

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Simpanan *Mudharabah Koperasi Syari'ah Al-Mawaddah*

Hasil penelitian pada Koperasi Al-Mawaddah Samir Ngunut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap kepuasan anggota koperasi. Sesuai dengan hasil uji t dengan menggunakan batas signifikansi maka hasil yang diperoleh menjadi H_a teruji dan H_0 tidak teruji. Hal ini sesuai dengan teori bahwa kualitas pelayanan menjadi tolak ukur keberhasilan pelayanan yang ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima layanan. Sedangkan tingkat kepuasan penerima layanan ini akan dapat diperoleh apabila seorang penerima layanan tersebut mendapatkan jenis pelayanan sesuai dengan yang mereka harapkan dan butuhkan. Dengan demikian maka kebutuhan penerima layanan harus sebisa mungkin dipenuhi agar diperoleh kepuasan.¹

Secara konsisten didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Christiana dimana memperoleh hasil kualitas pelayanan dengan indikator *Reability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness* berpengaruh positif pada kepuasan nasabah menunjukkan bahwa seluruh variabel berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Secara konsisten didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Husnul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dengan hasil variabel pada kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

¹Ratinto, Atik, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta :Pustaka Pelajar 2008), hal.51.

kepuasan nasabah. Secara konsisten didukung oleh penelitian yang dilakukan Vivi yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota dengan hasil bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota. Menurut penelitian pada Koperasi Syari'ah Al-Mawaddah bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota simpanan *mudharabah* dengan hasil uji t H_0 tidak teruji dan H_a teruji.

B. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Anggota Simpanan *Mudharabah* Koperasi Syariah Al-Mawaddah

Hasil penelitian pada Koperasi Al-Mawaddah Samir Ngunut menunjukkan bahwa strategi pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap kepuasan anggota koperasi. Sesuai dengan hasil uji t dengan menggunakan batas signifikansi maka hasil yang diperoleh menjadi H_a teruji dan H_0 tidak teruji. Dengan adanya strategi pemasaran maka kegiatan yang akan dilakukan lebih tertata dan terstruktur dengan baik sehingga strategi pemasaran dilaksanakan akan sangat efektif. Strategi pemasaran dapat mempengaruhi kepuasan anggota, dengan tercapainya kepuasan anggota diharapkan pendapatan lembaga akan meningkat dalam jangka panjang dan dapat terus berkembang sejalan dengan kepercayaan para anggotanya. Sedangkan dalam strategi pemasaran terdapat 9p yang merupakan kriteria dalam strategi pemasaran yaitu, *Product, Price, Promotion, Place, Participants, Physical evidence, Process, Publication, Performance* yang dapat mempengaruhi kepuasan anggota.²

²Fandy, *ibid*, hlm.10.

Secara konsisten didukung penelitian yang dilakukan oleh Oldy Ardhana bahwa pengaruh strategi pemasaran berpengaruh positif pada kepuasan anggota dengan indikator 4P. Secara konsisten didukung penelitian yang dilakukan oleh I Gede bahwa variabel strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas anggota. Pada penelitian di Koperasi syariah Al-Mawaddah Samir Ngunut strategi pemasaran dengan indikator 9P dengan hasil H_a teruji atau berpengaruh positif pada kepuasan anggota koperasi.

C. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Anggota Simpanan Mudharabah Koperasi Syari'ah Al-Mawaddah

Hasil penelitian pada Koperasi Syari'ah Al-Mawaddah pada uji f menunjukkan bahwa nilai f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} berarti H_0 tidak teruji dan H_a teruji. Hal ini membuktikan bahwa (X1) kualitas pelayanan dan (X2) strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap (Y) kepuasan anggota.

Kualitas pelayanan merupakan tindakan atau perlakuan yang dilakukan seseorang yang berbentuk jasa kepada pembeli atau konsumen guna memenuhi kebutuhan yang diharapkan. Kualitas pelayanan dapat berpengaruh positif pada kepuasan anggota karena kualitas pelayanan tersebut dapat dilakukan sebelum atau sesudah konsumen membeli produk dan tindakan tersebut diharapkan akan berdampak baik sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan. Strategi pemasaran merupakan suatu kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun

pembeli potensial.Strategi pemasaran berpengaruh positif pada kepuasan anggota karena strategi pemasaran merupakan kegiatan yang dapat menentukan seorang anggota merasa puas dengan memenuhi segala keinginan dan harapan.