 0,1 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 1. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ditemukan adanya korelasi yang kuat diantara variabel bebas, sehingga asumsi multikolinieritas data terpenuhi.

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual antara yang satu dengan yang lain. Jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas. Dan jika varians berbeda, disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. bahwa titik-titik yang diperoleh membentuk pola acak tidak beraturan serta menyebar diatas dan dibawah angka nol (0) pada sumbu Y, sehingga dalam model regresi yang akan dibentuk tidak ditemukan adanya pelanggaran heteroskedastisitas, dengan kata varians residual bersifat homokedastisitas.

### **Pembahasan Analisis Regresi Berganda**

Dari tabel output diperoleh nilai  $a$  sebesar 2,664,  $\beta_1$  sebesar 0,84 dan  $\beta_2$  sebesar 0,263. Dengan demikian, persamaan regresi linier berganda yang akan dibentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,664 + 0,84X_1 + 0,263X_2$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda di atas tersebut masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 2,664 menunjukkan bahwa ketika kepuasan anggota dan pelayanan bernilai nol (0) dan tidak ada perubahan, maka produk diprediksi akan bernilai sebesar 2,664 kali.
- Variabel  $X_1$  yaitu pelayanan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,084 menunjukkan bahwa ketika pelayanan ditingkatkan, diprediksi akan meningkatkan kepuasan anggota sebanyak 0,084 kali.
- Variabel  $X_2$  yaitu produk memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,263, menunjukkan bahwa ketika perubahan produk meningkat, diprediksi akan menurunkan kepuasan anggota sebanyak 0,263 kali.

### **Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi**

Analisis korelasi bertujuan untuk melihat kuat lemahnya hubungan antara variabel bebas dan terikat. Nilai korelasi berkisar dalam rentang 0 sampai 1 atau 1 sampai -1, tanda positif dan negative menunjukkan arah hubungan. Dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat kuat lemahnya hubungan yang terjadi antara kompensasi dan konflik kerja dengan kinerja karyawan. Untuk melihat kuat lemahnya hubungan yang terjadi, diketahui bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara pelayanan dan produk dengan kepuasan anggota adalah sebesar 0,617. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi, nilai sebesar 0,617 termasuk kedalam kategori hubungan yang kuat, berada dalam kelas interval antara 0,600 – 0,799.

Koefisien determinasi (KD) merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (R) atau disebut juga sebagai *R-Square*. Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dalam bentuk persentase.

Diperoleh informasi bahwa nilai koefisien korelasi atau (R) yang diperoleh sebesar 0,617. Dengan demikian koefisien determinasi dapat dihitung sebagai berikut:

$$Kd = (r)^2 \times 100 \%$$

$$Kd = (0,617)^2 \times 100\%$$

Kd = 38,1%

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, terlihat bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 38,1%. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel bebas yang terdiri dari pelayanan dan produk memberikan kontribusi terhadap kepuasan anggota sebesar 38,1%, sedangkan sisanya sebesar 61,9% lainnya merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti. Sedangkan untuk melihat besarnya kontribusi pengaruh yang diberikan oleh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

Berdasarkan output di atas dilakukan perhitungan sebagai berikut:

Pengaruh  $X_1$  terhadap  $Y = 0,301 \times 0,539 = 0,162$  atau 16,2%

Pengaruh  $X_2$  terhadap  $Y = 0,384 \times 0,570 = 0,218$  atau 21,8%

#### Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui secara signifikan pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu Pelayanan dan Produk terhadap variabel dependen, yaitu Kepuasan Anggota. Dapat dilihat hasil pengujian yang telah diolah sebagai berikut:

Diketahui bahwa nilai t-hitung yang diperoleh pelayanan ( $X_1$ ) adalah sebesar 2,949. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar  $\pm 1,985$ . Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 2,949, berada diluar nilai t-tabel (-1,985 dan 1,985). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara parsial pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota pada koperasi syariah BMT itQan Bandung.

Diketahui bahwa nilai t-hitung yang diperoleh produk ( $X_2$ ) adalah sebesar 3,762. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar  $\pm 1,985$ . Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 3,762, berada diluar nilai t-tabel (-1,985 dan 1,985). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara parsial produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota pada koperasi syariah BMT itQan Bandung.

#### Uji Simultan (Uji F)

Untuk membuktikan apakah kedua variabel bebas yang terdiri dari pelayanan dan produk berpengaruh signifikan kepuasan anggota, maka dilakukan pengujian hipotesis dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$ , artinya secara simultan, kedua variabel bebas yang terdiri dari pelayanan dan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota pada BMT itQan Bandung.

$H_1 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$ , artinya secara simultan, kedua variabel bebas yang terdiri dari pelayanan dan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota pada BMT itQan Bandung

Taraf signifikansi ( $\alpha$ ) : 0,05

Kriteria uji : tolak  $H_0$  jika nilai F-hitung > F-tabel,  $H_1$  terima jika lainnya.

Bahwa nilai F-hitung yang diperoleh sebesar 29,816. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai F-tabel pada tabel distribusi F. Dengan  $\alpha=0,05$ ,  $db_1=2$  dan  $db_2=97$ , diperoleh nilai F-tabel sebesar 3,090. Dari nilai-nilai di atas, terlihat bahwa nilai  $F_{hitung} (29,816) > F_{tabel} (3,090)$ , sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya secara simultan kedua variabel bebas yang terdiri dari pelayanan dan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota koperasi syariah BMT itQan Bandung.

## Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pelayanan, dan produk, terhadap kepuasan anggota Koperasi syariah BMT itQan Bandung, setelah dilakukan tinjauan pustaka dan penyusunan hipotesis, data dikumpulkan melalui kuesioner terhadap 100 orang anggota koperasi syariah BMT itQan yang diperoleh dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dan respondennya diperoleh dengan teknik *accidental sampling*. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif dan analisis kualitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik melalui uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas, analisis regresi berganda, dan analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji F, serta uji t.

Setelah dilakukan pengujian diperoleh kesimpulan bahwa kedua variabel independen yang diteliti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan anggota. Berikut ini merupakan kesimpulan dari masing-masing hipotesis:

1. Menyatakan bahwa variabel produk berpengaruh secara positif dan paling dominan (dengan koefisien 0,384) pada kepuasan anggota. Hal ini berarti produk merupakan salah satu faktor yang menentukan kepuasan anggota koperasi syariah BMT itQan. Hal ini dapat terjadi karena anggota tidak hanya menggunakan produk semata-mata karena keunikan produk, tetapi juga anggota menginginkan produk yang berkualitas. Kualitas produk mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan anggota karena produk dapat dinilai dari kemampuan produk tersebut untuk menciptakan kepuasan anggota. Semakin tinggi tingkat produk dalam memuaskan anggota, maka akan menyebabkan kepuasan anggota yang tinggi pula. Pengaruh positif ini tampak pada sebagian besar pernyataan anggota koperasi syariah BMT itQan yang menyatakan bahwa produk-produk yang sesuai dengan syariah Islam. Dengan begitu anggota akan merasa puas dan percaya bahwa produk-produk dari koperasi syariah BMT itQan Bandung.
2. Menyatakan bahwa variabel pelayanan akan berpengaruh secara positif dan memiliki peran yang cukup besar dalam mempengaruhi kepuasan anggota (dengan koefisien 0,301). Ini berarti pelayanan merupakan salah satu faktor yang menentukan kepuasan anggota koperasi syariah BMT itQan Bandung. Hal ini dapat terjadi karena pelayanan yang baik (*excellent service*) akan membentuk persepsi awal anggota mengenai suatu perusahaan secara

keseluruhan. Keramahan dan perhatian yang diterima pelanggan dari perusahaan akan menjadi suatu kesan yang mendalam sehingga anggota merasa senang terhadap perusahaan. Menurut Zeithaml (1988), kualitas pelayanan merupakan penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan persepsi pelanggan tentang mutu suatu perusahaan. Semakin baik pelayanan yang diberikan akan mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan anggota sehingga perusahaan akan dinilai semakin bermutu. Pengaruh positif ini tampak pada sebagian besar pernyataan anggota koperasi syariah BMT itQan yang menyatakan bahwa karyawan berpenampilan menarik, ramah, dan perhatian kepada anggota. Dengan begitu anggota akan mengingat kesan baik dari pelayanan yang dirasakan ketika menjadi anggota koperasi syariah BMT itQan Bandung.

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan faktor-faktor yang secara positif dan signifikan mempengaruhi kepuasan anggota adalah produk, dan pelayanan. Berdasarkan hasil pembahasan di atas, maka didapat urutan variabel independen yang paling berpengaruh pada kepuasan anggota sebagai berikut:

1. Faktor produk menjadi faktor terpenting yang menentukan kepuasan anggota.
2. Faktor pelayanan menjadi perhatian terakhir yang menentukan kepuasan anggota.

## **Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka diajukan beberapa saran yang dapat diterapkan bagi koperasi syariah BMT itQan Bandung antara lain Bagi koperasi syariah BMT itQan Bandung

1. Terus melakukan inovasi produk baru yang diinginkan anggota agar kepuasan anggota terjaga dan menambah anggota baru yang belum tau mengenai koperasi BMT itQan Bandung
2. Melakukan pelatihan kepada semua karyawan agar pelayanan terus meningkat dan anggotapun tidak kecewa terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan anggota koperasi syariah BMT itQan Bandung.
3. Selalu memberikan keuntungan atau bagi hasil yang besar kepada anggota agar kepuasan anggota terus meningkat dan menambah anggota yang belum mendaftar di koperasi syariah BMT itQan Bandung.

## **Daftar Pustaka**

- Afnita,& Ening N. (2008). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Kereta Api Eksekutif Argo Sindoro. Skripsi tidak dipublikasikan. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Anderson, E.(1994). Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, Vol. 58, No. 1 (January, pp. 53-56).

- Anderson, J. (1993). Customer Value Assessment in Business Markets: A State-of-Practice Study. *Journal of Business to Business Marketing*, Vol. 1, No. 1, pp. 3-30.
- Arikunto, S. (2013), *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Aritonang, & Lerbin. (2005). *Kepuasan Pelanggan: Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia.
- Buttle, F. (2007). *Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan) Concepts and Tools*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Butz, H. & Goodstein. (1996). Measuring Customer Value: Gaining the Strategic Advantage. *Organizational Dynamics*, Vol. 24 (Winter, pp. 63-77).
- Edvardsson, B., (2000). The Effects of Satisfaction and Loyalty on Profits and Growth: Products vs Services, *Total Quality Management*, Vol. 11, No. 7, pp. 917-927.
- Engel, & James (1994). *Perilaku Konsumen Jilid 2*, Binarupa Aksara, Jakarta
- Fariza, & Diana. (2008). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Indosat di Kota Semarang. Skripsi tidak dipublikasikan. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Fornell, C., (1996). The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings. *Journal of Marketing*, Vol. 60, No. 4 (October, pp. 7-18).
- Ghozali, I. (2017), *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23ed.8, Cetakan ke VII*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP UNDIP.
- <http://bmtitqan.org/pencapaian/detail/6/kinerja-keuangan-tahun-2018.html> diunduh pada tanggal 10 Juni 2019
- Kotler, & Benyamin M. (2005). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: INDEKS Kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Margaretha, (2004). Studi Mengenai Loyalitas Pelanggan pada Divisi Asuransi Kumpulan AJB Bumi Putera 1912 (Studi Kasus di Jawa Tengah). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Volume III*, No. 3, Desember (2004), halaman 289-308.
- Mowen, & Dwi Kartini Yahya. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 2 Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Mujiharjo, B. (2006). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Bank BRI Demak). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Volume V*, No. 2, halaman 193-210.
- Narimawati, U. (2008), *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*, Bandung: Agung Media
- Rangkuti, F. (2006). *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan plus Analisis Kasus PLN-JP* Jakarta: Gramedia.
- Sabihaini, & Andi Y. (2003). Analisis Quality Function Deployment (QFD): The Voice of Customer untuk Menghasilkan Kualitas Jasa (Studi Kasus pada PT.



- Kereta Api Indonesia). *Media Riset Bisnis & Manajemen* Vol. 3, No. 2, pp. 184 – 201.
- Sugiyono, (2018), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta
- \_(2001). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B. & Hani H. (1997). *Analisis Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.