

# **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah**

**Abdul Kadir Abu<sup>1</sup>, Munir<sup>2</sup>, Rimi Gusliana Mais<sup>3</sup>, Saiful Muchlis<sup>4</sup>**

<sup>1,2</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Syari'ah Al-Manar, Jakarta

<sup>3</sup>Departemen Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia  
Jalan Kayu Jati Raya No. 11A Rawamangun, Jakarta, Indonesia

<sup>4</sup>Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

[rimi\\_gusliana@stei.ac.id](mailto:rimi_gusliana@stei.ac.id)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Kerabat Pulo Kambing (KSPPS Bersatu Kerabat Pulo Kambing) dimana faktor yang diukur adalah kualitas pelayanan, kualitas produk dan imbal hasil.

Strategi pendekatan pada penelitian adalah menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Kerabat Pulo Kambing (KSPPS Bersatu Kerabat Pulo Kambing). Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan maka peneliti memilih 50 anggota aktif yang ditetapkan sebagai responden dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Kerabat Pulo Kambing, berarti semakin tinggi atau semakin rendah kualitas pelayanan yang diberikan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Kerabat Pulo Kambing, berarti semakin tinggi atau semakin rendah kualitas produk yang dihasilkan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Imbal hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Kerabat Pulo Kambing, berarti semakin tinggi atau semakin rendah imbal hasil yang dihasilkan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Imbal Hasil**

## **PENDAHULUAN**

Koperasi merupakan lembaga ekonomi yang bertujuan untuk kesejahteraan bersama, khususnya koperasi syariah yang dibangun atas dasar prinsip ketuhanan, persaudaraan dan keadilan harus memiliki peran dan kepedulian yang signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan bagi anggotanya yang menjalankan usaha.

Berdasarkan data yang diperoleh dari kementerian koperasi diatas, terdapat peningkatan jumlah koperasi yang aktif dan anggota dari koperasi itu sendiri.

Sampai dengan bulan Desember 2015 tercatat sebanyak 212.135 unit koperasi yang ada di Indonesia, dengan jumlah anggota sebanyak 37.780.000. Jumlah tersebut lebih besar dibandingkan tahun 2014 yakni sebanyak 209,488 unit koperasi yang ada di Indonesia, dengan jumlah anggota sebanyak 30.443.953. Data ini lebih besar dari data pada bulan yang sama di tahun 2013 dimana unit

koperasi yang tercatat secara Nasional sebanyak 203.701 dengan jumlah anggota sebanyak 35.258.126. Di tahun 2012 unit koperasi yang tercatat secara Nasional sebanyak 194.295 dengan jumlah anggota sebanyak 33.869.439 (Sutrisno, *et al* 2017).

Lembaga koperasi oleh banyak kalangan, diyakini sangat sesuai dengan budaya dan tata kehidupan bangsa Indonesia. Didalamnya terkandung muatan menolong diri sendiri, kerjasama untuk kepentingan bersama (gotong royong) dan beberapa esensi moral lainnya. Sangat banyak orang mengetahui tentang koperasi meski belum tentu sama pemahamannya, terlebih hanya sebagian kecil dari populasi bangsa ini yang mampu berkoperasi secara benar dan konsisten. Sehingga koperasi perlu melakukan tindakan agar anggota dapat konsisten dalam berkoperasi. Konsistensi anggota dalam berkoperasi merupakan salah satu bentuk loyalitas anggota (Sutrisno, *et al* 2017).

Menurut Rohmati (2016) Kepuasan dan pelayanan anggota adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan, dan kebutuhan anggota dapat dipenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan anggota. Ukuran kepuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan tidak hanya ditentukan oleh yang melayani saja, akan tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani.

Kepuasan pelanggan dapat diberikan oleh perusahaan jika perusahaan terlebih dahulu mengetahui apa yang menjadi harapan pelanggan terhadap produk atau jasa yang akan diberikan. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Laksono, 2014).

Dalam perspektif islam semua kegiatan bisnis hendaknya selaras dengan moralitas dan selaras dengan nilai yang telah digambarkan dalam Al-Qur'an. Walaupun bisnis merupakan pekerjaan yang halal, tetapi perlu diingat bahwa semua kegiatan bisnis tidak dibenarkan ketika sudah keluar dari koridor yang ditentukan Allah.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Sari dan Razak (2020) menunjukkan bahwa dengan produk yang berkualitas serta pemberian pelayanan yang maksimal kepada pelanggan maka kepuasan pelanggan terhadap perusahaan meningkat dan berdampak pada peningkatan perkembangan perusahaan. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Runtunuwu, *et al* (2016) menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk yang dipasarkan dengan kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh kusumawati (2018) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan kepada pelanggan menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan terhadap pelanggan, karena dengan memberikan pelayanan terbaik, pelanggan menjadi merasa nyaman dalam melakukan transaksi terutama dalam koperasi. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Fatmawati dan Handayani (2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **1. Kepuasan Pelanggan**

Menurut Schnaars (2018), tujuan utama suatu bisnis adalah untuk memuaskan para pelanggan. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Berdasarkan beberapa definisi di atas kepuasan adalah persepsi pelanggan akan

sebuah produk barang atau jasa yang dikonsumsi apakah sesuai dengan ekspektasi yang sesuai dengan yang diharapkan dan kemudian menciptakan suatu kesan dalam benak konsumen apakah mereka puas atau tidak puas terhadap apa yang dikonsumsi.

## **2. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (Usmara dalam Ikram, Nyokom, dan Fanggidae, 2018:168). Definisi lain kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan anggota (Tjiptono, 2014) Menurut Tjiptono (2014:59), kualitas pelayanan terdiri dari tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Dengan kata lain ada “dua faktor utama mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan kualitas pelayanan adalah kualitas tingkat pelayanan yang diberikan kepada anggota dari koperasi.

## **3. Kualitas Produk**

Setiap organisasi baik profit maupun non-profit didirikan dengan tujuan-tujuan tertentu, di antaranya meraih laba, mendapatkan pangsa pasar spesifik, mempertahankan eksistensi, meraih tingkat penjualan tertentu, mencapai tingkat pertumbuhan tertentu, memberikan pelayanan sosial, dan sebagainya. Dalam rangka merealisasikan tujuan tersebut, organisasi atau produsen berupaya menghasilkan suatu produk, baik yang bersifat konkrit maupun abstrak yang kemudian ditawarkan kepada pasar individual maupun organisasional. (Tjiptono, 2014: 104).

Menurut Kasmir (2016:123), produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk juga dapat didefinisikan sebagai serangkaian atribut tangible dan intangible, termasuk manfaat atau utilitas fungsional, sosial, dan psikologis Tjiptono (2014).

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.

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya meliputi keawetan, keandalan, kemudahan penggunaan dan perbaikannya, dan sifat lainnya (Machfoedz dalam Firtiyana dan Dharmawan, 2018).

## **4. Tingkat Bagi Hasil**

Bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*shahibul mal*) dan pengelola (*mudharib*). Proses penentuan tingkat bagi hasil diperlukan kesepakatan kedua belah pihak, yang terungkap dalam nisbah bagi hasil (Rivai 2010:799-800).

Pendapatan (*revenue*) dalam kamus ekonomi adalah hasil uang yang diterima oleh suatu perusahaan dari penjualan barang-barang (*goods*) dan jasa-jasa (*services*) yang dihasilkannya dari pendapatan penjualan (*sales revenue*) (Pass dan Lowes dalam Medias, 2018). Dalam arti lain revenue merupakan besaran yang mengacu pada perkalian antara jumlah *output* yang dihasilkan dari kegiatan produksi dikalikan dengan harga barang atau jasa dari suatu produksi tersebut (Medias, 2018). Di dalam *revenue* terdapat unsur-unsur

yang terdiri dari total biaya (*total cost*) dan laba (*profit*).

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2017). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian yang sistematis terhadap bagian-bagian serta hubungan-hubungannya. Penelitian ini digunakan untuk mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam yang terjadi. Penelitian kuantitatif juga menggunakan proses pengukuran, proses pengukuran adalah bagian yang penting dalam penelitian ini karena hal ini memberikan hubungan yang fundamental antara pengamatan empiris dan ekspresi sistematis dari hubungan kuantitatif.

Dalam penelitian ini, tidak terdapat populasi dan sampel karena penelitian ini adalah studi kasus, yang hanya satu tempat yaitu Koperasi Simpan Pinjam Kerabat Pulo Kambing. Koperasi Simpan Pinjam Kerabat Pulo Kambing memiliki 50 anggota aktif yang terdaftar, maka penelitian ini menggunakan menggunakan 50 anggota aktif Koperasi Simpan Pinjam Kerabat Pulo Kambing sebagai responden untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan imbal hasil terhadap kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam Kerabat Pulo Kambing. Pada penelitian ini juga digunakan aplikasi SPSS untuk mengolah data hasil pengumpulan yang telah dilakukan, hal ini dilakukan agar kesimpulan yang diambil dapat lebih akurat.

Uji validitas adalah bukti bahwa instrument, teknik atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep benar-benar mengukur konsep yang dimaksudkan (Sekaran dalam Putra, Handayani dan Topowijono, 2014). Dengan ketentuan, semua item instrumen kuesioner memiliki nilai signifikansi masing-masing variabel kecil dari 0,05 berarti bahwa alat ukur dalam penelitian ini dinyatakan valid. Dan instrumen kuesioner harus memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan untuk itu instrument kuesioner dinyatakan valid.

**Tabel 1.**

### Skala Likert

No.	Kode	Keterangan	Skor
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Metode analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui arah hubungan anatara variabel independen dengan variabel dependen yakni negatif atau positif dan memprediksi kenaikan dan penurunan nilai dari masing-masing variabel dalam penelitian.

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

Keterangan:

Y: Kepuasan anggota

- $\alpha$ : Konstanta
- $\beta$ : Koefisien regresi variabel independent
- $\varepsilon$ : error term
- X<sub>1</sub>: Kualitas Produk
- X<sub>2</sub>: Kualitas Pelayanan
- X<sub>3</sub>: Imbal hasil

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji statistik deskriptif yang pertama adalah pengujian terhadap jenis kelamin anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Bersatu Kerabat Pulo Kambing (KSPPS Bersatu Kerabat Pulo Kambing) yang menjadi responden dalam penelitian ini. Berikut ini merupakan hasil pengujian statistik deskriptif berdasarkan jenis kelamin responden:

**Tabel 2.**

**Hasil Uji Statistik Deskriptif Berdasarkan Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	23	46,0	46,0	46,0
Wanita	27	54,0	54,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Tabel 2 diatas adalah hasil pengujian statistik deskriptif berdasarkan jenis kelamin responden. Dari hasil pengujian diketahui bahwa responden berjenis kelamin pria berjumlah 23 orang atau 46% dari jumlah seluruh responden dan responden berjenis kelamin wanita berjumlah 27 orang atau 54% dari jumlah seluruh responden. Dari pengujian diatas dapat disimpulkan bahwa responden wanita lebih mendominasi dalam penelitian ini.

**Tabel 3**

**Hasil Uji Statistik Deskriptif Berdasarkan Rentang Usia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <21 tahun	6	12,0	12,0	12,0
>30 tahun	7	14,0	14,0	26,0
21-25 tahun	17	34,0	34,0	60,0
26-30 tahun	20	40,0	40,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Tabel 3 diatas adalah hasil pengujian statistik deskriptif berdasarkan rentang usia responden. Dari hasil pengujian diketahui bahwa responden dengan usia kurang dari 21 tahun berjumlah 6 orang atau sebesar 12% dari total keseluruhan responden. Responden dengan usia lebih dari 30 tahun berjumlah 7 orang atau sebesar 14% dari total keseluruhan responden. Responden dengan rentang usia 21-25 tahun berjumlah 17 orang atau 34% dari total keseluruhan responden. Dan responden yang berusia 26-30 tahun berjumlah 20 orang atau 40% dari total keseluruhan responden. Dari pengujian diatas dapat disimpulkan bahwa responden dengan rentang usia 21-25 dan 26-30 tahun lebih mendominasi dalam penelitian ini.

Hasil Uji Statistik Deskriptif Berdasarkan Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S1	23	46,0	46,0	46,0
	S2	5	10,0	10,0	56,0
	SMA/Sederajat	22	44,0	44,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Tabel 4 diatas adalah hasil pengujian statistik deskriptif berdasarkan rentang usia responden. Dari hasil pengujian diketahui bahwa responden dengan pendidikan terakhir S1 berjumlah 23 orang atau sebesar 46% dari total keseluruhan responden. Responden dengan pendidikan terakhir S2 berjumlah 5 orang atau sebesar 10% dari total keseluruhan responden. Responden dengan Pendidikan terakhir SMA/Sederajat berjumlah 22 orang atau 44% dari total keseluruhan responden. Dari pengujian diatas dapat disimpulkan bahwa responden dengan Pendidikan terakhir S1 dan SMA/Sederajat lebih mendominasi dalam penelitian ini.

Tabel 5  
Hasil Uji Statistik Deskriptif Berdasarkan Lamanya Menjadi Anggota

		Koperasi			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<1 tahun	19	38,0	38,0	38,0
	1-2 tahun	16	32,0	32,0	70,0
	3-4 tahun	9	18,0	18,0	88,0
	4-6 tahun	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

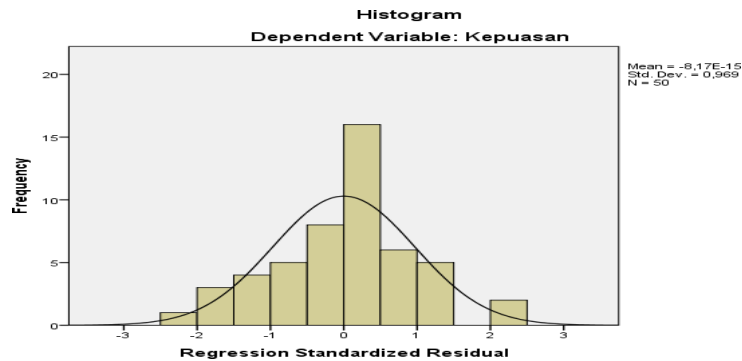
Tabel 5 diatas adalah hasil pengujian statistik deskriptif berdasarkan lamanya responden menjadi anggota koperasi. Dari hasil pengujian diketahui bahwa responden dengan lama menjadi anggota koperasi kurang dari 1 tahun berjumlah 19 orang atau sebesar 38% dari total keseluruhan responden. Responden dengan lama menjadi anggota koperasi 1-2 tahun berjumlah 16 orang atau sebesar 32% dari total keseluruhan responden. Responden dengan lama menjadi anggota koperasi 3-4 tahun berjumlah 9 orang atau 18% dari total keseluruhan responden. Dan responden yang lama menjadi anggota koperasi 4-6 tahun berjumlah 6 orang atau 12% dari total keseluruhan responden. Dari pengujian diatas dapat disimpulkan bahwa responden dengan lama menjadi anggota koperasi kurang dari 1 tahun dan 1-2 tahun lebih mendominasi dalam penelitian ini.

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Pengujian normalitas data melalui analisis grafik dengan cara menganalisis grafik normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal, plotting dan residual yang akan dibandingkan dengan garis diagonal. Data dapat dikatakan normal jika data atau titik-titik tersebar disekitar garis

diagonal. Berikut ini merupakan hasil pengujian asumsi klasik normalitas:

**Gambar 1**

**Hasil Pengujian Asumsi Klasik Normalitas: Histogram**



Gambar 1 diatas merupakan hasil pengujian asumsi klasik normalitas dengan grafik histrogram. Dari hasil pengujian, diketahui bahwa garis membentuk seperti lonceng. Untuk menguatkan hasil pengujian asumsi klasik normalitas maka perlu melihat grafik *normal probability plot*.

Uji multikolinearitas berarti terjadi korelasi linear yang mendekati sempurna antara lebih dari dua variabel bebas. Dalam penelitian ini, metode yang sering digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya masalah multikolinearitas yakni menggunakan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor*. Dalam penelitian ini, pengujian multikolinearitas adalah jika nilai *tolerance* > 0,10 atau sama dengan nilai *variance inflation factor* < 10, maka tidak terjadi korelasi diantara variabel independen, sehingga uji multikolinearitas sehingga uji multikolinearitas terpenuhi. Berikut ini merupakan hasil pengujian asumsi klasik multikolinearitas dalam penelitian ini:

**Tabel 6**

**Hasil Uji Asumsi Klasik Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Produk	,311	3,220
Pelayanan Imbal	,223	4,488
Hasil	,220	4,544

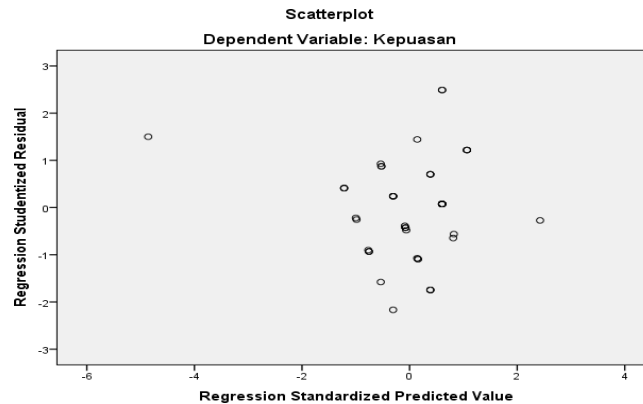
Tabel 6 yang tersaji merupakan hasil pengujian asumsi klasik multikolinearitas dalam penelitian ini. Berikut ini merupakan penjelasan dari hasil penelitian tersebut:

Berdasarkan hasil pengujian tersebut diketahui bahwa nilai tolerance hasil pengujian terhadap masing-masing variabel independent memiliki nilai lebih besar daripada taraf signifikansi yang telah ditetapkan dan masing-masing variabel independent memiliki nilai *variance inflation factor* lebih kecil daripada yang telah ditetapkan. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam penelitian ini.

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang dilakukan pada variabel dependen maupun independen. Dalam penelitian ini, untuk dapat mendeteksi heteroskedastisitas dapat dilihat melalui grafik *scatterplot*. Apabila data tersebut menyebar dan tidak membentuk pola dan titik-titik menyebar diatas atau dibawah 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut ini merupakan hasil pengujian asumsi klasik heteroskedastisitas dalam penelitian ini:

**Gambar 2.**

**Hasil Pengujian Asumsi Klasik Heteroskedastisitas: *Scatterplot***



Gambar 2 merupakan hasil pengujian asumsi klasik heteroskedastisitas dalam penelitian ini. Dari hasil penelitian diketahui bahwa titik-titik yang merupakan sampel tersebar diatas dan dibawah 0 pada sumbu Y. Berdasarkan hasil pengujian tersebut tersebut maka dapat disimpulkan maka tidak terjadi gejala hetroskedastisitas dalam penelitian ini.

Uji analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen yakni negatif atau positif dan memprediksi kenaikan dan penurunan nilai dari masing-masing variabel dalam penelitian. Berikut ini merupakan hasil pengujian regresi linear berganda yang terdapat dalam penelitian ini.

**Tabel 7.**

**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	-1,267	,955	
Kualitas Produk	,256	,090	
Kualitas Pelayanan	,542	,110	,248
Imbal Hasil	,270	,113	,507
			,246

Tabel 7 merupakan hasil pengujian regresi linear berganda pada penelitian ini. Dari hasil pengujian diketahui bahwa nilai konstanta sebesar -1,267. Nilai koefisien dari variabel kualitas produk sebesar 0,256. Nilai koefisien dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,542. Nilai koefisien dari variabel imbal hasil sebesar 0,270. Berikut ini merupakan regresi yang diajukan dalam penelitian ini:

$$KA = -1,267 + 0,256KPr + 0,542KPe + 0,270IH$$

Persamaan diatas merupakan persamaan regresi yang diajukan dalam penelitian ini. Dalam persamaan diatas KA melambangkan variabel kepuasan anggota, KPr melambangkan variabel kualitas produk, KPe melambangkan variabel kualitas pelayanan, IH melambangkan variabel imbal hasil. Berdasarkan hasil dan persamaan regresi tersebut maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Apabila variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan imbal hasil bernilai konstan atau bernilai nol, maka variabel kepuasan anggota bernilai -1,267 satuan.



2. Apabila variabel kualitas produk bernilai 1 satuan dan variabel kualitas pelayanan serta imbal hasil bernilai konstan atau bernilai nol, maka variabel kepuasan anggota akan naik sebesar 0,256 satuan.
3. Apabila variabel kualitas pelayanan bernilai 1 satuan dan variabel kualitas produk serta imbal hasil bernilai konstan atau bernilai nol, maka variabel kepuasan anggota akan naik sebesar 0,542 satuan.
4. Apabila variabel imbal hasil bernilai 1 satuan dan variabel kualitas produk serta kualitas pelayanan bernilai konstan atau bernilai nol, maka variabel kepuasan anggota akan naik sebesar 0,270 satuan.

Uji parsial atau uji t bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel independennya. Dasar pengambilan keputusan untuk Uji t parsial dalam analisis regresi adalah apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $> 0,05$  maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Tabel 8 yang tersaji merupakan hasil pengujian hipotesis secara parsial. Dari hasil pengujian diketahui bahwa kualitas produk memiliki nilai t-statistik sebesar 2,855 dengan nilai signifikansi sebesar 0,006. Hasil pengujian diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai t-statistik sebesar 4,949 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil pengujian diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai t-statistik sebesar 4,949 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil pengujian diketahui bahwa imbal hasil memiliki nilai t-statistik sebesar 2,391 dengan nilai signifikansi sebesar 0,021.

Uji simultan (Uji F) bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam persamaan/model regresi secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini untuk mengambil keputusan didasarkan pada nilai  $f_{hitung}$  dan signifikansi. Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  dan nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya terdapat pengaruh antara seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ini merupakan hipotesis untuk menguji pengaruh simultan antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan imbal hasil terhadap kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Bersatu Kerabat Pulo Kambing.

Tabel yang tersaji merupakan hasil pengujian hipotesis secara simultan. Dari hasil pengujian diketahui bahwa nilai F hitung hasil pengujian sebesar 127,407 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Pada penelitian ini nilai signifikansi yang digunakan sebesar 0,05 dan nilai t-statistik tabel sebesar 2,80 ( $n - k, 50 - 3 = 47$ ). Jika hasil pengujian dan kriteria dibandingkan maka nilai statistik  $f_{hitung}$  lebih besar daripada nilai statistik  $f_{tabel}$  ( $127,407 > 2,80$ ) dan nilai signifikansi hitung lebih kecil daripada nilai signifikansi yang telah ditetapkan ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian hipotesis alternatif diterima yang artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan imbal hasil terhadap kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Bersatu Kerabat Pulo Kambing.

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen (kualitas produk, kualitas pelayanan dan imbal hasil) terhadap variabel dependen (kepuasan anggota) dengan syarat hasil uji F dalam analisis regresi bersifat signifikan. Apabila nilai koefisien mendekati 1 maka akan semakin baik dalam mengukur kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel diatas merupakan hasil pengujian koefisien determinasi dalam penelitian ini.

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan diketahui bahwa nilai  $r^2$  sebesar 0,893. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan imbal hasil mempengaruhi variabel kepuasan anggota sebesar 89,3%, sedangkan sisanya sebanyak 10,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan imbal hasil sangat baik dalam menggambarkan kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Bersatu Kerabat Pulo Kambing.

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen (kualitas produk, kualitas pelayanan dan imbal hasil) terhadap variabel dependen (kepuasan anggota) dengan syarat hasil uji F dalam analisis regresi bersifat signifikan. Apabila nilai koefisien mendekati 1 maka akan semakin baik dalam mengukur kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel diatas merupakan hasil pengujian koefisien determinasi dalam penelitian ini. Dari hasil pengujian yang telah dilakukan diketahui bahwa nilai  $r^2$  sebesar 0,893. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan imbal hasil mempengaruhi variabel kepuasan anggota sebesar 89,3%, sedangkan sisanya sebanyak 10,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan imbal hasil sangat baik dalam menggambarkan kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Bersatu Kerabat Pulo Kambing.

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan, diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai t-statistik sebesar 4,949 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis alternatif diterima yang artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Bersatu Kerabat Pulo Kambing.

Pelayanan yang diberikan oleh pegawai Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Bersatu Kerabat Pulo Kambing merupakan kunci peningkatan kepuasan anggota koperasi. Pemberian pelayanan yang dilakukan berupa pelatihan kepada anggota koperasi yang meminjam modal untuk meningkatkan usahanya, memberikan penyuluhan tentang koperasi syariah yang bermanfaat dengan sistem yang menguntungkan, memberikan konsultasi mengenai investasi bagi anggota yang ingin menyimpan dananya dan berbagai pelayanan lainnya.

Dari hasil pengujian yang telah dipaparkan sebelumnya diketahui bahwa kualitas produk memiliki nilai t-statistik sebesar 2,855 dengan nilai signifikansi sebesar 0,006. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis alternatif diterima yang artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Bersatu Kerabat Pulo Kambing. Produk-produk yang diberikan oleh Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Bersatu Kerabat Pulo Kambing merupakan produk yang mampu bersaing dengan koperasi syariah maupun koperasi non syariah. Dengan menawarkan beberapa produk unggulan seperti: simpanan bersatu (simber), investasi mudharabah berjangka (IMB), *payment point online banking* (PPOB), Nyicil Emas (nyimas), Nyicil Laptop (Nytlop) dan pembiayaan lainnya menjadikan KSPPS Bersatu Kerabat Pulo Kambing menjadi koperasi yang menyediakan berbagai fasilitas produk yang lengkap.

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan, diketahui bahwa imbal hasil memiliki nilai t-statistik sebesar 2,391 dengan nilai signifikansi sebesar 0,021. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis alternatif diterima yang artinya terdapat pengaruh antara imbal hasil terhadap kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam

Pembiayaan Syariah Bersatu Kerabat Pulo Kambing.

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Bersatu Kerabat Pulo Kambing menyediakan pelayanan berupa simpanan bersatu (Simber) dan investasi mudharabah berjangka (IMB) yang mana menerapkan prinsip syariah dan dihitung berdasarkan nisbah. Selain memberikan nisbah yang telah disepakati bersama, anggota koperasi pun dibebaskan dari biaya administrasi sehingga imbal hasil yang diperoleh semakin besar. Dengan adanya adanya imbal hasil yang besar dan tanpa dibebankan biaya administrasi akan mendorong kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Bersatu Kerabat Pulo Kambing.

Tabel 4.15 yang tersaji merupakan hasil pengujian hipotesis secara simultan. Dari hasil pengujian diketahui bahwa nilai F hitung hasil pengujian sebesar 127,407 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif diterima yang artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan imbal hasil terhadap kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Bersatu Kerabat Pulo Kambing.

Selain itu, pada tabel 4.16 yang merupakan merupakan hasil pengujian koefisien determinasi dalam penelitian ini, diketahui bahwa nilai *r square* sebesar 0,893. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan imbal hasil mempengaruhi variabel kepuasan anggota sebesar 89,3%, sedangkan sisanya sebanyak 10,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan imbal hasil sangat baik dalam menggambarkan kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Bersatu Kerabat Pulo Kambing.

## KESIMPULAN DAN SARAN

1. Terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Bersatu Kerabat Pulo Kambing, hal tersebut didukung dengan nilai t-statistik hitung  $2,855 > 2,01174$  nilai statistik tabel dan nilai signifikansi  $0,006 < 0,05$  nilai signifikansi. Berpengaruhnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota koperasi disebabkan karena dengan pelayanan prima yang telah diberikan memberikan kepuasan kepada anggota koperasi.
2. Terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Bersatu Kerabat Pulo Kambing, hal tersebut didukung dengan nilai t-statistik hitung  $4,949 > 2,01174$  nilai statistik tabel dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  nilai signifikansi. Berpengaruhnya kualitas produk terhadap kepuasan anggota koperasi disebabkan dengan variasi produk yang berkualitas memberikan kepuasan kepada anggota koperasi.
3. Terdapat pengaruh antara variabel imbal hasil terhadap kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Bersatu Kerabat Pulo Kambing, hal tersebut didukung dengan nilai t-statistik hitung  $2,391 > 2,01174$  nilai statistik tabel dan nilai signifikansi  $0,021 < 0,05$  nilai signifikansi. Berpengaruhnya imbal hasil terhadap kepuasan anggota koperasi disebabkan dengan imbal hasil yang diterima secara maksimal tanpa dibebankan biaya administrasi membuat kepuasan anggota koperasi terhadap hasil investasi meningkat.

## SARAN

1. Dari hasil penelitian diketahui bahwa ketiga variabel yang digunakan yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan imbal hasil berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Bagi koperasi diharapkan agar mampu menjaga kualitas pelayanan dan produk yang dihasilkan, serta meningkatkan imbal hasil yang diberikan. Dengan meningkatkan faktor-

- faktor tersebut diharapkan kepuasan anggota koperasi akan terus meningkat sehingga koperasi mampu bersaing dengan lembaga-lembaga yang sejenis.
2. Bagi anggota koperasi diharapkan untuk lebih memahami koperasi syariah dan ikut serta dalam mengembangkan sistem koperasi syariah sehingga dapat bersaing dengan koperasi konvensional lainnya.

## DAFTAR REFERENSI

- Ahmed, Selim, Rafikul Islam, and Mohammad Mohiuddin. 2017. *Service Quality, Shariah Compliance and Customer Satisfaction of Islamic Banking Services in Malaysia*. Turkish Journal of Islamic Economics 4.2.
- Budiyono, Iwan. 2013. *Analisis Pengaruh Bagi Hasil Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada Perbankan Syariah Kota Semarang)*. Prosiding Simposium Nasional Akuntansi Vokasi ke- 2.
- Cahyani, Putri Dwi, and Adhika Alvianto. 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.
- Daulay, Raihanah. 2014. *Pengaruh kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap keputusan menabung nasabah pada bank mandiri syariah di kota Medan*. JRAB: Jurnal Riset Akuntansi & Bisnis 12.1.
- Furqan, Zhafran Yafi. 2018. *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kano (Studi Kasus: Kantin Aisyah Fakultas Sains Dan Teknologi UIN SUSKA Riau)*. Diss. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Gerung, Christy Jacklin, Jantje Sepang, dan Sjendry Loindong. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT. Wahana Wirawan Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 5.2.
- Gunardi, Charlie Giovani, and Rezi Erdiansyah. 2019. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku*. Prologia 3.2.
- Haryanto, Rudy, dan Heldalina. 2016. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Politeknik Negeri Banjarmasin*. "Proceeding of National Conference on Asbis. Vol. 1. No. 1.
- Ikram, Afifah AB, Antonio EL Nyoko, and Ronald PC Fanggidae. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Menginap (Studi Pada Resepsionis Hotel On The Rock Kupang)*. Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs) 9.2. hlm 167-174.
- Ismail Razak, S. E., and Nirmala Putri Sari. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana 5.3.
- Ismunandar, Arif. 2020. *Analisis Strategi Kualitas Pelayanan Publik Pada Perusahaan Jasa*.

Jurnal Dewantara 9.01. hlm 85-102.

Kasmir. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, dan Iwan Setiawan. 2011. *Markkinointi 3.0*. Helsinki: Talentum.

Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.

Kusumawati, Dyah. 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. hlm 50-59.

Lasander, Christian. 2013. *Citra merek, kualitas produk, dan promosi pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pada makanan tradisional*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 1.3.

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi Ketiga)*. Jakarta: Salemba Empat.

Maramis, Freekley Steyfli, Jantje L. Sepang, dan Agus S. Soegoto. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 6.3.

Medias, Fahmi. 2018. *Ekonomi Mikro Islam: Islamic Microeconomics*. Magelang: Unimma Press.

Ningsih, Nina Wachyu, dan Edy Yulianto. 2016. *Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan PT Astra Internasional, Tbk-TSO Auto2000 Cabang Denpasar)*. Jurnal Administrasi Bisnis 30.1 171-177.

Purwanto, Erwan Agus. 2018. *Metode penelitian kuantitatif: Untuk administrasi publik dan masalah-masalah sosial*. Yogyakarta: Gava Media.