

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Profil KSPPS Nuri Jatim

a. Sejarah KSPPS Nuri Jatim

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nuri Jawa Timur (KSPPS NURI JATIM) yang sebelumnya dikenal dengan KSN Jatim merupakan salah satu koperasi syariah berskala Provinsi Jawa Timur yang berpusat di jalan raya Palduding-Pegantenan, Desa Plakpak, Kecamatan Pegantenan, Kabupaten Pamekasan Jawa Timur. Koperasi ini didirikan oleh para tokoh alumni Pondok Pesantren Banyuwangi pada hari senin tanggal 1 Desember 2008 dan mulai beroperasi pada tanggal 1 Januari 2009 dengan kantor pelayanan yang beralamat di Jalan Raya Palduding, Desa Plakpak, Kecamatan pegantenan, Kabupaten Pamekasan.

Koperasi ini bergerak dalam bidang usaha simpan pinjam yang beroperasi al berdasarkan legalitas badan hukum dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Pamekasan dengan Nomor 02/BH/XVI.19/2010, tertanggal 29 April 2010. Dalam perkembangan kelembagaan KSPPS Nuri Jatim, pelayanan usaha simpan pinjam yang diberikan kepada anggota, bukan hanya ada di wilayah Kabupaten Pamekasan saja, melainkan juga menyebar ke wilayah Kabupaten Sampang dan Kabupaten Sumenep. Sehingga pada tahun 2014 pengurus mengajukan alih bina kepada Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur. Selanjutnya, berdasarkan pengesahan Akta Perubahan Anggaran Dasar dari Pemerintah Provinsi Jawa Ti-

mur Nomor: P2T/10/09.02/01/XII/2014, tanggal 11 Desember 2014, secara resmi menjadi binaan Pemerintah Provinsi Jawa Timur melalui Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur. Pada 2019 resmi beralih status dari KSN Jatim menjadi KSPPS Nuri Jatim.

KSPPS Nuri Jatim melaksanakan kegiatan usaha menghimpun dana dalam bentuk simpanan pokok, simpanan wajib, simpanan wajib khusus, simpanan hari raya, simpanan berjangka, simpanan walimatul ursy, simpanan pendidikan, simpanan haji dan umrah, simpanan qurban, simpanan rumah tangga dan simpanan suka rela, serta memberikan pembiayaan untuk anggota atau calon anggota, koperasi lain dan atau anggotanya antara lain pembiayaan gadai emas, pembelian barang serba guna, modal usaha, modal pertanian, gadai BPKB syariah, gadai sertifikat tanah, gadai kendaraan, pembelian mobil dan motor, kebajikan barokah dan pembelian rumah sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia tentang perkoperasian dan peraturan pemerintah tentang pelaksanaan kegiatan usaha simpan pinjam oleh koperasi.

Sebagai salah satu lembaga keuangan non bank, KSPPS Nuri Jatim berperan sebagai lembaga intermediasi antara potensi yang dimiliki masyarakat berekonomi kecil, maka pada tahun-tahun berikutnya membuka kantor pelayanan yang hampir di setiap kecamatan di Madura dan bahkan hampir di setiap kabupaten di tanah jawa dengan tujuan untuk membangun peradaban ekonomi umat berbasis syariah.

Dalam menjalankan usahanya, KSPPS Nuri Jatim memegang teguh prinsip-prinsip koperasi dan jati diri koperasi yang diorientasikan untuk dapat membantu

meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial dari anggota KSPPS Nuri Jatim. Sesuai dengan mottonya, hingga saat ini KSPPS Nuri Jatim memiliki anggota yang sangat banyak dan tersebar di seluruh Provinsi Jawa Timur. Sebagai salah satu tujuan dari berdirinya KSPPS Nuri Jatim yang bergerak di bidang usaha simpan pinjam, diharapkan dapat menjadi solusi untuk terbangunnya ekonomi umat yang berbasis syariah.¹

b. Visi dan Misi KSPPS Nuri Jatim

Visi merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh suatu lembaga. Sedangkan misi adalah hal-hal yang perlu dilakukan untuk mewujudkan visi. Adapun visi dan misi KSPPS Nuri Jatim adalah sebagai berikut:

Visi:

Terwujudnya koperasi syariah yang unggul dan kompetitif sebagai pilar pembangunan ekonomi umat

Misi:

- 1) Menjadikan KSPPS Nuri Jatim sebagai rujukan Koperasi Syariah.
- 2) Menciptakan pelayanan dan SDM KSPPS Nuri Jatim yang kompetitif dan profesional.
- 3) Meningkatkan pendapatan anggota dan masyarakat.
- 4) Membangun kesadaran masyarakat akan kehidupan bergotong royong dalam melakukan aktivitas usahanya.
- 5) Menciptakan pengusaha muslim yang tangguh di lingkungan masyarakat.

