

BAB IV

LAPORAN PENELITIAN DANA ANALISIS DATA

A. Penyajian data

1. Gambaran Umum Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah

a. Sejarah Singkat Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah

Koperasi Konsumen Syariah didirikan setelah datangnya Ustadz DR.Arifin Badri,MA. yang melakukan kunjungan ke Banjarmasin pada bulan Mei Tahun 2011 untuk memberikan tausiyah tentang riba.Dan keperluan para ummat islam yang membutuhkan solusi bagi mereka terhadap jeratan riba.

Dari permasalahan itulah 20 anggota dari majelis Ta'lim Arrahmat berkumpul dan berdiskusi dalam pembentukan dan pembangunan koperasi yang diberi nama Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin yang berdiri pada tanggal 1 Januari Tahun 2012 di JL. Arjuna Iv No. 16 diseeberang Masjid Al Ummah Kel. Pemurus Dalam Kec. Banjarmasin Selatan Kalimantan selatan..Di pertemuan selanjutnya dihadap oleh 41 orang yang bakal menjadi anggota koperasi,dan memberikan dana investasi untuk koperasi dengan memiliki modal awal kurang lebih Rp.45.825.00..Seiring berjalannya waktu, Muhsinin yang berkelebihan harta ingin menitipkan hartanya kepada pengurus Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin,danada juga yang berjanji memasukkan kekayaannya hingga mencapai 1 Miliar, lalu transaksi pertama bisa dilakukan di bulan pertama.Pada Februari 2012, sebagai badan hukum, setelah 4 tahun melakukan rangkaian perjalanan kerjama,hingga di tahun 2015 disahkannya Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah sebagai koperasi pemerintah dengan

nomor hukum No.06/BH/XIX/III/2016 lalu disahkan oleh Gubernur Kalimantan Selatan sebagai Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah. Koperasi KOnsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin tidak sama dengan koperasi lainnya karena Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah sendiri dibentuk oleh anggota-anggotanya sendiri dalam melakukan jual beli kredit tanpa riba dan sesuai dengan syariat Islam berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits.

Tujuan koperasi adalah melakukan kebermanfaatan yang besar untuk para anggotanya, dengan sumber jasa atau barangan murah, memiliki kualitas yang tinggi dan tersedia untuk para anggota koperasi. dengan jenis barang yang dijual seperti mobil, rumah, tanah, elektronik, sepeda motor, parabola, perabotan rumah dll. Untuk bisnis *non store retailing* seperti PDAM, PLN, layanan pembayaran tagihan lainnya sampai penjualan pulsa.

b. Visi dan Misi Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah

1) Visi :

Terwujudnya Koperasi Syariah yang profesional dalam bermuamalah sesuai dengan pemodan kita yaitu Al-Qur'an dan Al-Hadits dan pemahaman sebagai Radiyallahu 'Anhum 'Ajmain.

2) Misi :

- a) Memberikan solusi dalam bertransaksi kepada kaum muslimin yang halal dan bebas dari riba
- b) Menciptakan pengusaha yang berilmu dan tangguh untuk bekal berusaha dan bermuamalah sesuai dengan syariat islam

c. Struktur Kepengurusan

1) Agar tercapainya suatu tujuan dan keberhasilan suatu perusahaan, perusahaan memerlukan struktur organisasi, karena mempermudah dalam pembagian tugas dan terbentuknya interaksi untuk tercapainya suatu tujuan dalam sebuah organisasi atau perusahaan.

Adapun struktur organisasi di Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin adalah sebagai berikut :

Gambar IV. I Struktur Karyawan



Sumber : Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah

2. Karakteristik Responden Penelitian

Pada penelitian ini data yang didapatkan dari responden menggunakan *google form*. Jumlah responden pada penelitian ini adalah 100 orang yang berkriteria anggota aktif Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah.

