

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Sejarah berdirinya Koperasi Syariah Al-Mawaddah

Koperasi syariah merupakan lembaga keuangan mikro yang berfungsi sebagai lembaga intermediasi, yaitu dalam melaksanakan tugas pokoknya menghimpun, mengelola dan menyalurkan dana dari oleh dan untuk anggota serta calon anggota (masyarakat). Dalam hal ini koperasi syariah dikelola dengan menggunakan pola bagi hasil (syariah). Koperasi Syariah Al-Mawaddah, sebuah lembaga keuangan yang dikelola dan dioperasikan menggunakan pola syariah banking system (sesuai Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah RI No: 91/kep/M.KUKM/IX/2004). Koperasi Al-Mawaddah ini secara operasional telah melaksanakan kegiatan semenjak 27 juli 2011. Dan juga mendapatkan pengesahan dari Badan Hukum oleh Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah RI Kabupaten Tulungagung, dengan Nomor Badan Hukum: 188.4/570/BH/XVI/115/2011.

Koperasi Syariah Al-Mawaddah sebagai koperasi syariah yang mempunyai niat tulus dengan bekerja keras bersungguh-sungguh mengatasi krisis perekonomian untuk memberantas kemiskinan dan kebodohan yang diakibatkan oleh pengangguran, dengan cara menyalurkan bantuan modal usaha. Dalam rangka untuk mendorong Koperasi Syariah Al-Mawaddah agar tumbuh menjadi lembaga keuangan syariah yang professional, mandiri serta dapat melayani anggota dengan baik, maka Koperasi Syariah Al-

Mawaddah memiliki VISI dan MISI yang jelas. VISI dan MISI merupakan dari landasan suatu lembaga untuk membangun suatu organisasi lebih berkembang dan maju, sebagai organisasi yang bisa melayani masyarakat yang kelebihan dana untuk menyalurkan pada masyarakat yang kekurangan dana atau sebagai wadah perputaran kebutuhan finansial masyarakat.

Adapun visi dari Koperasi Syariah Al-Mawaddah adalah merupakan nilai dan prinsip AKBAR FAST yang penjabaran dari:

a. (F) FATHONAH

Fathonah disini dalam arti berfikir, belajar syariah, inovatif, kreatif, memberi rahmah, berkah, unggul, cepat, cerdas, kualitas.

b. (A) AMANAH

Amanah disini bertindak professional, kerja keras dan, tanggungjawab, hati-hati, kerja sama, mufakat solusi tuntas.

c. (S) SHIDDIQ

Shiddiq disini dalam arti bersifat bersikap sebagai yang jujur, adil, benar kasih sayang, tolong menolong, imam, taqwa dan ikhlas.

d. (T) TABLIGH

Tabligh disini dalam arti menyampaikan, bahwa hanya itu menyampaikan atau berkomunikasi, bersilaturahmi dan menjalin kemitraan citra manfaat isthiqomah, transparan, antun dan ramah agar pelanggan (anggota) puas.

Misi merupakan penjabaran dari visi, dengan lebih menekankan kepada apa yang harus di emban atau dipegang sebagai patokan strategis

dan operasional. Yang perlu dilakukan oleh pihak manajemen untuk mencapai misinya. Koperasi Syariah Al-Mawaddah memiliki RAHMAN (Bersama Kita Sejahtera), adapun misi yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. (R) RIDHO

Sumber daya insani yang fathonah, amanah, jujur adil, shiddiq dan tabligh. Direksi dan karyawan ridho, ikhlas, cerdas, professional, dan terpercaya.

b. (A) ARIF

Dalam arti tanggungjawab dan istiqomah. Pengurus atau pengawas berlaku bijak, terbuka, berani tanggungjawab, lurus dan berkelanjutan arah pimpinan.

c. (H) HATI-HATI

Dalam arti inovatif dan ta'awun bekerja sama kita bisa. Peminjam hati-hati, dalam pendanaan atau hutang inovatif tolong-menolong bekerja sama sepakat saling menguntungkan.

d. (M) MANAJEMEN

Dalam arti jihad kokoh mampu melayani umat. Sistem operasional unggul pembelajaran kompetensi sesuai kebutuhan umat

e. (A) AMAL MA'RUF

Dalam arti jihad praktik ribawi kemiskinan dan kebodohan. Amal kebajikan sungguh-sungguh mengurangi praktik ribawi kemiskinan dan kebodohan.

f. (H) HIDAYAH

Dalam arti akbar berkah anggota masyarakat selamat sejahtera. Koperasi Syariah jadi pedoman syiar kebijakan utama membuka pintu berkah anggota masyarakat sejahtera dunia akhirat.¹

Gambar 4.1

Susunan Kepengurusan Kopsyah Al-Mawaddah



¹ Buku RAT Koperasi Syariah Al-Mawaddah 2017

B. Deskripsi data

Responden dalam penelitian ini adalah anggota Koperasi Syariah Al-Mawaddah dengan ukuran sampel sebesar 75 responden. Deskripsi karakter responden digunakan untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Dalam hal ini peneliti membagi karakteristik responden menjadi 3 bagian yaitu:

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki – laki	40	53%
2	Perempuan	35	47%
	Total	75	100%

Sumber : Data Primer diolah 2019

Berdasarkan keterangan dari tabel diatas, menunjukkan bahwa mayoritas responden anggota Koperasi Syariah Al-Mawaddah adalah berjenis kelamin laki-laki sebanyak 40 atau 53% sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 35 atau 47%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa yang lebih dominan atau aktif pada Koperasi Syariah Ak-Mawaddah adalah laki-laki.

2. Karakteristik Berdasarkan Umur

Tabel 4.2

Karakteristik Berdasarkan Umur

No	Usia (Tahun)	Jumlah	Presentase
1	15 – 25	13	17%
2	26 – 35	15	20%
3	36 – 45	30	40%
4	46 – 55	17	23%
	Total	75	100%

Sumber : Data Primer diolah 2019

Berdasarkan keterangan tabel diatas, diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan usia pada Koperasi Syariah Al-Mawaddah Ngunut didominasi oleh responden dengan usia 36-45 tahun. Dimana responden yang memiliki usia 36-45 tahun sebanyak 30 anggota atau 40%, sedangkan usia 46-55 tahun sebanyak 17 anggota atau 23%, usia 26-35 tahun sebanyak 15 anggota atau 20%, dan usia 15-25 tahun sebanyak 13 anggota atau 17%.

3. Karakteristik berdasarkan pekerjaan

Tabel 4.3

Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	PNS/TNI	8	11%
2	Pegawai Swasta	20	27%
3	Wiraswasta	25	33%
4	Ibu Rumah Tangga	7	9%
5	Pelajar/Mahasiswa	5	7%
6	Buruh/ Petani	10	13%
	Total	75	100%

Sumber : Data Primer diolah 2019

Berdasarkan keterangan tabel diatas, diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan anggota Koperasi Syariah Al-Mawaddah didominasi oleh responden dengan pekerjaan wiraswasta. Dimana anggota Koperasi Syariah Al-Mawaddah dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 25 anggota atau 33%, pegawai swasta sebanyak 20 anggota atau 27%, buruh/petani sebanyak 10 anggota atau 13%, PNS/TNI sebanyak 8 anggota atau 11%, ibu rumah tangga sebanyak 7 nasabah atau 9%, dan terendah pelajar/mahasiswa sebanyak 5 anggota atau 7%.

C. Deskripsi Variabel

Dalam penelitian ini terdapat 3 (tiga) variabel bebas yaitu kemudahan hubungan (X1), komunikasi (X2) dan mengerti kebutuhan konsumen (X3) dengan variabel terikat adalah kepuasan anggota (Y) Koperasi Syariah Al-Mawaddah Ngunut. Berikut merupakan tabel dan tanggapan dari responden anggota Koperasi Syariah Al-Mawaddah Ngunut:

1. Data Deskripsi Variabel Kemudahan Hubungan (X1)

Tabel 4.4

Data Deskripsi Variabel Kemudahan Hubungan (X1)

Kategori	Skor	Jumlah Pernyataan dari Responden						Total	Persentase
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6		
Sangat Setuju	5	15	18	9	9	10	8	69	15%
Setuju	4	50	45	61	63	59	57	335	75%
Ragu-ragu	3	10	12	5	3	6	10	46	10%
Tidak Setuju	2	-	-	-	-	-	-	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-	-	-	-	0	0%

Sumber : Data Primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa 75 responden yang menyatakan sangat setuju terkait variabel kemudahan hubungan sebanyak 69 responden atau 15%, kemudian responden yang menyatakan setuju sebanyak 335 responden atau 75%, untuk responden yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 46 responden atau 10%, sedangkan untuk responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Dengan tanggapan responden yang mayoritas menjawab setuju menunjukkan bahwa kemudahan hubungan yang dilakukan mendapat tanggapan yang positif.

2. Data Deskripsi Variabel Komunikasi (X2)

Tabel 4.5

Data Deskripsi Variabel Komunikasi (X2)

Kategori	Skor	Jumlah Pernyataan dari Responden						Total	Persentase
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6		
Sangat Setuju	5	16	9	7	9	16	9	66	14%
Setuju	4	46	63	57	63	52	61	342	76%
Ragu-ragu	3	13	3	11	3	7	5	42	10%
Tidak Setuju	2	-	-	-	-	-	-	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-	-	-	-	0	0%

Sumber : Data Primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa 75 responden yang menyatakan sangat setuju terkait variabel komunikasi sebanyak 66 responden atau 14%, kemudian responden yang menyatakan setuju sebanyak 342 responden atau 76%, untuk responden yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 42 responden atau 10%, sedangkan untuk responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Dengan tanggapan responden yang

mayoritas menjawab setuju menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan mendapat tanggapan yang positif.

3. Data Deskripsi variabel mengerti kebutuhan konsumen (X3)

Tabel 4.6

Data Deskripsi Variabel Mengerti Kebutuhan Konsumen (X3)

Kategori	Skor	Jumlah Pernyataan dari Responden						Total	Persentase
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6		
Sangat Setuju	5	11	8	16	24	17	20	96	21%
Setuju	4	62	61	55	46	57	42	323	72%
Ragu-ragu	3	2	6	4	5	1	13	31	7%
Tidak Setuju	2	-	-	-	-	-	-	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-	-	-	-	0	0%

Sumber : Data Primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa 75 responden yang menyatakan sangat setuju terkait variabel mengerti kebutuhan konsumen sebanyak 96 responden atau 21%, kemudian responden yang menyatakan setuju sebanyak 323 responden atau 72%, untuk responden yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 31 responden atau 7%, sedangkan untuk responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Dengan tanggapan responden yang mayoritas menjawab setuju menunjukkan bahwa mengerti kebutuhan konsumen yang dilakukan mendapat tanggapan yang positif.

4. Data Deskripsi variabel kepuasan anggota (Y)

Tabel 4.7**Data Deskripsi variabel kepuasan anggota (Y)**

Kategori	Skor	Jumlah Pernyataan dari Responden						Total	Persentase
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6		
Sangat Setuju	5	13	10	16	16	8	16	79	18%
Setuju	4	48	60	58	52	57	44	319	71%
Ragu-ragu	3	14	5	1	7	10	15	52	11%
Tidak Setuju	2	-	-	-	-	-	-	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-	-	-	-	0	0%

Sumber : Data Primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa 75 responden yang menyatakan sangat setuju terkait variabel kepuasan anggota sebanyak 79 responden atau 18%, kemudian responden yang menyatakan setuju sebanyak 319 responden atau 71%, untuk responden yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 52 responden atau 11%, sedangkan untuk responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Dengan tanggapan responden yang mayoritas menjawab setuju menunjukkan bahwa kemudahan hubungan yang dilakukan mendapat tanggapan yang positif.

D. Hasil Analisis**1. Uji Validitas**

Berikut adalah hasil pengujian validitas dari data yang diperoleh oleh penulis. Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Untuk degree of freedom

(df) = $n - 2$ dalam hal ini adalah jumlah sampel. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung $75 - 2 = 73$ dengan alpha 0,05 didapat r tabel 0,228, jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.8

Uji Validitas Instrumen Variabel Kemudahan Hubungan (X1)

No Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	R Tabel (N=73) Tarf Signikansi 5%	Keterangan
P1	0,651	0,228	Valid
P2	0,669	0,228	Valid
P3	0,321	0,228	Valid
P4	0,569	0,228	Valid
P5	0,568	0,228	Valid
P6	0,430	0,228	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 23 diolah, 2019

Tabel 4.9

Uji Validitas Instrumen Variabel Komunikasi (X2)

No Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	R Tabel (N=73) Tarf Signikansi 5%	Keterangan
P7	0,378	0,228	Valid
P8	0,329	0,228	Valid
P9	0,487	0,228	Valid
P10	0,522	0,228	Valid
P11	0,530	0,228	Valid
P12	0,445	0,228	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 23 diolah, 2019

Tabel 4.10**Uji Validitas Instrumen Variabel Mengerti Kebutuhan Konsumen (X3)**

No Item	<i>Corrected Item- Total Correlation</i>	R Tabel (N=73) Taraf Signikansi 5%	Keterangan
P13	0,602	0,228	Valid
P14	0,558	0,228	Valid
P15	0,254	0,228	Valid
P16	0,299	0,228	Valid
P17	0,626	0,228	Valid
P18	0,613	0,228	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 23 diolah, 2019

Tabel 4.11**Uji Validitas Instrumen Variabel Mengerti Kepuasan Pelanggan (Y)**

No Item	<i>Corrected Item- Total Correlation</i>	R Tabel (N=73) Taraf Signikansi 5%	Keterangan
P19	0,735	0,228	Valid
P20	0,460	0,228	Valid
P21	0,751	0,228	Valid
P22	0,602	0,228	Valid
P23	0,309	0,228	Valid
P24	0,657	0,228	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 23 diolah, 2019

Berdasarkan pada tabel diatas, seluruh item pada setiap variabel adalah valid karena nilai *Pearson Correlation* lebih besar dibandingkan 0,228. Sehingga dalam penelitian ini semua item dalam instrumen

memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

2. Uji Reabilitas

Tabel 4.12
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Alpha Cronbach's	Keterangan
X1	0,708	Reliabel
X2	0,635	Reliabel
X3	0,663	Reliabel
Y	0,741	Reliabel

Sumber : Hasil Output SPSS 23 diolah, 2019

Ukuran kemantapan alpha dapat digolongkan sebagai berikut:

- a. Nilai Alpha Cronbach 0,00 – 0,20, berarti kurang reliabel.
- b. Nilai Alpha Cronbach 0,21 – 0,40, berarti agak reliabel
- c. Nilai Alpha Cronbach 0,41 – 0,60, berarti cukup reliabel
- d. Nilai Alpha Cronbach 0,61 – 0,80, berarti reliabel
- e. Nilai Alpha Cronbach 0,81 – 1,00, berarti sangat reliabel

Berdasarkan tabel diatas, nilai *cronbach's alpha* untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

- a. Kemudahan Hubungan (X1) reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai cronbach's alpha yang cukup reliabel yaitu 0,61 - 0,80. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel kualitas produk mempunyai nilai 0,708.

- b. Komunikasi (X2) reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *cronbach's alpha* yang reliabel yaitu 0,61 – 0,80. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel loyalitas pelanggan mempunyai nilai 0,635.
- c. Mengerti kebutuhan konsumen (X3) reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *cronbach's alpha* yang reliabel yaitu 0,61 – 0,80. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk perilaku konsumen mempunyai nilai 0,663.
- d. Kepuasan nasabah (Y) reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *cronbach's alpha* yang reliabel yaitu 0,61 – 0,80. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk kepuasan nasabah mempunyai nilai 0,741.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang telah dilakukan Uji pada model regresi berdistribusi normal atau tidak normal. Untuk melakukan uji normalitas dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan syarat jika *Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05* maka data tersebut dinyatakan berdistribusi normal, sebaliknya jika *Asymp. Sig. (2-tailed) < 0,05* maka data tersebut berdistribusi tidak normal. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.57100216
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.098
	Negative	-.050
Test Statistic		.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.071 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil Output SPSS 23 diolah, 2019

Dari hasil tabel diatas, dapat diketahui pada uji normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov*. Dapat dilihat dari nilai signifikan (Asymp. Sig. 2-tailed) yaitu 0,71 yang berarti bahwa semua variabel berdistribusi normal, sehingga dapat dilakukan penelitian selanjutnya.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieralitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui gejala koreksi antar variabel bebas yang ditunjukkan dengan korelasi yang signifikan antar variabel bebas. Dimana untuk dapat mendeteksi adanya multikolinieritas jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 (<10) maka terbebas dari multikolinieritas. Dengan bantuan software SPSS for windows versi 23 didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinierity Statistic	
	Tolerance	VIF
Kemudahan Hubungan (X1)	0,436	2,293
Komuikasi (X2)	0,417	2,399
Mengerti Kebutuhan Konsumen (X3)	0,920	1,087

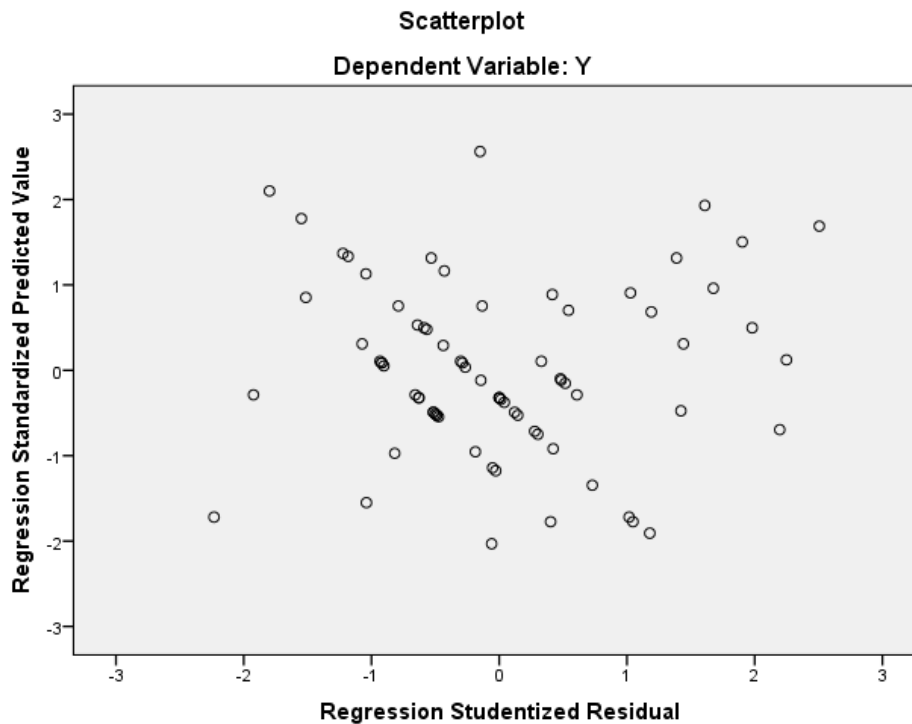
Sumber : Hasil Output SPSS 23 diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui hasil uji multikolinieritas bahwa nilai VIF pada kemudahan hubungan (X1) sebesar 2,293 dengan *tolerance* sebesar 0,436, pada komunikasi (X2) sebesar 2,399 dengan *tolerance* sebesar 0,417, dan pada mengerti kebutuhan konsumen (X3) sebesar 1,087 dengan *tolerance* sebesar 0,920. Hal ini menunjukkan bahwa variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas, karena semua hasil VIF lebih kecil dari 10 dan angka *tolerance* diatas 0,1.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian model regresi memiliki nilai yang sama maka disebut dengan homokedasitas. Cara menilai uji heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji korelasi *spearman* yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan nilai *unstandardized residual* dengan masing-masing variabel independen (X₁, X₂, X₃). Dari hasil uji korelasi *spearman*, diperoleh hasil sebagai berikut:

Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Output SPSS 23 diolah, 2019

Dari gambar *scatterplot* terlihat titik-titik tidak membentuk pola tertentu, dimana titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y (kepuasan pelanggan), sehingga grafik tersebut tidak dapat dibaca dengan jelas. Hasil ini memperlihatkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menentukan hubungan sebab akibat antara satu variabel independen yaitu kualitas produk, loyalitas pelanggan, dan perilaku konsumen terhadap variabel dependen kepuasan nasabah. Perhitungan statistik dalam analisis regresi

linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS 23. Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-7.034	4.154		-1.693	.095
	X1	.668	.173	.566	3.868	.000
	X2	1.146	.219	.782	5.226	.000
	X3	.329	.133	.213	2.106	.039

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Output SPSS 23 diolah, 2019

Berdasarkan hasil pengamatan pengujian menggunakan SPSS 23, maka dapat diketahui persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$Y = -7,034 + 0,668 X_1 + 1,146 X_2 + 0,229 X_3$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Koefisien konstanta sebesar -7,034 menunjukkan bahwa apabila tidak terdapat variabel kemudahan hunungan (X_1), komunikasi (X_2), dan mengerti kebutuhan konsumen (X_3) maka kepuasan anggota (Y) pada Koperasi Syariah Al-Mawaddah Ngunut akan mengalami penurunan sebesar -7,034. Artinya tingkat kepuasan nasabah akan berkurang jika kemudahan hubungan, komunikasi, dan mengerti kebutuhan konsumen pada Koperasi Syariah Al-Mawaddah Ngunut tidak terjadi perubahan

atau bahkan tidak ada, sehingga tidak dapat memenuhi harapan dari anggotanya.

- b. Koefisien regresi kemudahan hubungan (X_1) sebesar 0,668, menyatakan bahwa apabila kemudahan hubungan (X_1) mengalami peningkatan (membaik) satu satuan maka akan meningkatkan hasil kepuasan anggota (Y) sebesar 0,668 dengan asumsi nilai variabel lain tetap. Artinya semakin tinggi kemudahan hubungan (X_1) akan menambah tingkat kepuasan anggota. Dan sebaliknya, jika variabel kualitas produk (X_1) mengalami penurunan satu satuan, maka kepuasan nasabah juga mengalami penurunan sebesar 0,668.
- c. Koefisien regresi komunikasi (X_2) sebesar 1,146 menyatakan bahwa apabila komunikasi (X_2) mengalami peningkatan (membaik) satu satuan maka akan meningkatkan nilai kepuasan anggota (Y) sebesar 1,146 dengan asumsi nilai variabel lain tetap. Artinya semakin tinggi komunikasi (X_2) akan menambah tingkat kepuasan anggota. Dan sebaliknya, jika variabel komunikasi (X_2) mengalami penurunan satu satuan, maka kepuasan anggota juga mengalami penurunan sebesar 1,146.
- d. Koefisien regresi mengerti kemudahan hubungan (X_3) sebesar 0,229 menyatakan bahwa apabila mengerti kebutuhan konsumen (X_3) mengalami peningkatan (membaik) satu satuan maka akan meningkatkan nilai kepuasan anggota (Y) sebesar 0,229 dengan asumsi nilai variabel lain tetap. Artinya semakin tinggi mengerti kebutuhan konsumen (X_3) akan menambah tingkat kepuasan anggota. Dan sebaliknya, jika variabel

mengerti kebutuhan konsumen (X_3) mengalami penurunan satu satuan, maka kepuasan anggota juga mengalami penurunan sebesar 0,229.

- e. Dari hasil uji regresi dapat dilihat bahwa variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan anggota dari ketiga variabel diatas adalah komunikasi (X_2). Diketahui dari nilai koefien beta yang paling besar yaitu 1,146. Artinya kepuasan anggota (Y) lebih banyak dipengaruhi oleh komunikasi (X_2) dibandingkan dengan variabel lainnya. Koefisien beta yang dimiliki yang dimiliki komunikasi (X_2) bernilai positif, hal ini berarti bahwa semakin tinggi komunikasi, maka semakin meningkatkan kepuasan anggota Koperasi Syariah Al-Mawaddah Ngunut.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji Parsial (Uji T) ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen, dimana jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$) maka uji ini dikatakan signifikan, begitu juga sebaliknya. Menentukan t tabel yaitu $0.05/2 = 0,025$ (uji 2 sisi), $df = n-k$, $df = 75-4 = 71$, dimana n adalah jumlah nasabah dan k adalah jumlah variabel, maka dari cara perhitungan tersebut diperoleh t_{tabel} sebesar 1,993. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

H_0 artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

H_1 artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.16

Hasil uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-7.034	4.154		-1.693	.095
	X1	.668	.173	.566	3.868	.000
	X2	1.146	.219	.782	5.226	.000
	X3	.329	.133	.213	2.106	.039

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Output SPSS 23 diolah, 2019

1) Pengaruh kemudahan hubungan (X_1) terhadap kepuasan anggota (Y)

H_0 : tidak ada pengaruh signifikan antara kemudahan hubungan terhadap kepuasan anggota.

H_1 : ada pengaruh signifikan antara kemudahan hubungan terhadap kepuasan anggota.

Berdasarkan uji t variabel kemudahan hubungan diperoleh t hitung sebesar 3,868 dan t tabel sebesar 1,993, karena t hitung > t tabel (3,869 > 1,993) serta nilai Sig. 0,00 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya kemudahan hubungan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Hal ini menjadi cukup bukti bahwa kemudahan hubungan secara parsial memiliki pengaruh yang berarti dalam pemenuhan kepuasan anggota Koperasi Syariah Al-Mawaddah Ngunut.

2) Pengaruh komunikasi (X_2) terhadap kepuasan anggota (Y)

H_0 : tidak ada pengaruh signifikan antara kemudahan hubungan terhadap kepuasan anggota.

H_1 : ada pengaruh signifikan antara kemudahan hubungan terhadap kepuasan anggota.

Berdasarkan uji t variabel komunikasi diperoleh t_{hitung} sebesar 5,226 dan t_{tabel} sebesar 1,993, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,226 > 1,993$) serta nilai Sig. $0,00 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya komunikasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Hal ini menjadi cukup bukti komunikasi secara parsial memiliki pengaruh yang berarti dalam pemenuhan kepuasan anggota Koperasi Syariah Al-Mawaddah Ngunut.

3) Pengaruh mengerti kebutuhan konsumen (X_3) terhadap kepuasan anggota (Y)

H_0 : tidak ada pengaruh signifikan antara kemudahan hubungan terhadap kepuasan anggota.

H_1 : ada pengaruh signifikan antara kemudahan hubungan terhadap kepuasan anggota.

Berdasarkan uji t variabel mengerti kebutuhan konsumen diperoleh t_{hitung} sebesar 2,106 dan t_{tabel} sebesar 1,993, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,106 > 1,993$) serta nilai Sig. $0,039 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya mengerti kebutuhan konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Hal ini menjadi cukup bukti bahwa mengerti kebutuhan konsumen secara

parsial tidak memiliki pengaruh yang berarti dalam pemenuhan kepuasan anggota Koperasi Syariah Al-Mawaddah Ngunut.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikansi secara simultan atau bersama-sama antara variabel kemudahan hubungan (X_1), komunikasi (X_2), dan mengerti kemudahan konsumen (X_3) terhadap kepuasan anggota (Y) Koperasi Syariah Al-Mawaddah Ngunut, maka dilakukan pengujian hipotesis sebagai berikut:

Tabel 4.17

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	92.644	3	30.881	12.005	.000 ^b
	Residual	182.636	71	2.572		
	Total	275.280	74			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Hasil Output SPSS 23 diolah, 2019

Berdasarkan output SPSS 23 diatas diketahui F_{hitung} adalah 12,005, sedangkan F_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan kebebasan $(n-k) 75-4 = 71$ maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,73. Dengan membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} sehingga dapat disimpulkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($12,005 > 2,72$). Karena H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka ada pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel kemudahan hubungan (X_1), komunikasi (X_2), dan mengerti kebutuhan

konsumen (X3) terhadap kepuasan anggota Koperasi Syariah Al-Mawaddah Ngunut (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi

Analisis ini untuk mengetahui seberapa besar kemudahan hubungan, komunikasi, dan mengerti kebutuhan konsumen secara serentak mempengaruhi kepuasan anggota. Dari hasil pengujian SPSS 23 dapat dilihat nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4.18

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.580 ^a	.337	.309	1.60385

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Output SPSS 23 diolah, 2019

Angka R sebesar 0,580 menunjukkan hubungan antara kemudahan hubungan, komunikasi, dan mengerti kebutuhan konsumen adalah kuat. Angka *Adjusted R Square* adalah 0,309. Hal ini berarti bahwa kemudahan hubungan, komunikasi, dan mengerti kebutuhan konsumen secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan anggota sebesar 30 %, sedangkan sisanya sebesar (100% - 30% = 70%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan oleh penelitian ini.