¹ KSPPS NURI JATIM, di akses dari <http://nurijatim.com/sekilas-sejarah/> pada tanggal 21 Juni 2021 pukul 21:56

- 6) Meningkatkan program pemberdayaan ekonomi, khususnya dikalangan anggota melalui sistem syariah.

c. Struktur Organisasi KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru

Adapun struktur yang ada di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru adalah sebagai berikut:

- 1) Struktur Pengawas KSPPS Nuri Jatim
 - a) Koordinator : Drs. H. Khalil Asyari
 - b) Anggota : H. Nurul Hadi, Lc, M.Pd
 - c) Anggota : Suryadi
- 2) Struktur Pengurus KSPPS Nuri Jatim
 - a) Ketua : Achmad Mukhlisin, SH, MH.
 - b) Sekretaris : Abdul Wafi Jamal
 - c) Bendahara : H. Akhmad Farhom, S.Ag
- 3) Struktur Kepegawaian KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru
 - a) Manajer : Jufriyadi
 - b) Teller : Noruddin
 - c) Customer Servis : Wahyudi
 - d) Marketing Funding : Ali wafa
 - e) Marketing Funding : Ahmad Hosnan
 - f) Marketing Financing : Ahmad Ridai
 - g) Marketing Financing : Abdul Rokib

d. Logo KSPPS Nuri Jatim

Gambar 4.1

Logo KSPPS Nuri Jatim



2. Deskripsi Data Penelitian dan Responden

a. Deskripsi Data Penelitian

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada anggota KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru pamekasan. Penelitian ini membagikan atau menyebarkan 94 kuesioner kepada anggota KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru Pamekasan. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* yaitu *accidental sampling*, artinya unit sampel yang dipilih berdasarkan ketersediannya. Mereka yang berada di tempat yang tepat dan diwaktu tepat itulah yang dipilih sebagai sampel pada sebuah penelitian begitupun dengan penelitian ini.

Tabel 4.1
Rincian Penyebaran Pengembalian Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebar	94
Kuesioner yang tidak dikembalikan	0
Kuesioner yang Kembali	94
Kuesioner yang digugurkan	0
Kuesioner yang digunakan	94
Tingkat pengembalian (respon rate)	100%
Tingkat pengembalian yang digunakan (usable respon rate)	100%

Sumber: data diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 94 dan kuesioner yang digunakan berjumlah 94. Bisa disimpulkan bahwa tingkat pengembalian yang digunakan yaitu 100%.

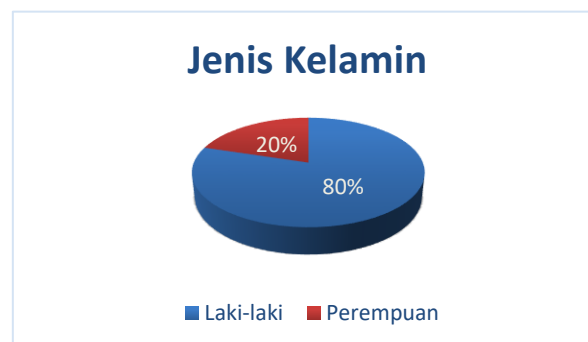
b. Deskripsi Data Responden

1) Jenis Kelamin Responden

Berikut ini merupakan rincian jenis kelamin responden dalam penelitian ini:

Gambar 4.2

Jenis Kelamin



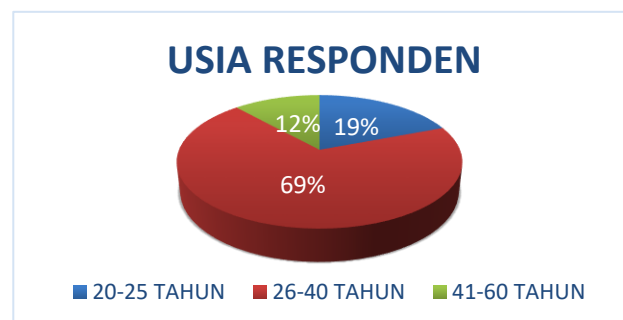
Berdasarkan gambar diagram diatas menunjukkan bahwa mayoritas jenis kelamin responden adalah laki-laki sebanyak 75 orang dengan presentase sebesar 80% sedangkan sisanya berjenis kelamin perempuan sebanyak 19 orang dengan presentase sebesar 20%.

2) Usia Responden

Berikut merupakan rincian usia responden dalam penelitian ini:

Gambar 4.3

Usia Responden



Berdasarkan gambar diagram diatas menunjukkan bahwa usia responden yang terlibat dalam penelitian ini yang berumur diantara 20-25 tahun sebanyak 18 orang dengan presentase sebesar 19% sedangkan responden yang berumur diantara 26-40 tahun sebanyak 65 orang dengan presentase sebesar 69% dan responden yang berumur diantara 41-60 tahun sebanyak 11 orang dengan presentase sebesar 12%.

3) Pekerjaan responden

Berikut merupakan rincian pekerjaan responden dalam penelitian ini

Gambar 4.4

Pekerjaan Responden



Berdasarkan gambar diagram diatas menunjukkan bahwa responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini mempunyai pekerjaan dengan rincian responden yang berprofesi sebagai pedagang berjumlah 48 orang dengan presentase sebesar 51%, responden yang berprofesi sebagai petani berjumlah 13 orang dengan presentase sebesar 14%, responden yang berprofesi sebagai wiraswasta berjumlah 28 orang dengan presentase sebesar 30% dan responden yang memiliki pekerjaan selain pedagang, petani dan wiraswasta berjumlah 5 orang dengan presentase sebesar 5%.

c. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

Tanggapan responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini mengenai pengaruh kualitas pelayanan, persepsi dan bagi hasil terhadap minat menabung anggota dalam menggunakan produk SIBER (simpanan berjangka) di KSPPS Nu-

ri Jatim cabang waru dapat dijelaskan melalui tanggapan responden yang diperoleh dari hasil angket yang telah disebar, maka untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada distribusi frekuensi variable dibawah ini :

1) Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan

Sikap responden terkait variabel kualitas pelayanan dijelaskan pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.2

Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan

No	Sangat Tidak Setuju: 1		Tidak Setuju: 2		Kurang setuju: 3		Setuju: 4		Sangat setuju:5		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1					2	2,1	43	45,7	49	52,1	94
2					5	5,3	37	39,4	52	55,3	94
3					2	2,1	42	44,7	50	53,2	94
4					1	1,1	32	34,0	61	64,9	94
5					7	7,4	39	41,5	48	51,1	94
6					2	2,1	38	4,4	54	57,4	94
7							37	39,4	57	60,6	94
Jumlah					19		268		371		

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi variabel kualitas pelayanan di atas menunjukkan bahwa responden memberikan jawaban atau tanggapan sangat setuju sebanyak 371, sedangkan responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 268, sedangkan responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 19 dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Skor: $((\sum STSx1) + (\sum TSx2) + (\sum KSx3) + (\sum Sx4) + (\sum SSx5)) : (n \times 5 \times 7)$

$$= ((0 \times 1) + (0 \times 2) + (19 \times 3) + (268 \times 4) + (371 \times 5)) : (94 \times 5 \times 7)$$

$$= (0 + 0 + 57 + 1.072 + 1.855) : 3.290$$

$$= 2.984 : 3.290$$

$$= 0,90 \times 100\% = 90\%$$

Secara kontinum 90% termasuk kategori sangat kuat karena berada diantara 80%-100%.

2) Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi

Sikap responden terkait variabel persepsi dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.3

Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi

No	Sangat Tidak Setuju: 1		Tidak Setuju: 2		Kurang Setuju: 3		Setuju: 4		Sangat Setuju: 5		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1					3	3,2	34	36,2	57	60,6	94
2					1	1,1	37	39,4	56	59,6	94
3					3	3,2	33	35,1	58	61,7	94
Jumlah					7		104		171		

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi variabel persepsi di atas menunjukkan bahwa responden memberikan jawaban atau tanggapan sangat setuju sebanyak 171, sedangkan responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 104, sedangkan responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 7 dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

$$\text{Skor: } ((\sum STSx1) + (\sum TSx2) + (\sum KSx3) + (\sum Sx4) + (\sum SSx5)) : (n \times 5 \times 3)$$

$$= ((0 \times 1) + (0 \times 2) + (7 \times 3) + (104 \times 4) + (171 \times 5)) : (94 \times 5 \times 3)$$

$$= (0 + 0 + 21 + 416 + 855) : 1.410$$

$$= 1.292 : 1.410$$

$$= 0,91 \times 100\% = 91\%$$

Secara kontinum 91% termasuk kategori sangat kuat karena berada diantara 80%-100%.

3) Distribusi Frekuensi Variabel Bagi Hasil

Sikap responden terkait variabel bagi hasil dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.4

Distribusi Frekuensi Variabel Bagi Hasil

No	Sangat Tidak Setuju: 1		Tidak Setuju: 2		Kurang Setuju: 3		Setuju: 4		Sangat Setuju:5		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1					2	2,1	43	45,7	49	52,1	94
2					5	5,3	37	39,4	52	55,3	94
3					2	2,1	42	44,7	50	53,2	94
4					1	1,1	32	34,0	61	64,9	94
5					7	7,4	39	41,5	48	51,1	94
Jumlah					17		193		260		

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi variabel bagi hasil di atas menunjukkan bahwa responden memberikan jawaban atau tanggapan sangat setuju sebanyak 260, sedangkan responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 193, sedangkan responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 17 dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

$$\text{Skor: } ((\sum STSx1) + (\sum TSx2) + (\sum KSx3) + (\sum Sx4) + (\sum SSx5)) : (n \times 5 \times 5)$$

$$= ((0 \times 1) + (0 \times 2) + (17 \times 3) + (193 \times 4) + (260 \times 5)) : (94 \times 5 \times 5)$$

$$= (0 + 0 + 51 + 772 + 1.300) : 2.350$$

$$= 2.123 : 2.350$$

$$= 0,90 \times 100\% = 90\%$$

Secara kontinum 90% termasuk kategori sangat kuat karena berada diantara 80%-100%.

4) Distribusi Frekuensi Variabel Minat

Sikap responden terkait variabel bagi hasil dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5

Distribusi Frekuensi Variabel Minat

No	Sangat Tidak Setuju:1		Tidak Setuju:2		Kurang Setuju:3		Setuju:4		Sangat Setuju:5		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1							43	45,7	51	54,3	94
2					1	1,1	35	37,2	58	61,7	94
3					4	4,3	35	37,2	55	58,5	94
4					1	1,1	33	35,1	60	63,8	94
5					1	1,1	37	39,4	56	59,6	94
Jumlah					7		183		280		

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi variabel bagi hasil di atas menunjukkan bahwa responden memberikan jawaban atau tanggapan sangat setuju sebanyak 260, sedangkan responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 193, sedangkan responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 17 dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

$$\text{Skor: } ((\sum STSx1) + (\sum TSx2) + (\sum KSx3) + (\sum Sx4) + (\sum SSx5)) : (n \times 5 \times 5)$$

$$= ((0 \times 1) + (0 \times 2) + (7 \times 3) + (183 \times 4) + (280 \times 5)) : (94 \times 5 \times 5)$$

$$= (0 + 0 + 21 + 732 + 1.400) : 2.350$$

$$= 2.153 : 2.350$$

$$= 0,91 \times 100\% = 91\%$$

Secara kontinum 91% termasuk kategori sangat kuat karena berada diantara 80%-100%.

d. Uji Kualitas Data

Adapun tujuan dari pengujian kualitas data adalah untuk mengetahui apakah setiap item pertanyaan atau pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak layak untuk digunakan. Peneliti mengajukan kuesioner yang berisi 20 pertanyaan yang meliputi beberapa variabel diantaranya variabel kualitas pelayanan (X1), persepsi (X2), bagi hasil (X3) dan Minat (Y).

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu pertanyaan kuesioner masing-masing variabel atau indikator. Teknik pengujiannya menggunakan person correlation yakni korelasi antara skor item dengan skor total item (nilai r-hitung) dibandingkan dengan r-tabel. Jika nilai r-hitung > r-tabel maka item tersebut dikatakan valid.

Berdasarkan jumlah sampel penelitian yang berjumlah 94 responden dengan $\alpha = 0,05$, sehingga nilai r-tabel yaitu 0,1707. Berdasarkan hasil uji validitas dalam penelitian ini hasil analisisnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6

Tabel Hasil Uji Validitas

UJI VALIDITAS					
Variabel	Item	Koefisien Kol-erasi	R-tabel	Sign	Validitas
Kualitas Pelayanan (X1)	1.1	0,730	0,1707	0,000	Valid
	1.2	0,555	0,1707	0,000	Valid
	1.3	0,758	0,1707	0,000	Valid
	1.4	0,627	0,1707	0,000	Valid
	1.5	0,654	0,1707	0,000	Valid
	1.6	0,728	0,1707	0,000	Valid
	1.7	0,182	0,1707	0,000	Valid
Persepsi (X2)	2.1	0,819	0,1707	0,000	Valid
	2.2	0,736	0,1707	0,000	Valid
	2.3	0,683	0,1707	0,000	Valid
Bagi Hasil (X3)	3.1	0,774	0,1707	0,000	Valid
	3.2	0,564	0,1707	0,000	Valid
	3.3	0,769	0,1707	0,000	Valid
	3.4	0,653	0,1707	0,000	Valid
	3.5	0,706	0,1707	0,000	Valid
Minat Menabung (Y)	1.1	0,664	0,1707	0,000	Valid
	1.2	0,700	0,1707	0,000	Valid
	1.3	0,751	0,1707	0,000	Valid
	1.4	0,743	0,1707	0,000	Valid
	1.5	0,714	0,1707	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat jawaban atau tanggapan dari responden akan menghasilkan hasil yang sama jika dilakukan pada tempat dan waktu berbeda. Suatu indikator dikatakan reliabel jika nilai *Crombach Alpha* > 0,60. Berikut adalah tabel hasil uji reliabilitas:

Tabel 4.7

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Crombach's Alpha</i>	Keterangan
X1	0,717	Reliabel
X2	0,601	Reliabel
X3	0,724	Reliabel
Y	0,760	Reliabel

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas, semua indikator variabel kualitas pelayanan, persepsi, bagi hasil dan minat menabung anggota tersebut dikatakan reliabel karena nilai *crombach's alpha* > 0,60

e. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan kolerasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Cara untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation factor* (VIF) dan pada model regresi. Tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10. Berikut adalah hasil uji multikolinearitas tiap variabel.

Tabel 4.8

Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error					
1	(Constant)	6.501	2.093		3.106	.003		
	Kualitas Pelayanan	.355	.087	.447	4.060	.000	.540	1.852
	Persepsi	.373	.169	.243	2.207	.030	.540	1.852

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Hasil uji multikolinearitas di atas menunjukkan bahwa nilai tolerance dari masing-masing variabel > 0,10 dan nilai VIF dari masing-masing variabel < 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independent dalam model regresi.

2) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heterokedastisitas, cara mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas adalah dengan melakukan uji *Glejser*. Apabila nilai probabilitas signifikannya diatas 0,05 maka model regresi tersebut terbebas dari gejala heterokedastisitas. Adapun hasil dari pengujian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9

Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,774	1,411		1,966	,052
	Kualitas pelayanan	-,142	,142	-,368	-1,000	,320
	Persepsi	-,008	,108	-,011	-,078	,938
	Bagi Hasil	,131	,173	,281	,755	,452

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil uji glejser di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan semua variabel dalam penelitian ini lebih dari 0,05, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model antara variabel pengganggu masing-masing variabel independent (bebas saling mempengaruhi). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode pen-

gujiannya menggunakan uji *Durbin Watson* (DW). Adapun hasil pengujian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,644 ^a	,414	,395	1,45665	2,002
a. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Persepsi, Kualitas Pelayanan					
b. Dependent Variable: Minat					

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Tabel tersebut menunjukkan nilai DW sebesar 2,002. Maka untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan nilai DW tabel dan derajat kepercayaan yang digunakan 5%. Pada DW tabel dengan melihat jumlah sampel $n = 94$ dan jumlah variabel yang digunakan pada penelitian ini ($k = 4$) didapati nilai d_l dan d_u sebagai berikut:

Tabel 4.11

Hasil Keputusan Hasil Uji Autokorelasi

DW	d_l	d_u	$4-d_l$	$4-d_u$	Keputusan
2,002	1,599	1,730	2,401	2,269	Tidak ada autokorelasi

Tabel tersebut menyatakan bahwa nilai DW sebesar 2,002 berada diantara nilai $d_u = 1,730$ dan nilai $4-d_u = 2,269$ ($d_u < DW < 4-d_u$), sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi.

4) Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel bebas dan terikat yang keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Variabel dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$. Cara yang bisa dilakukan untuk menguji kenormalan data yaitu dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Berikut adalah adalah hasil uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*.

Tabel 4.12

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,43296110
Most Extreme Differences	Absolute	,080
	Positive	,060
	Negative	-,080
Test Statistic		,080
Asymp. Sig. (2-tailed)		,166 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas Kolmogorov-smirnov di atas menunjukkan bahwa nilai nilai signifikansi sebesar 0,166 dimana hasil tersebut lebih besar dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa uji tes penelitian ini adalah berdistribusi normal.

B. Pembuktian Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui berapa besar pola hubungan atau pengaruh positif atau negatif antara variabel independen dengan variabel dependen. Berikut tabel hasil analisis regresi linier berganda:

Tabel 4.13

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,546	2,240		2,476	,015
	Kualitas pelayanan (X1)	,601	,226	,756	2,662	,009
	Persepsi (X2)	,410	,172	,266	2,387	,019
	Bagi Hasil (X3)	-,325	,275	-,339	-1,181	,241

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Hasil analisis regresi linear berganda pada tabel uji t di atas diperoleh koefisien variabel independen kualitas pelayanan (X1)= 0,601, variabel persepsi (X2)= 0,410, variabel bagi hasil (X3)= -0,325, serta konstanta (α) sebesar 5,546. Berdasarkan hasil pengujian dengan metode regresi linear berganda di atas, maka model persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 5,546 + 0,601X_1 + 0,410X_2 + (-0,325X_3) + e$$

Dari hasil persamaan di atas dapat dijabarkan:

- a. $\alpha = 5,546$ merupakan konstanta yang menunjukkan bahwa apabila variabel independen bernilai nol maka nilai variabel minat anggota sebesar 5,546.
- b. $\beta_1 = 0,601$ merupakan nilai koefisien variabel kualitas pelayanan (X1). Nilai positif 0,601 menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan sebesar 1 satuan pada variabel kualitas pelayanan (X1), maka minat anggota dalam menggunakan produk SIBER (Simpanan Berjangka) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru akan meningkat sebesar 0,601 satuan dengan asumsi variabel-variabel lainnya dianggap tetap.
- c. $\beta_2 = 0,410$ merupakan nilai koefisien variabel persepsi (X2). Nilai positif 0,410 menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan sebesar 1 satuan pada variabel persepsi (X2), maka minat anggota dalam menggunakan produk SIBER (Simpanan Berjangka) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru akan meningkat sebesar 0,410 satuan dengan asumsi variabel-variabel lainnya dianggap tetap.
- d. $\beta_3 = (-0,325)$ merupakan nilai koefisien variabel bagi hasil (X3). Nilai negatif (-0,325) menunjukkan bahwa jika terjadi penurunan sebesar 1 satuan pada variabel bagi hasil (X3), maka minat anggota dalam menggunakan produk SIBER (Simpanan Berjangka) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru akan menurun sebesar (-0,325) satuan dengan asumsi variabel-variabel lainnya dianggap tetap..

Berdasarkan hasil uji regresi di atas menunjukkan bahwa faktor kualitas pelayanan (0,601) merupakan faktor paling dominan mempengaruhi minat anggota dalam menggunakan produk SIBER di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru.

2. Uji T (parsial)

Uji t (parsial) digunakan untuk mengukur secara terpisah kontribusi yang ditimbulkan dari masing-masing variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) dengan $\alpha = 0,05$ dengan pengambilan keputusan:

- Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka terdapat pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).
- Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Berikut adalah tabel hasil uji signifikansi secara parsial:

Tabel 4.14
Hasil Uji Signifikansi Secara Parsial

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	5,546	2,240		2,476	,015			
	Kualitas Pelayanan (X1)	,601	,226	,756	2,662	,009	,611	,270	,215
	Persepsi (X2)	,410	,172	,266	2,387	,019	,546	,244	,193
	Bagi Hasil (X3)	-,325	,275	-,339	-1,181	,241	,568	-,123	-,095

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Dari hasil uji t di atas menunjukkan t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan (X₁) diperoleh hasil sebesar 2,662 (lebih besar dari $t_{\text{tabel}} = 1,987$) dengan taraf sig. 0,009 (lebih kecil dari taraf sig. 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a1} diterima dan H₀ ditolak yang berarti terdapat pengaruh signifikan kualitas pelay-

ayanan (X_1) terhadap minat menabung anggota (Y). Sedangkan t_{hitung} untuk variabel persepsi (X_2) diperoleh hasil sebesar 2,387 (lebih besar dari $t_{tabel} = 1,987$) dengan taraf sig. 0,019 (lebih kecil dari taraf sig. 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima dan H_o ditolak yang berarti terdapat pengaruh signifikan persepsi (X_2) terhadap minat menabung anggota (Y). Adapun t_{hitung} untuk variabel bagi hasil (X_3) diperoleh hasil sebesar -1,181 (lebih kecil dari $t_{tabel} = 1,987$) dengan taraf sig. 0,241 (lebih besar dari taraf sig. 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a3} ditolak dan H_o diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh signifikan bagi hasil (X_3) terhadap minat menabung anggota (Y).

3. Uji F (simultan)

Uji F (simultan) bertujuan untuk menguji apakah semua variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan (X_1), persepsi (X_2), dan bagi hasil (X_3) secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat anggota (Y) dengan $\alpha = 0,05$ dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika nilai sig < 0,05 atau $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel independen (X) secara simultan terhadap variabel dependen (Y).
- b. Jika nilai sig > 0,05 atau $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel independen (X) secara simultan terhadap variabel dependen (Y).

Berikut adalah tabel hasil uji signifikansi secara simultan:

Tabel 4.15
Hasil Uji Signifikansi Secara Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	135.174	3	45.058	21.236	.000 ^b
	Residual	190.964	90	2.122		
	Total	326.138	93			
a. Dependent Variable: Minat (Y)						
b. Predictors: (Constant), Bagi Hasil (X3), Persepsi (X2), Kualitas Pelayanan (X1)						

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Dari hasil uji F di atas diperoleh F_{hitung} sebesar 21,373 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dan nilai F_{tabel} sebesar 2,70. Hal ini berarti bahwa nilai F_{hitung} ($21,373$) > nilai F_{tabel} ($2,70$) dan nilai sig $0,000 < 0,05$ sehingga keputusannya adalah variabel X (kualitas pelayanan, persepsi dan bagi hasil) secara simultan berpengaruh terhadap minat anggota. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_{a4} diterima dan H_0 ditolak yang berarti ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan, persepsi dan bagi hasil terhadap minat anggota dalam menggunakan produk SIBER di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan melihat nilai *Adjusted R Square* sebagaimana tabel berikut ini:

Tabel 4.16
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.644 ^a	.414	.395	1.45665
a. Predictors: (Constant), Bagi Hasil (X3), Persepsi (X2), Kualitas Pelayanan (X1)				

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,414 atau 41,4%. Hal ini sebesar 41,4% yang berarti bahwa variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X_1), persepsi (X_2) dan bagi hasil (X_3) mampu mempengaruhi variabel dependen yaitu minat anggota (Y) sebesar 41,4%. Sedangkan sisanya ($100\% - 41,4\% = 58,6\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini.

C. Pembahasan

Pembahasan ini dilakukan untuk menganalisis hasil “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi dan Bagi Hasil Terhadap Minat Anggota Dalam Menggunakan Produk SIBER (Simpanan Berjangka) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru “ secara parsial dan simultan.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Anggota Dalam Menggunakan Produk SIBER (Simpanan Berjangka) Di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru

Dari hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa besaran koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bertanda positif yang berarti kualitas pelayanan berbanding lurus atau searah terhadap minat anggota. Berdasarkan hasil uji T (uji

parsial) nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 2,662 dengan nilai signifikansi 0,009 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,987. Hal ini menunjukkan bahwa t_{hitung} ($2,662$) $>$ t_{tabel} ($1,987$) dan nilai sig. ($0,009$) $<$ $0,05$. Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_{a1} diterima dan H_0 ditolak Artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat anggota. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota dalam menggunakan produk SIBER di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru.

Berdasarkan uraian penjelasan di atas dapat diartikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan kepada anggota maka semakin tinggi pula minat menabung anggota. Begitupula sebaliknya, semakin rendah kualitas pelayanan yang diberikan maka minat anggotapun juga akan semakin rendah. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitri Al Faqih yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada tabungan marhamah PT Bank Sumut KCP Syariah Karya dengan nilai signifikansi sebesar 0,012.² Demikian pula dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Abrar Kasmin Hutagalung yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.³

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru memanglah sangat baik, hal ini terbukti dengan respon positif dari anggota yang

² Fitri Al Faqih, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah PT Bank Sumut KCP Syariah Karya", *Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 1 (2020): 22-38

³ Muhammad Abrar Kasmin Hutagalung, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah bank Syariah", *Jurnal Al-Qash*, 1, no. 2 (Februari, 2017): 229-239

setuju dengan beberapa pertanyaan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan seperti fasilitas yang diberikan memadai, kesopanan dalam berpenampilan dan komunikasi yang baik. Tentunya pelayanan yang sangat berkualitas seperti ini menjadi daya tarik tersendiri bagi anggota untuk meningkatkan minat menabung. Anggota akan merasa apa yang mereka harapkan telah terpenuhi sehingga mereka pun juga akan memberikan respon positif dengan meningkatkan minat menabungnya.

Menurut Tjiptono, kualitas produk atau pelayanan berkontribusi besar pada kepuasan pelanggan, pembelian atau penggunaan ulang, loyalitas pelanggan serta profitabilitas.⁴ Sejalan dengan pendapat Tjiptono bahwa kualitas pelayanan mampu memberikan dampak positif terhadap Lembaga yaitu kepuasan anggota dimana dari rasa kepuasan yang dirasakan akan meningkatkan minat untuk menggunakan Kembali produk atau dalam hal ini yaitu kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan minat menabung anggota. Lebih lanjut Sangadji dan Sopiah menyatakan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan serta memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.⁵ Dengan kualitas pelayanan yang baik yang diberikan kepada anggota maka anggotapun akan merasa puas dan akan menjalin ikatan yang lebih erat dengan meningkatkan minat menabungnya.

⁴ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi pertama (Yogyakarta: ANDI Offset, 2007), 266.

⁵ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: CV. ANDI Offset, 2013), 100.

2. Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Anggota Dalam Menggunakan Produk SIBER (Simpanan Berjangka) Di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru

Dari hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa besaran koefisien regresi variabel persepsi bertanda positif yang berarti persepsi berbanding lurus atau searah terhadap minat anggota. Hasil uji T (parsial) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} variabel persepsi (X_2) sebesar 2,387 dengan taraf signifikansi sebesar 0,019 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,987. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} (2,387) > t_{tabel} (1,987) dan taraf sig. (0,019) < (0,05). Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel persepsi berpengaruh signifikan terhadap minat anggota. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota dalam menggunakan produk SIBER di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Imran dan Bambang Hendrawan yang menyatakan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk Bank Syariah.⁶

Berdasarkan uraian penjelasan diatas dapat diartikan bahwa masyarakat atau anggota yang memiliki persepsi terhadap suatu lembaga keuangan seperti KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru, mereka akan mencari segala informasi mengenai produk yang ditawarkan serta keuntungan menjadi anggota di lembaga keuangan tersebut. Segala informasi yang diperoleh dan memiliki segi positif akan menyebabkan masyarakat atau anggota memiliki keinginan untuk menjadi anggota di

⁶ Imran dan Bambang Hendrawan, "Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah", *Journal Of Busines Administration*, 1, no. 2 (September, 2017): 209-218

lembaga keuangan tersebut. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Nugroho J. Setiadi bahwa persepsi adalah suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana pengertian sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan.⁷

3. Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Anggota Dalam Menggunakan Produk SIBER (Simpanan Berjangka) Di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru

Dari hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa besaran koefisien regresi variabel bagi hasil bertanda positif yang berarti bagi hasil berbanding lurus dan searah terhadap minat anggota. Hasil uji T (parsial) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} variabel bagi hasil (X_3) sebesar -1,181 dengan taraf signifikansi sebesar 0,241 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,987. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} (-1,181) < t_{tabel} (1,987) dan taraf sig. (0,241) > (0,05). Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_{a3} ditolak dan H_0 diterima, artinya variabel bagi hasil tidak berpengaruh terhadap minat anggota. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bagi hasil tidak berpengaruh terhadap minat anggota dalam menggunakan produk SIBER di KSPPS Nuri Jati Cabang Waru.

Berdasarkan uraian penjelasan diatas dapat diartikan bahwa bagi hasil tidak berpengaruh terhadap minat anggota dalam menggunakan produk SIBER di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru, karena presentase bagi hasil di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru lebih rendah dari pada lembaga keuangan yg lain, seperti di BMT UGT Sidogiri Capem Waru. Adapun nisbah bagi hasil pada produk SIBER

⁷ Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Prenada Media, 2003), 159-160.

di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru yaitu : pertama, jika jangka waktunya 3 bulan maka nisbah bagi hasil untuk anggota 40 %, untuk KSPPS Nuri 60%. Kedua, jika jangka waktunya 6 bulan maka nisbah bagi hasil untuk anggota 45%, untuk KSPPS Nuri 55%. Ketiga, jika jangka waktunya 12 bulan maka nisbah bagi hasil untuk anggota 50%, untuk KSPPS Nuri 50%. Keempat, jika jangka waktunya 24 bulan maka nisbah bagi hasil untuk anggota 55%, untuk KSPPS Nuri 45%. Sedangkan nisbah bagi hasil pada produk Tabungan Berjangka di BMT UGT Sidogiri Capem Waru yaitu: pertama, jika jangka waktunya 1 bulan maka nisbah bagi hasil untuk anggota 50%, untuk BMT 50%. Kedua, jika jangka waktunya 3 bulan maka nisbah bagi hasil untuk anggota 52%, untuk BMT 48%. Ketiga, jika jangka waktunya 6 bulan maka nisbah bagi hasil untuk anggota 55%, untuk BMT 45%. Keempat, jika jangka waktunya 9 bulan maka nisbah bagi hasil untuk anggota 57%, untuk BMT 43%. Kelima, jika jangka waktunya 12 bulan maka nisbah bagi hasil untuk anggota 60%, untuk BMT 40%. Keenam, jika jangka waktunya 24 bulan maka nisbah bagi hasil untuk anggota 70%, untuk BMT 30%.

Jadi kesimpulannya semakin besar nisbah bagi hasil yg diberikan maka semakin besar pula minat anggota dalam menggunakan suatu produk di lembaga keuangan Syariah.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Bagi Hasil Dan Persepsi Terhadap Minat Anggota Dalam Menggunakan Produk SIBER (Simpanan Berjangka) Di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru

Dari hasil uji F (simultan) menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 21,373 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 dan nilai F_{tabel} sebesar 2,70. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} ($21,373$) $>$ F_{tabel} ($2,70$) dan taraf sig. ($0,000$) $<$ ($0,05$). Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_{a4} diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel kualitas pelayanan, persepsi dan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, persepsi dan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat anggota dalam menggunakan produk SIBER di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru. Adapun nilai koefisien determinasi sebesar 0,414 yang berarti bahwa variabel independent (kualitas pelayanan, persepsi dan bagi hasil) mampu menjelaskan variabel dependen (minat anggota) sebesar 41,4% sedangkan untuk sisanya (58,6%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini.