

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek

Hasil penelitian memperlihatkan, kinerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di KSPP Syariah Soyo Mulyo. Hal ini dilihat dari hasil koefisien regresi untuk variabel kinerja karyawan nilainya positif. Pengaruh positif ini sama dengan memiliki pengaruh yang searah. Hal ini berarti setiap penambahan variabel kinerja karyawan akan meningkatkan keputusan anggota. Dan jika mengalami penurunan dalam kinerja karyawan maka keputusan anggota juga akan menurun. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa signifikan yang berarti kinerja karyawan sangat berpengaruh terhadap keputusan anggota. Pada KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek, kinerja karyawan salah satu hal utama yang mendorong keputusan anggota di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek. Kinerja karyawan dapat dilihat dari waktu operasional, ketepatan waktu, kemandirian dan lain-lain. Operasional koperasi syariah di KSPP Syariah Soyo Mulyo adalah setiap hari senin – jum'at mulai pukul 09.00 s/d 16.00 WIB. Dalam hal ini, maka waktu yang digunakan untuk para karyawan KSPP Syariah Soyo Mulyo sangatlah banyak. Hal tersebut menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan anggota. Oleh karena itu, kinerja karyawan sangat berpengaruh terhadap keputusan anggota.

Menurut Prawirosentono kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing.⁸⁵Keputusan anggota merupakan hasil proses pemikiran yang berupa pemilihan satu diantara beberapa alternatif yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang dihadapinya.⁸⁶Pengukuran kinerja yang baik akan menghasilkan kinerja objektif, yang dapat diterima pegawai dengan baik. Oleh karena itu, untuk mengetahui kinerja karyawan perlu dilakukan penilaian kinerja yang teratur dan sistematis. Jadi, dalam pemilihan pengukuran kinerja karyawan terdapat penilaian kinerja karyawan.⁸⁷

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Muchamad Arif Lutfi (2015) bahwa Hasil penelitian ini menunjukkan Variable X (kinerja karyawan) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepercayaan anggota di BMT AsySyifa Weleri Kendal. Dari hasil perhitungan koefisien regresi sebesar 0,741 terlihat bahwa kinerja karyawan memiliki nilai probabilitas signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat kepercayaan sebesar 0,05 ($0,000 < 0,05$). Oleh sebab itu, maka hipotesis awal yang di ajukan dalam penelitian ini diterima. Artinya, kinerja karyawan berpengaruh positif terhadap kepercayaan anggota di BMT Asy-Syifa Weleri Kendal.⁸⁸

⁸⁵ Veithzal Rivai, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan...*, hal 309

⁸⁶ Deddy Mulyadi, *Perilaku Organisasi dan Kepemimpinan Pelayanan*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 189

⁸⁷ Lijan Poltak Sinambela, *Manajemen Sumber Daya Manusia...*, hal. 520

⁸⁸ Muchamad Arif Lutfi, *Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap...*

B. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di KSPP Syariah Watulimo Trenggalek

Hasil penelitian memperlihatkan, komunikasi pemasaran berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek. Hal ini dapat dilihat dari koefisien regresi untuk variabel komunikasi pemasaran nilainya positif. Pengaruh positif ini sama dengan memiliki pengaruh yang searah. Hal ini berarti setiap penambahan untuk variabel komunikasi pemasaran akan meningkatkan keputusan menjadi anggota dan jika mengalami penurunan dalam komunikasi pemasaran maka keputusan anggota juga akan menurun. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa signifikan yang berarti komunikasi pemasaran berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota. Komunikasi pemasaran salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan. Dapat dilihat dari sisi ketepatan waktu, pelayanan, keandalan dan lain-lain. Komunikasi pemasaran yang paling keterdepankan di dalam koperasi KSPP Syariah Soyo Mulyo. Oleh karena itu, komunikasi pemasaran sangat berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota.

Keputusan menjadi anggota KSPP Syariah Soyo Mulyo di lembaga keuangan syariah terdapat faktor yang mempengaruhi keputusan anggota yaitu syariat islam. Di daerah Watulimo Trenggalek kebanyakan masyarakatnya beragama islam. Sedangkan KSPP Syariah Soyo Mulyo sangat menekankan dan mengutamakan syariat islam dan tindakan yang selalu mencerminkan hubungannya dengan Allah. Di dalam komunikasi pemasaran yang ada di

KSPP Syariah Soyo Mulyo juga menekankan secara syariah islam. Oleh karena itu, komunikasi pemasaran terhadap lembaga keuangan syariah dapat mendominasi keputusan menjadi anggota, karena antara lembaga keuangan syariah dan nasabah kebanyakan memiliki kesamaan yaitu saling memegang teguh syariat islam.

Komunikasi pemasaran adalah alat untuk meningkatkan volume penjualan atas barang dan jasa yang ditawarkan.⁸⁹ Dalam konteks pemasaran, sesungguhnya istilah ini sudah dirumuskan ulang. Jadi kini, orang lebih suka menyebutnya dengan “komunikasi pemasaran” karena sesungguhnya upaya seperti iklan atau promosi penjualan adalah upaya menyampaikan pesan-pesan tertentu kepada berbagai pihak, termasuk untuk konsumen. Dan yang penting, iklan dan promosi penjualan, hanyalah dua dari beberapa unsur komunikasi lainnya (bauran komunikasi). Jadi, terdapat unsur komunikasi di dalam keduanya yaitu bagian dari komunikasi pemasaran.⁹⁰

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Abizar Giffari (2015) bahwa t hitung (5.025) \geq t tabel (1.6449) sehingga keputusannya menerima H_1 atau hipotesis alternatifnya dan dapat membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah.⁹¹ Hasil penelitian ini dengan penelitian Abizar Giffari yaitu sama-sama menyatakan bahwa komunikasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Abizar Giffari adalah jenis variabel dan objek penelitian. Variabel dalam penelitian Abizar Giffari adalah

⁸⁹ Dendi Sudiana, *Komunikasi Periklanan Cetak...*, hal. 93-97

⁹⁰ Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran...*, hal. 207

⁹¹ Abizar Giffari, *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Melalui WordOf Mouth Terhadap....*

Komunikasi Pemasaran Melalui *WordOf Mouth* dan Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Kredit, sedangkan dalam penelitian ini adalah kinerja karyawan dan kualitas produk. Objek penelitian ini adalah di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek.

C. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek. Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa kualitas produk memiliki kecenderungan dapat mempengaruhi keputusan anggota. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan anggota di atas, berarti mendukung secara koefisien dengan penelitian yang dilakukan oleh Anugrah Janwar Tunis⁹² bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi = 0,060, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi = 0,833, dan kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan sebesar 68,3% terhadap keputusan pembelian.

Kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Kecocokan penggunaan didasarkan atas lima ciri yaitu teknologi (kekuatan/daya tahan), psikologis

⁹²Anugrah Janwar Tunis, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap...."

(citra rasa atau status), waktu (kehandalan), kontraktural (adanya jaminan), dan etika (sopan santun, ramah dan jujur). Kecocokan penggunaan produk mencakup lima ciri diatas. Khususnya untuk produk yang berupa jasa diperlukan pelayanan kepada pelanggan yang ramah, sopan santun serta jujur, yang menyenangkan atau memuaskan pelanggan.⁹³ Menurut Nur Nasution yang mengutip pendapat dari Berry dan Parasuraman, menyebutkan bahwa terdapat lima dimensi kualitas produk yaitu bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati.⁹⁴

Hasil penelitian ini dengan penelitian Anugrah Janwar Tunis menyatakan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota. Hanya saja dalam penelitian Anugrah Janwar Tunis dan penelitian ini yang terdapat perbedaan yaitu jenis variabel dan objek penelitiannya. Variabel dalam penelitian Anugrah Janwar Tunis adalah harga, sedangkan dalam penelitian ini adalah kinerja karyawan dan komunikasi pemasaran. Objek penelitian Anugrah Janwar Tunis adalah di *The Secret Factory Outlet*, Sedangkan penelitian ini di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek.

⁹³ M Nur Nasution, Risman F. Sikumbank (ed.), *Manajemen Mutu Terpadu...*, hal. 2

⁹⁴ *Ibid.*, hal. 5

D. Pengaruh Kinerja Karyawan, Komunikasi Pemasaran dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di KSPP Syariah Watulimo Trenggalek

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa kinerja karyawan, komunikasi pemasaran dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di KSPP Syariah Soyo Mulyo. Dengan hasil ketiga variabel yang signifikan menandakan bahwa setiap penambahan untuk kinerja karyawan, komunikasi pemasaran dan kualitas produk secara bersama-sama akan meningkatkan keputusan anggota. Jika mengalami penurunan keputusan anggota dan signifikan atau dapat dibuktikan secara nyata. Dalam KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek keputusan anggota di koperasi didorong adanya dengan kinerja karyawan, komunikasi pemasaran dan kualitas produk. Dengan adanya perpaduan antara kinerja karyawan, komunikasi pemasaran dan kualitas produk secara bersama-sama akan lebih memperkuat keputusan menjadi anggota di Koperasi. Karena dalam mengkonsumsi suatu produk selalu memperhatikan komunikasi pemasaran dan kualitas produk dan setiap mengkonsumsi atau membeli suatu produk orang muslim selalu memperhatikan syariat islam.

Kinerja karyawan berasal dari kata *job performace* atau *actual performace* yang berarti prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai oleh seseorang.⁹⁵ Komunikasi pemasaran adalah alat untuk meningkatkan

⁹⁵ M. Ismail Yusanto dan M. Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam...*, hal 199

volume penjualan atas barang dan jasa yang ditawarkan.⁹⁶Kualitas Produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.⁹⁷ Keputusan anggota adalah hasil proses pemikiran yang berupa pemilihan satu diantara beberapa alternatif yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang dihadapinya.⁹⁸Perilaku konsumen untuk membeli suatu barang/produk jasa dipengaruhi oleh faktor internal (emosional) dan eksternal (dorongan dari dalam dan motif sosial).⁹⁹Dengan penggabungan kedua faktor tersebut di dapatkan konsumen membeli terjadi karena adanya keinginan/keyakinan bahwa suatu prdouk tersebut bisa bermanfaat, maka bisa terjadi keputusan.Kemudian hal tersebut bisa mendatangkan kepuasan.Kepuasan terjadi dengan didahului dengan adanya keputusan anggota terhadap produk tersebut. Ketika kepuasan menurun maka keputusan juga bisa menurun. Sehingga keputusan anggota tidak bersifat permanen, tetapi keputusan anggota bersifat sementara atau dapat berubah-ubah.

⁹⁶Dendi Sudiana, *Komunikasi PeriklananCetak...*, hal. 93-97

⁹⁷Kotler &Armstrong, *Prinsip – Prinsip Pemasaran...*, hal. 48

⁹⁸ Deddy Mulyadi, *Perilaku Organisasi dan Kepemimpinan Pelayanan*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 189

⁹⁹Diana Qoudarsi, *Pengaruh Penerapan Strategi Pemasaran dan Komunikasi Terhadap...*