Berikut adalah hasil dari deskripsi dan karakteristik data responden yang berjumlah 100 sebagai berikut :

a. Responden Berdasarkan Umur

Tabel IV. I Umur Responden

No	Umur	Frekuensi	Presentase
1	22	2	2%
2	23	3	3%
3	25	1	1%
4	27	2	2%
5	28	3	3%
6	29	6	6%
7	30	5	5%
8	31	4	4%
9	33	7	7%
10	34	4	4%
11	35	4	4%
12	36	2	2%
13	37	4	4%
14	38	4	4%
15	39	1	1%
16	40	6	6%
17	41	5	5%
18	42	6	6%
19	43	1	1%
20	44	4	4%
21	45	2	2%

22	46	1	1%
23	47	3	3%
24	48	2	2%
25	49	1	1%
26	50	3	3%
27	51	2	2%
28	53	6	6%
29	54	1	1%
30	55	4	4%
31	65	1	1%
Total		100	100%

Sumber : Kuesioner, 2023

Berdasarkan data dari tabel tersebut diketahui karakteristik dari pada responden dengan klasifikasi umur didapatkan dari umur 22 tahun berjumlah 2 frekuensi dengan presentase 2%, umur 23 tahun berjumlah 3 frekuensi dengan presentase 3%, umur 25 tahun berjumlah 2 frekuensi dengan presentase 15, umur 27 tahun berjumlah 2 frekuensi dengan presentase 2%, umur 28 tahun berjumlah 3 frekuensi dengan presentase 3%, umur 29 tahun berjumlah 6 frekuensi dengan presentase 6%, umur 30 tahun berjumlah 5 frekuensi dengan presentase 5%, umur 31 tahun berjumlah 4 frekuensi dengan presentase 4%, umur 33 tahun berjumlah 7 frekuensi dengan presentase 7%, umur 34 tahun berjumlah 4 frekuensi dengan presentase 4%, umur 35 tahun berjumlah 4 frekuensi dengan presentase 4%, umur 36 tahun berjumlah 2 frekuensi dengan presentase 2%, umur 37 tahun berjumlah 4

orang dengan presentase 4%, umur 38 tahun berjumlah 4 frekuensi dengan presentase 4%, umur 39 tahun berjumlah 1 frekuensi dengan presentase 1%, umur 40 tahun berjumlah 6 orang dengan presentase 6%, umur 41 tahun berjumlah 5 frekuensi dengan presentase 5%, umur 42 tahun berjumlah 6 frekuensi dengan presentase 6%, umur 43 tahun berjumlah 1 frekuensi dengan presentase 1%, umur 44 tahun berjumlah 4 frekuensi dengan presentase 4%, umur 45 tahun berjumlah 2 frekuensi dengan presentase 2%, umur 46 tahun berjumlah 1 orang dengan presentase 1%, umur 47 tahun berjumlah 3 orang dengan presentase 3%, umur 48 tahun berjumlah 2 frekuensi dengan presentase 2%, umur 49 tahun berjumlah 1 frekuensi dengan presentase 1%, umur 50 tahun berjumlah 3 frekuensi dengan presentase 3%, umur 51 tahun berjumlah 2 orang dengan presentase 2%, umur 53 tahun berjumlah 6 frekuensi dengan presentase 6%, umur 54 tahun berjumlah 1 frekuensi dengan presentase 1%, umur 55 tahun berjumlah 4 orang dengan presentase 4%, dan umur 65 tahun berjumlah 1 frekuensi dengan presentase 1%.Dapat disimpulkan bahwa dalam data penelitian karakteristik responden berdasarkan umur didominasi oleh umur 33 tahun dengan jumlah 7 frekuensi dengan presentase 7%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel IV. II Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Presentase	Jumlah
Laki-laki	86%	86 orang
Perempuan	14%	14 orang
Total	100 %	100 orang

Berdasarkan data dari tabel diatas diketahui karakteristik dari pada responden dengan klasifikasi jenis kelamin laki-laki berjumlah 86 orang dengan presentase 86%, dan perempuan berjumlah 14 orang dengan presentase 14%. Disimpulkan bahwa dengan karakteristik reponden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh laki-laki

3. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah pengukuran data untuk melihat kevalidan atau tidaknya suatu data. (Sugiyono, 2015, hlm. 121).Dlam kkuesioner di penelitian ini yang akan di uji adalah Variabel Kualitas Pelayanan,Citra Perusahaan,,Loyalitas, dan Kepuasan.Metode pengambilan dalam menentukan keputusan uji validitas adalah signifikansi yang bertaraf 0,05, yang berarti suatu item bisa dikatakan valid jika berkolerasi signifikansi terhadap nilai total atau instrumen dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, kuesioner dinyatakan valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, kuesioner dinyatakan tidak valid.

Berikut adalah hasil dari item kuesioner yang di uji validitasnya untuk variabel independen (Kualitas Pelayanan,Citra Perusahaan,Loyalitas) dan variabel dependen (Kepuasan)

Tabel IV. III Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan,Citra Perusahaan,Loyalitas Dan Kepuasan

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
	XI.1	0.506	0.195	Valid

Kualitas pelayanan (X1)	X1.2	0.545	0.195	Valid
	X1.3	0.524	0.195	Valid
	X1.4	0.463	0.195	Valid
	X1.5	0.537	0.195	Valid
	X1.6	0.504	0.195	Valid
	X1.7	0.503	0.195	Valid
	X1.8	0.533	0.195	Valid
	X1.9	0.556	0.195	Valid
	X1.10	0.508	0.195	Valid
	X1.11	0.273	0.195	Valid
	X1.12	0.612	0.195	Valid
	X1.13	0.563	0.195	Valid
	X1.14	0.470	0.195	Valid
	Citra Perusahaan(X2)	X2.1	0.732	0.195
X2.2		0.765	0.195	Valid
X2.3		0.673	0.195	Valid
X2.4		0.701	0.195	Valid
Loyalitas (X3)	X3.1	0.770	0.195	Valid
	X3.2	0.719	0.195	Valid
	X3.3	0.740	0.195	Valid
	X3.4	0.759	0.195	Valid
	X3.5	0.699	0.195	Valid
	Y1	0.660	0.195	Valid

Kepuasan (Y)	Y2	0.654	0.195	Valid
	Y3	0.718	0.195	Valid
	Y4	0.617	0.195	Valid

Sumber : SPSS 26, 2023

Dari hasil tabel IV.III diatas,item untuk pertanyaan kepada Anggota Koperasi Konsumen Syariah, dari setiap indikator dinyatakan valid karena item pada hasil uji validitas diatas nilai rhitung > dari rtabel.

b. Uji Reliabilitas

Untuk mendapatkan hasil yang dipercaya maka perlu melakukan pengukuran Uji Reliabilitas.Uji Reliabilitas ialah alat pengumpul data yang baik dalam mengukur tingkatan kepercayaan pada suatu instrumen. (Joko Ade Nursiyono and Pray P.H. Nadaek, 2016, p. 6). Lalu mendapatkan hasil yaitu :

Tabel IV. IV Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan,Citra Perusahaan,Loyalitas Dan Kepuasan

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Standar	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.767	0.60	Reliabel
Citra Perusahaan (X2)	0.686	0.60	Reliabel
Loyalitas (X3)	0.785	0.60	Reliabel
Kepuasan (Y)	0.577	0.60	Reliabel

Sumber : SPSS 26, 2023

Dari hasil data Tabel IV.IV, diketahui variabel diatas memiliki >0.60 .lalu bisa disimpulkan bahwa semua indikator pada Kualitas Pelayanan,Citra perusahaan,Loyalitas Dan Kepuasan dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah sebaran data memenuhi atau mendekati sebaran normal, yaitu sebaran data berbentuk lonceng. Data yang baik adalah data dengan pola distribusi normal, yaitu distribusi data tidak miring ke kanan atau ke kiri.(Singgih Santoso, 2010, p. 43)

Uji Normalitas pada penelitian ini diambil keputusan jika Sig $>$ dari 0,05, data disebut terdistribusi nomal,jika Sig $<$ dai 0,05,data disebut tidak terdistribusi normal

Tabel IV. V Hasil Uji Normalitas Kualitas Pelayanan,Citra Perusahaan,Loyalitas Dan Kepuasan

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.28321965
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.050
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : SPSS 26,2023

Dari hasil data pada tabel IV.V dapat diketahui bahwa Kualitas Pelayanan,Citra Perusahaan,Loyalitas Dan Kepuasan memiliki *Asymp. Sig (2-tailed)* > 0,05 yaitu sebesar 0,200 .Dapat ditarik kesimpulan indikator dari pada Kualitas Pelayanan,Citra Perusahaan,Loyalitas Dan Kepuasan terdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk menilai apakah terdapat hubungan linier yang signifikan antara ketiga variabel atau untuk menilai hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Pada penelitian ini dilakukan uji linieritas dengan menggunakan aplikasi SPSS 26 dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika nilai Sig. Deviation from linearity > 0,05, variabel bebas dan variabel disebut mempunyai hubungan yang linear.
- 2) Jika nilai Sig. Deviation from linearity < 0,05, variabel bebas dan variabel terikat disebut tidak mempunyai hubungan yang linear.

Tabel IV. VI Hasil Uji Linearitas Variabel Bebas (Kualitas Pelayanan) dan Variabel Terikat (Kepuasan)

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Variabel	Between Groups	(combined)	89.816	16	5.613	2.437	.005
		Linearity	56.514	1	56.514	24.535	.000
		Devitation from Linearity	33.302	15	2.220	.964	.500
	Within Groups		191.184	83	2.303		
	Total		281.000	99			

Sumber : SPSS 26,2023

Dari hasil data diatas, nilai Sig. dari uji variabel bebas (Kualitas Pelayanan) dan variabel terikat (Kepuasan) sebesar 0,500. Hal ini menunjukkan kalau nilai Sig. memenuhi kriteria dalam pengambilan keputusan karena $0,500 > 0,05$. dan dalam penelitian ini memiliki hubungan yang linear antara variabel (Kualitas Pelayanan) dan variabel terikat (Kepuasan).

Tabel IV. VII Hasil Uji Linearitas Variabel Bebas (Citra Perusahaan) dan Variabel Terikat (Kepuasan)

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Variabel	Between Groups	(combined)	69.731	6	11.622	5.116	.000
		Linearity	57.374	1	57.374	25.256	.000
		Deviation from Linearity	12.357	5	2.471	1.088	.372
	Within Groups		211.269	93	2.272		
	Total		281.000	99			

Sumber : SPSS 26,2023

Dari hasil data diatas, nilai Sig. dari uji variabel bebas (Citra Perusahaan) dan variabel terikat (Kepuasan) sebesar 0,372. Hal ini menunjukkan kalau nilai Sig. memenuhi kriteria dalam pengambilan keputusan karena $0,372 > 0,05$. dan dalam penelitian ini memiliki hubungan yang linear antara variabel (Citra Perusahaan) dan variabel terikat (Kepuasan).

.Tabel IV. VIII Hasil Uji Linearitas Variabel Bebas (Loyalitas) dan Variabel Terikat (Kepuasan)

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Variabel	Between Groups	(combined)	128.903	10	12.890	7.543	.000
		Linearity	105.730	1	105.730	61.868	.000

		Deviation from Linearity	23.173	9	2.575	1.507	.158
	Within Groups		152.097	89	1.709		
	Total		281.000	99			

Sumber : SPSS 26,2023

Dari hasil data diatas, nilai Sig. dari uji variabel bebas (Loyalitas) dan variabel terikat (Kepuasan) sebesar 0,158.Hal ini menunjukkan kalau nilai Sig. memunuhi kriteria dalam pengambilan keputusan karena $0,158 > 0,05$.dan dalam penelitian ini memiliki huubungan yang linear antara variabel (Loyalitas) dan variabel terikat (Kepuasan).

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah variabel independen dalam model saling berkolerasi.Penelitian antar variabel akan dianggap baik jika tidak ada gejala multikolinearitas.Keputusan untuk pengujian ini didasarkan pada nilai toleransi dan nilai VIF, sebagai berikut :

- 1) Dikatakan tidak terjadi multikolinearitas jika memiliki nilai Toleransi lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,00.
- 2) Dikatakan terjadi multikolinearitas jika memiliki nilai Toleransi lebih besar dari 0,10 dan jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00.

Tabel IV. IX Hasil Uji Normalitas Kualitas Pelayanan,Citra Perusahaan,Loyalitas Dan Kepuasan

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.965	1.978		2.510	.014		
	Kualitas Pelayanan	.069	.037	.171	1.845	.068	.702	1.424

Citra Perusahaan	.112	.090	.121	1.248	.215	.647	1.546
Loyalitas	.283	.057	.470	4.941	.000	.667	1.500

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : SPSS 26,2023

Dari hasil data table diatas,hasil dari uji multikolinearitas menggunakan aplikasi SPSS 26,dapat disimpulkan kalau variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki *tolerance* sebesar $0,702 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1.424 < 10,00$, variabel Citra Perusahaan (X2) memiliki *tolerance* sebesar $0,647 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1.248 < 10,00$, variabel Loyalitas (X3) memiliki *tolerance* sebesar $0,667 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $4.941 < 10,00$.Dapat ditarik kesimpulan bahwa dari hasil uji multikolinearitas di atas tidak terjadi gejala multikolinearitas karena hasil dari pengujian data diatas sudah memenuhi kriteria dalam pengambilan keputusan.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan agar mengetahui apakah model tersebut bias karena varian gangguan berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji Spearman Rho, yang digunakan untuk uji Spearman Rho sebagai berikut :

- 1) Jika nilai Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05. Maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai Sig. (2-tailed) lebih kecil dari 0,05. Maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel IV. X Hasil Uji Heteroskedastisitas Kualitas Pelayanan,Citra Perusahaan,Loyalitas Dan Kepuasan

Variabel	Nilai Sig. 2-Tailed	Nilai Standar
Kualitas Pelayanan (X1)	0,624	0,05
Citra Perusahaan (X2)	0,782	0,05
Loyalitas (X3)	0,935	0,05

Sumber : SPSS 26, 2023

Dari hasil data tabel diatas, pengujian Heteroskedastisitas menggunakan uji Spearman Rho didapatkan nilai Sig. Variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar $0,624 > 0,05$, nilai Sig. Variabel Citra Perusahaan (X2) sebesar $0,782 > 0,05$, dan nilai Sig. Variabel Loyalitas (X3) sebesar $0,935 > 0,05$.Dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

5. Uji Statistik

a. Metode Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan agar mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel terikat terhadap satu variabel bebas, dan untuk menunjukkan adanya hubungan praktis antara dua atau lebih variabel independent (X) dan satu variabel dependent (Y).

Penelitian ini akan menganalisis dari variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan,Citra Perusahaan,Loyalitas dan variabel terikat yaitu Kepuasan.dan inilah hasil dari uji persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

Tabel IV. XI Hasil Regresi Linear Berganda Kualitas Pelayanan,Citra Perusahaan,Loyalitas Dan Kepuasan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	4.965	1.978		2.510	.014
	Kualitas Pelayanan	.069	.037	.171	1.845	.068
	Citra Perusahaan	.112	.090	.121	1.248	.215
	Loyalitas	.283	.057	.470	4.941	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : SPSS 26, 2023

$$Y = \alpha + \beta_1 \chi_1 + \beta_2 \chi_2 + \beta_3 \chi_3 + e$$

$$Y = 4,965 + 0,069X_1 + 0,112X_2 + 0,283X_3 + e$$

Dapat disimpulkan dari hasil data diatas persamaan regresi sebagai berikut :

- 1) Nilai kostanta yaitu 4,965 dan bernilai positif ini memberitahukan jika variabel bebas Kualitas Pelayanan (X1),Citra Perusahaan (X2),Loyalitas (X3) menunjukkan pengaruh positif terhadap variabel dependen Kepuasan (Y).
- 2) Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai Koefisien regresi sebesar 0,069 ini menyatakan jika variabel Kualitas Pelayanan (X1) mengalami peningkatan satu-satuan Y akan mengalami peningkatan hingga 0,069 atau 6,9%.
- 3) Citra Perusahaan (X2) memiliki nilai Koefisien regresi sebesar 0,112 ini menyatakan jika variabel Citra Perusahaan (X2) mengalami peningkatan satu-satuan Y akan mengalami peningkatan hingga 0,112 atau 11,2%

- 4) Loyalitas (X3) memiliki nilai Koefisien regresi sebesar 0,283 ini menyatakan jika variabel Loyalitas (X3) mengalami peningkatan satu-satuan maka Y akan mengalami peningkatan hingga 0,283 atau 28,3%

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa memiliki hasil nilai Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (0,069), Citra Perusahaan (0,112), Loyalitas (0,283). karena $0,283 > 0,069$ dan $0,112$, dapat disimpulkan bahwa Loyalitas merupakan variabel dominan dari variabel lain terhadap kepuasan anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah.

b. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien Determinasi adalah uji yang mengukur kemampuan suatu variabel bebas (X) untuk mempengaruhi variabel terikat (Y). Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1, dan semakin tinggi nilai koefisien, semakin kuat kemampuan variabel independen untuk menjelaskan perubahan variabel dependen.

Berikut adalah hasil Uji Koefisien Determinasi :

Tabel IV. XII Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Loyalitas Dan Kepuasan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.648 ^a	.420	.402	1.303

a. Predictors: (Constant), Loyalitas, Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan

Sumber : SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,420. Artinya pengaruh variabel independen Kualitas Pelayanan (X1), Citra Perusahaan (X2), dan Loyalitas (X3) terhadap variabel dependen Kepuasan

Anggota Koperasi Syariah Arrahmah sebesar 42 % sedangkan sisanya (100% - 42% = 58%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti

6. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Nilai signifikansi yang dipakai adalah 0,05. Dasar pengambilan keputusan uji T adalah melihat signifikansi dan nilai t_{hitung} sebagai berikut :

- 1) Dinyatakan memiliki pengaruh apabila nilai Sig lebih kecil dari 0,05 dan nilai t_{hitung} lebih besar dari t tabel.
- 2) Dinyatakan tidak memiliki pengaruh jika nilai Sig lebih besar dari 0,05 dan jika nilai t_{hitung} lebih kecil dari dari t tabel

Tabel IV. XIII Hasil Uji T Kualitas Pelayanan,Citra Perusahaan,Loyalitas terhadap Kepuasan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	Sig.	
		B	Std. Error	Coefficients Beta		t
1	(Constant)	4.965	1.978		2.510	.014
	Kualitas Pelayanan	.069	.037	.171	1.845	.068
	Citra Perusahaan	.112	.090	.121	1.248	.215
	Loyalitas	.283	.057	.470	4.941	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui nilai t_{hitung} pada variabel Kualitas Pelayanan,Citra Perusahaan, Dan Loyalitas.untuk t tabel di peroleh dengan perhitungan sebagai berikut :

$$T \text{ tabel} = (a/2 ; n - k - 1)$$

$$T \text{ tabel} = (0,05/2 : 100 - 3 - 1)$$

$$T \text{ tabel} = (0,025 ; 96) = 1,984 \text{ didapatkan dari t tabel}$$

1) Pengujian Hipotesis Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel output dari SPSS diatas dapat diketahui bahwa nilai Sig variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar $0,068 > 0,05$ dan t hitung sebesar $1,845 < 1,984$.Dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah.

2) Pengujian Hipotesis Citra Perusahaan

Berdasarkan tabel output dari SPSS diatas dapat diketahui bahwa nilai Sig variabel Citra Perusahaan (X1) sebesar $0,215 > 0,05$ dan t hitung sebesar $1,248 < 1,984$.Dapat disimpulkan bahwa variabel Citra Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah.

3) Pengujian Hipotesis Loyalitas

Berdasarkan tabel output dari SPSS diatas dapat diketahui bahwa nilai Sig variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar $0,000 < 0,05$ dan t hitung sebesar $4,941 > 1,984$.Dapat disimpulkan bahwa variabel Loyalitas berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen pada saat yang bersamaan. Signifikansi

yang digunakan adalah 0,05. Jika nilai F-value lebih besar dari nilai F-tabel, maka semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara simultan.

Keputusan pengujian serentak (Uji F) didasarkan pada :

- 1) Dinyatakan memiliki pengaruh jika nilai Sig lebih kecil dari 0,05 dan jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel.
- 2) Dinyatakan tidak berpengaruh signifikan jika nilai Sig lebih besar dari 0,05 dan nilai F hitung lebih kecil dari F table

Tabel IV. XIV Hasil Uji F Kualitas Pelayanan,Citra Perusahaan,Loyalitas terhadap Kepuasan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	117.981	3	39.327	23.159	.000 ^b
	Residual	163.019	96	1.698		
	Total	281.000	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Loyalitas, Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan

Sumber : SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui nilai F hitung pada variabel Kualitas Pelayanan,Citra Perusahaan,dan Loyalitas.Untuk F tabel dapat diperoleh dengan hitungan sebagai berikut :

$$Df 1 = k - 1$$

$$Df 1 = 3 - 1 = 2$$

$$Df 2 = n - k = 100 - 3 = 97$$

F tabel = (2;970) = 3,09 didapatkan dari F tabel

Berdasarkan hasil output dari spss diatas diketahui bahwa nilai f hitung sebesar 23,159 > 3,09 f tabel dan nilai Sig sebesar 0,000 < 0,05.Dapat

disimpulkan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan loyalitas berpengaruh

B. Analisis Data

1. Pengaruh secara Parsial Variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah yang telah dilakukan, menunjukkan hasil nilai Sig Variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar $0,068 > 0,05$ dan t hitung sebesar $1,845 < 1,984$ pada Kepuasan Anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah. Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah tidak Berpengaruh.

Suatu pemahaman tentang konsepsi kualitas pelayanan dikemukakan oleh Wyckof (1996) yaitu Kualitas pelayanan diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. (Mulyawan, 2016, hlm. 47). Artinya dalam Kepuasan Anggota Koperasi Syariah Arrahmah ditentukan bukan dengan seberapa unggul suatu kualitas pelayanan tapi dengan kebutuhan suatu produk yang dipilih oleh Anggota koperasi konsumen syariah itu sendiri.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota Koperasi

Konsumen Syariah Arrahmah artinya Anggota Koperasi merasa puas bukan karena kualitas yang diberikan oleh pihak Koperasi tapi karena produk yang diberikan sesuai dengan kebutuhan oleh pihak Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah.

2. Pengaruh secara Parsial Variabel Citra Perusahaan (X2) terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel Citra Perusahaan (X2) terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah yang telah dilakukan, menunjukkan hasil nilai Sig Variabel Citra Perusahaan (X2) sebesar $0,215 > 0,05$ dan t hitung sebesar $1,248 < 1,984$ pada Kepuasan Anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah. Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa secara parsial variabel Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah tidak berpengaruh.

Menurut Andreassen dan Lindestad (Sugianto, 2020, hlm. 13) menjelaskan citra perusahaan sebagai hasilakumulasi sikap berasal dari pengalaman dan/atau langsung atau tidak langsung komunikasi pasar. Artinya dalam Kepuasan Anggota Koperasi Syariah Arrahmah ditentukan bukan seberapa bagus dan positif citra perusahaan pada koperasi syariah arrahmah tapi kesesuaian ekonomi dan pendapatan anggota dalam keinginan memilih produk di Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah artinya Anggota Koperasi merasa puas bukan karena tapi seberapa

bagus dan positif Citra Perusahaan pada Koperasi Syariah Arrahmah tapi kesesuaian ekonomi dan pendapatan anggota dalam keinginan memilih produk di koperasi Konsumen Syariah Arrahmah. Hal ini juga terjadi tidak sesuai dengan hasil penelitian terdahulu dari Josse Bloemer (2010) yang mengemukakan bahwa image/citra mampu mempengaruhi kepuasan.

3. Pengaruh secara Parsial Variabel Loyalitas (X3) terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel Loyalitas (X3) terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah yang telah dilakukan, menunjukkan hasil nilai Sig Variabel Loyalitas (X3) sebesar $0,000 < 0,05$ dan t hitung sebesar $4.941 < 1,984$ pada Kepuasan Anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah. Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa secara parsial variabel Loyalitas terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah berpengaruh.

Menurut Kotler dan Keller Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. (Curatman, n.d., hlm. 25). Artinya Loyalitas sangat penting dalam memberikan kepuasan, karna komitmen dan rasa kesetiaan/kepatuhan Anggota terhadap syariat islam bahwa tidak boleh melakukan jual beli dan bertransaksi mengandung riba yang sesuai dengan visi misi dari koperasi konsumen syariah Arrahmah yang selalu berkomitmen dalam setiap produknya anti riba, hal ini yang menyebabkan pentingnya rasa Loyalitas terhadap kepuasan. Dan sejalan

dengan teori Band (1991) bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan yang terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian secara ulang atau kesetiaan dan kelayakan yang berlanjut

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa Loyalitas berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah.

4. Pengaruh Secara Simultan Variabel Kualitas Pelayanan (X1), Citra Perusahaan (X2) dan Loyalitas (X3) terhadap Kepuasan (Y) Anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara Simultan (Uji F) Variabel Kualitas Pelayanan (X1), Citra Perusahaan (X2) Dan Loyalitas (X3) Terhadap Kepuasan (Y) Anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah yang telah dilakukan, Berdasarkan hasil output dari SPSS diatas diketahui bahwa nilai f hitung sebesar $23,159 > 3,09$ f tabel dan nilai Sig sebesar $0,000 < 0,05$.Dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan,citra perusaha, dan loyalitas berpengaruh

Berdasarkan pada Uji Koefisien Determinasi, Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan (X1), Citra Perusahaan (X2) Dan Loyalitas (X3) Terhadap Kepuasan (Y) Anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah sebesar sebesar 42 % sedangkang sisanya ($100\% - 42\% = 58\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti