BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh *Customer Relationship Manajement* terhadap Loyalitas Anggota Simpanan Wadiah di Koperasi Syariah Al-Mawaddah

Berdasarkan hasil uji t-test dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan pada variabel *customer relationship manajement* terhadap loayalitas anggota simpanan wadiah di Kopsyah Al-Mawaddah. Artinya bahwa *customer relationship manajement* di Kopsyah Al-Mawaddah sudah di terapkan dengan baik pada anggota simpanan wadiah sehingga dapat memperkuat loyalitas anggota yang sudah ada dan dapat menarik anggota yang baru.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori Kincaid dimana terdapat empat (4) dimensi untuk menjelaskan *customer relationship manajement* yaitu data dan informasi, proses, teknologi dan sumber daya manusia.[142] Data dan informasi yaitu ditunjukkan dengan sikap karyawan menjaga kerahasian dalam setiap transaksi dan Kopsyah Al-Mawaddah secara aktif memberikan informasi kepada anggota tentang produk simpanan yang sedang dijalankan. Proses yaitu dimana Proses dan prosedur simpanan wadiah mudah dan cepat

[142] Afif Gifano, Skripsi Sarjana: "*Pengaruh Customer Relationship Management TerhadapLoyalitas Pelanggan (Studi Pada Program Garuda Frequent Flyer Pada Masakapai Penerbangan Garuda Indonesia Di Jakarta*)", (Jakarta: Universitas Indonesia, 2012), hal. 43. Dalam http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20308445-Spdf-Afif%20Gifano.pdf, diakses 11 Mei 2018.

dan Karyawan mampu mengenali anggota dengan baik. Teknologi yaitu dimana Teknologi yang dimiliki Kopsyah Al-Mawaddah sudah relatif maju sehingga memperrnudah anggota dalam berinteraksi dengan Kopsyah Al-Mawaddah. Sumber Daya Manusia yaitu dimana Karyawan mampu menjaga hubungan baik dengan anggota dan selalu memberikan solusi yang tepat dalam memecahkan masalah anggota.

Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Bony Yosua Setyaleksana, Suharyono dan Edy Yulianto[143], yang bertujuan untuk menguji pengaruh customer relationship manajement terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (survei pada pelanggan GraPARI Telkomsel di Kota Malang). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

B. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Anggota Simpanan Wadiah di Kopsyah Al-Mawaddah

Berdasarkan hasil uji t-test dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan pada variabel *customer relationship manajement* terhadap loayalitas anggota simpanan wadiah di Kopsyah Al-Mawaddah. Artinya bahwa *customer relationship manajement* di Kopsyah Al-Mawaddah sudah di terapkan dengan baik pada anggota simpanan wadiah sehingga dapat memperkuat loyalitas anggota yang sudah ada dan dapat menarik anggota yang baru.

---

[143] Bony Yosua Setyaleksana, et. All., Jurnal: *Pengaruh Customer Relationship Manajement Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan GraPARI Telkomsel di Kota Malang),*Vol. 46 No.1, (Universitas Brawijaya, 2017)

Hasil penelitian ini relevan dengan teori Zeithaml, untuk mengukur persepsi pelanggan atas kualitas layanan yang meliputi lima dimensi yaitu *Tangibles* atau bukti fisik, *Responsiveness* atau daya tanggap,*Reliability* atau keandalan, *Assurance* atau jaminan dan kepastian, *Empathy* atau perhatian.[144] *Tangibles* atau bukti fisik, yaitu dimana Tata ruang Kopsyah Al-Mawaddah tertata rapi dan Karyawan Kopsyah Al-Mawaddah memiliki penampilan yang rapi sopan. *Reliability* atau keandalan, yaitu dimana Karyawan Kopsyah Al-Mawaddah memberikan informasi yang akurat dan melakukan pencatatan dengan teliti disetiap transaksinya. *Responsiveness* atau daya tanggap, yaitu dimana Karyawan Kopsyah Al-Mawaddah memiliki kepekaan atau respon dalam menangani transaksi . *Assurance* atau jaminan dan kepastian, yaitu dimana Kopsyah Al-Mawaddah Menjamin keamanan dan kenyamanan anggota pada saat bertransaksi. *Empathy* atau perhatian yaitu dimana Karyawan Kopsyah Al-Mawaddah ramah dan murah senyum serta selalu menyebut nama anggota ketika memberi pelayanan.

Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Aris Irmandha[145] yang bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan jasa penggiriman jalur darat **(** studi kasus kepuasan pelanggan JNE Cabang Hijrah

---

[144] Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Dilengkapi dengan Hasil Riset Pada Hotel Berbintang di Sumatera Utara),*Ed.1, Cet.1(Yogyakarta:Deepublish,2016), hal.59

[145] Aris Irnandha, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Penggiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta)* Skripsi dalam http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/jmbi/article/view/5065 di akses pada tanggal 21 April 2018.

Sagan Yogyakarta). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

C. Pengaruh secara simultan antara *Customer Relationship Manajement* dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Anggota Simpanan Wadiah di Kopsyah Al-Mawaddah

Hasil uji F memperlihatkan bahwa adanya pengaruh secara bersama-sama dari seluruh variabel independen (*customer relationship manajement* dan kualitas layanan) terhadap loyalitas anggota simpanan wadiah di Kopsyah Al-Mawaddah. Dan yang menunjukkan hasil dominan terhadap variabel dependen adalah kualitas layanan, berarti variabel ini adalah paling penting dalam menentukan loyalitas anggota simpanan wadiah di Kopsyah Al-Mawaddah.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori Griffin, pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya yaitu melakukan pembelian secara teratur, Membeli diluar lini produk/jasa, Merekomendasikan produk lain, Dan menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.[146] Melakukan pembelian secara teratur adalah dimana anggota akan menggunakan produk simpanan wadiah secara berkesinambungan dan akan tetap mempercayakan dana yang dimiliki untuk dikelola oleh Kopsyah Al-Mawaddah. Membeli diluar lini produk/jasa adalah dimana anggota akan

[146] Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen,* (Bandung: Alfabeta,2010), hal 130

menggunakan produk dan jasa selain simpanan wadiah. Merekomendasikan produk lain adalah dimana anggota akan memberi informasi positif mengenai Kopsyah kepada orang lain. Dan menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing adalah dimana anggota tidak akan berpengaruh dengan produk sejenis yang ditawarkan Kopsyah lain.

Adanya pengaruh yang positif dan signifikan variabel *customer relationship management,* dan kualitas pelayanan ini juga didukung dengan hasil *Adjuted R Square* pada Koefisien Determinasi sebesar 93,5%. Hal ini mengindikasikan bahwa sebesar 93,5% yang dapat mempengaruhi loyalitas dapat dijelaskan oleh variabel independen yang ada pada penelitian ini,sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.