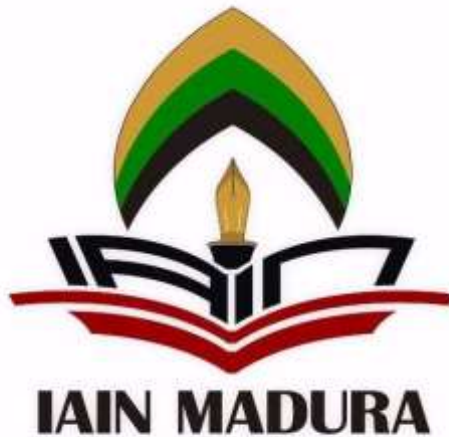


**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA MEMILIH PRODUK
TABUNGANWADIAH DI KSPPS DARUL HIKMAH MITRA
SEJAHTERA PAMEKASAN**

SKRIPSI

**OLEH:
IMROATUS SHOLIHAH
NIM.20170703022085**



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
DESEMBER 2021**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA MEMILIH TABUNGAN WADIAH
DI KSPPS DARUL HIKMAH MITRA SEJAHTERA PAMEKASAN**

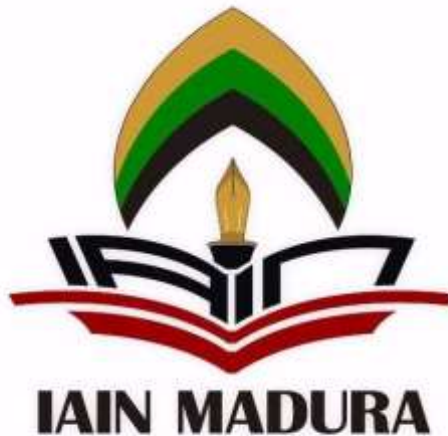
SKRIPSI

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Madura
Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana (S1) Perbankan Syariah (S.E)

Oleh:

ImroatusSholihah

NIM. 20170703022085



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MADURA
DESEMBER 2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Tabungan Wadiah Di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan” yang disusun oleh Imroatus Sholihah ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Pamekasan, 19 November 2021

Pembimbing,

Dr. Sri Handayani, MM
NIP. 197309232006042001

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Tabungan Wadiah Di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan, yang disusun oleh Imroatus Sholihah telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi dan dinyatakan lulus pada tanggal November 2020

Dewan Penguji

1. **Dr. Sri Handayani, MM** (.....)
2. **H. Wadhan, SE. M. Si** (.....)
3. **Fatati Nuryana, M.Si** (.....)

Mengesahkan:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Madura

Drs. H. Zainal Abidin, M.EI

NIP. 19800701 2006041005

ABSTRAK

Imroatus Sholeha, 2021. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk tabungan (Wadiah) Di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: Dr. Sri Handayani, M.M

Kata Kunci: *KualitasProduk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Anggota*

Saat ini, keberadaan lembaga keuangan sangat dibutuhkan di berbagai tempat karena tidak hanya sebagai tempat menyimpan uang semata, melainkan juga sebagai tempat dimana modal terhimpun dan dapat di akses. Bank punya peran besar, dalam menghimpun dana dari masyarakat dan kemudian menyalurkan sebagai usaha, sehingga terciptanya pertumbuhan ekonomi. kualitas Produk dan kualitas pelayanan sangat diperlukan oleh lembaga keuangan agar bisa mempengaruhi calon nasabah maupun nasabah agar bisa melakukan keputusan anggota.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan anggota memilih produk tabungan (WADIAH) di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Adapun cara pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling (simple random sampling)*. Penelitian ini menggunakan 72 responden dengan menyebarkan kuesioner pada nasabah produk multi barang.

Hasil penelitian berdasarkan hasil uji t untuk variabel kualitas produk yaitu memiliki pengaruh terhadap keputusan anggota dengan nilai $t_{hitung} 2,400 > t_{tabel} 1,994$. dan taraf signifikan $0,019 < 0,05$. Untuk variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota diperoleh oleh nilai $t_{hitung} 4,898 > t_{tabel} 1,994$ dan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Serta pengujian hipotesis dengan uji F menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau serentak berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota dengan $F_{hitung} 116,816 > F_{tabel} 3,13$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Bismillah

Alhamdulillah, segala puja dan puji syukur dipanjatkan kepada Allah SWT dengan limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya, penulis bisa menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Tabungan Wadiah Di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan”.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari alam kebodohan menuju alam yang penuh dengan pengetahuan dengan menyampaikan risalahnya berupa agama islam yaitu halan yang dirahmati Allah SWT.

Proposal skripsi ini telah disusun dengan mendapatkan antuan dari berbagai referensi, bimbingan dosen dan dorongan dari berbagai pihak terdekat. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Mohammad Kosim, M.Ag., selaku Rektor IAIN Madura.
2. Dr. Zainal Abidin, MEI., Ketua Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura.
3. Lely Shofa Imama, M.Si., Ketua Program Studi Perbankan Syariah IAIN Madura.
4. Dr. Sri Handayani, MM selaku dosen pembimbing yang telah ikhlas dan penuh kesabaran membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan proosal skripsi ini.
5. Seluruh dosen IAIN Madura, khususnya dosen Perbankan Syariah yang telah memberikan pengajaran dan bekal ilmu pengetahuan selama perkuliahan.

6. Kedua orang tua saya, Ayahanda Khozairi dan Ibunda Rohemah yang telah senantiasa memanjatkan do'a dan meminta yang terbaik dan juga dukungan serta dorongan baik dalam bentuk moril maupun materil.
7. Saudara saya, BahrulUlumdanIlhamWahdin yang selalu memberi dukungan dan do'a.
8. MaulidiPratamadan Joni Setiawan yang telah mensupport dan membantu dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
9. Rekan-rekan mahasiswa perbankan syariah 2017 khususnya kelas PBS E 2017 yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Terlepas dari semua itu, penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan baik dari segi kepenulisan maupun tatanan bahasanya. Oleh sebab itu, penulis secara terbuka menerima segala kritik dan juga saran dari para pembaca agar penulis bisa memperbaiki proposal skripsi ini menjadi lebih baik. Selain itu, penulis juga berharap bahwa proposal skripsi ini bisa memberikan manfaat kepada para pembaca. Amin,

Wassalamualikum warahmatullahi Wabarokatuh

Pamekasan, 28 Oktober 2021

Penulis,

ImroatusSholiha
NIM. 20170703022085

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Asumsi Penelitian	12
E. Hipotesis Penelitian.....	13
F. Kegunaan Penelitian.....	14
G. Ruang Lingkup Penelitian.....	15
H. Definisi Istilah.....	18

I. Kajian Terdahuli.....	19
--------------------------	----

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teoritik	
1. Kajian Teoritik Tentang Kualitas Produk.....	23
2. Kajian Teoritik Tentang Kualitas Layanan	30
3. Kajian Teoritik Tentang Pengambilan Keputusan.....	38

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	46
B. Populasi dan Sampel	48
C. Sumber Data.....	50
D. Instrumen Penelitian.....	51
E. Pengumpulan Data	53
F. Analisis Data	54

BAB IV DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data	
1. Profil KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera.....	65
2. Deskripsi Data	65
B. Pembuktian Hipotesis	
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	94
2. Uji Signifikan Simultan (Uji t).....	96

3. Uji Signifikan Parsial (Uji F).....	98
4. Koefisien Determinasi(R^2)	99
C. Pembahasan.....	99

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	106
B. Saran.....	107

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Kategori Responden Skala	59
Tabel 4.1 Rincian Penerimaan dan Pengambilan Kuesioner	86
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	87
Tabel 4.3 Umur Responden.....	88
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir Responden	89
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden	90
Tabel 4.6 Daftar Pernyataan Kuesioner	91
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Variabel <i>Personal Selling</i>	93
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Variabel Kualitas Pelayanan	94
sTabel 4.9 Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Anggota.....	96
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas (X1)	98
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas (X2)	98
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas (Y)	99
Tabel 4.13 Hasil Uji Reabilitas	100
Tabel 4.14 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	102

Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	103
Tabel 4.16 Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi.....	105
Tabel 4.17 Hasil Uji Autokorelasi	105
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Autokorelasi.....	106
Tabel 4.19 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	107
Tabel 4.20 Hasil Uji t.....	108
Tabel 4.21 Hasil Uji F.....	110
Tabel 4.22 Hasil Koefisien Determinasi	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Anggota Murabahah Tahun 2017-2020.....	9
Gambar 3.1 Kerangka Konsep Penelitian	54
Gambar 4.1 Struktur Organisasi KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera	74
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik Normal P.Plot	101
Gambar 4.3 Uji Heterokodastisitas	104

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keaslian Tulisan
- Lampiran 2 : Instrumen Penelitians
- Lampiran 3 : Hasil Penelitian
- Lampiran 4 : Surat Tugas Pembimbing
- Lampiran 5 : Kartu Bimbingan
- Lampiran 6 : Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 7 : Surat Keterangan Telah Meneliti
- Lampiran 8 : Surat Keterangan Bebas Plagiasi
- Lampiran 9 : Dokumentasi Penelitian, Brosur, dll
- Lampiran 10 : Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah mayoritas umat muslim paling besar di dunia. Lembaga keuangan syariah (LKS) berkembang sangat pesat, dimana sebagian besar masyarakat di indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk yang beragama Islam, dinilai sebagai ranah yang potensial dalam menerapkan suatu bangunan perekonomian dan sistem keuangan yang operasionalnya berlandaskan pada prinsip syariah. Hal ini menjadi alasan hadirnya lembaga keuangan syariah dalam kegiatan ekonomi di indonesia banyak yang menerima dan beranggapan inilah sebuah lembaga yang sangat tepat untuk kita berinvestasi dan bertransaksi. Lembaga keuangan syariah yaitu suatu lembaga yang memiliki peranan penting dalam bidang usaha keuangan yang artinya, kegiatan yang dilakukan oleh lembaga keuangan selalu berkaitan dengan bidang keuangan yang kegiatannya menghimpun dana dan menyalurkan dana dan sistem operasionalnya menggunakan prinsip-prinsip syariah dalam menjalankannya.

Lembaga keuangan syariah adalah lembaga yang dalam aktivitasnya, baik penghimpun dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atau dasar. prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil kepada

masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan.¹ Sistem keuangan syariah merupakan sistem keuangan yang menjembatani antara pihak yang membutuhkan dana melalui produk dan jasa keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Berkembangnya lembaga keuangan syariah juga tidak lepas dari bagaimana strategi yang tepat untuk kualitas dalam memberikan produk dan layanan yang baik kepada nasabah. Dalam sebuah lembaga keuangan syariah, kualitas produk dan kualitas pelayanan akan menjadi acuan sebagai pengenalan sebuah produk yang ada dalam lembaga keuangan syariah kepada nasabah dalam pengambilan keputusan untuk memilih produk-produk yang ada di lembaga keuangan tersebut.

KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan mempunyai dua jenis produk, yaitu produk penghimpunan dana (*Funding*) dan produk penyaluran dana (*Lending*). Untuk produk *Funding* didalamnya terdapat simpanan Anggota, *Wadiah* dan *Mudharabah*. Sedangkan untuk *Lending* terdapat pembiayaan Multi Barang (*Murabaha*), Pembiayaan Gadai (*ar-Rahn*), pembiayaan mitra usaha (*Musyarakah*) dan pembiayaan bagi hasil (*Mudharabah*). Dari semua produk yang ada di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan, produk yang paling di unggulkan adalah produk simpanan (*wadiah*). Simpanan wadiah dapat diartikan sebagai titipan dari suatu pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja, jika penyimpanan menghendakinya. Tujuan dari perjanjian tersebut adalah untuk menjaga keselamatan barang itu dari kehilangan, kemusnahan, kecurian, dan sebagainya yang di maksud dengan

¹Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2009), 27.

“barang” di sini adalah suatu yang berharga seperti uang, dokumen, surat bargerha, dan barang lain yang berharga disisi islam.

Dalam ilmu *marketing*, Produk adalah apapun yang dapat ditawarkan ke pasar dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.² Berbicara mengenai produk maka aspek yang perlu diperhatikan adalah kualitas produk.^{3,4} Hasil penelitian menurut ismu Adam tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Dan lokasi Terhadap Proses Keputusan Nasabah Mengajukan Akad pembiayaan *Murabahah* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat KCP pamulang)”. Menunjukkan bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi terhadap proses pengambilan keputusan nasabah mengajukan pembiayaan *Murabaha* Bank Muamalat.⁵

Seorang pemasar juga harus melakukan promosi untuk mengkomunikasikan informasi tentang produk mereka dan mempengaruhi konsumen untuk membelinya. Ada beberapa jenis promosi yaitu: iklan penjualan personal, promosi penjualan, publistas dan *direct marketing*.⁶ Hasil penelitian menurut Nur Amalia Sholeha tentang” Analisa Keputusan Nasabah Dalam Pemilih Produk Pembiayaan Griya BSM (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP kedaton Bandar Lampung”, menunjukkan bahwa promosi dapat mempengaruhi

² Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merk (Planning & Strategy)*, Opcit, 5.

³ Ibid, 8.

⁴ Ibid, 16-17.

⁵ Ismu Adam, *Pengaruh Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Nasabah Mengajukan akad Pembiayaan Murabahah (Studi kasus Pada Nasabah Bank Muamalat KCP Pamulang*, Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah, 2017.

⁶ Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merk (Planning & Strategy)*, Opcit, 260.

terhadap keputusan nasabah dalam pemilihan produk pembiayaan Griya BSM pada Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Bandar Lampung.⁷

Produksi adalah kegiatan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang kemudian manfaatnya dirasakan oleh konsumen. Produksi dalam perspektif islam tidak hanya berorientasi untuk memperoleh keuntungan yang sebanyak-banyaknya, meskipun mencari untung tidak dilarang. Dalam ekonomi islam, tujuan utama produksi adalah untuk kemaslahatan individu dan masyarakat secara berimbang. Islam sesungguhnya menerima motif berproduksi sebagaimana motif dalam system ekonomi konvensional, hanya saja islam juga menambah nilai-nilai moral disamping utilitas ekonomi. Bagi islam memproduksi sesuatu bukanlah sekedar untuk di konsumsi sendiri atau dijual, tetapi lebih menekankan bahwa setiap kegiatan produksi harus pula mewujudkan fungsi social.⁸

Kualitas produk sebagai kemampuan dari sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, termasuk keseluruhan *durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian*, dan *reparasi* produk lainnya. gabungan dari keseluruhan karakteristik produk yang dihasilkan juga harus dapat ditentukan oleh cara pelanggan memandang produk tersebut. Dari sudut pandang pemasaran, kualitas (*quality*) berarti kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan pelanggan. Definisi ini berfokus pada pelanggan berfikir suatu produk akan memenuhi tujuan tertentu, kualitas dan kepuasan bergantung pada total

⁷ Nur Amalia, *Analisis Keputusan Nasabah Dalam Pemilihan Produk Pembiayaan Griya BSM (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Kraton Bandar Lampung, Skripsi : UN Raden Intan Lampung, 2018.*

⁸Idri, *Hadis Ekonomi (Jakarta: Prenada Media Group, 2017), 68.*

penawaran suatu produk.⁹ Kualitas produk merupakan penggerak kepuasan pelanggan yang pertama dan kualitas produk ini adalah dimensi yang global.¹⁰ Kualitas produk adalah mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan, dalam pengemasan dan reparasi produk. Kualitas produk adalah konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan. Konsumen lebih menyukai produk-produk yang menawarkan kualitas yang baik, kinerja atau fitur-fitur yang inovatif. Kualitas yang terdapat pada produk yang dihasilkan juga harus memenuhi nilai-nilai pemenuhan kebutuhan di dalamnya. Suatu produk dikatakan berkualitas jika produk tersebut sudah memenuhi keinginan konsumen bahkan melebihi apa yang konsumen harapkan.¹¹

Keterkaitan kualitas produk dan layanan sangat besar, di mana kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memberikan manfaat konsumen dari produk tersebut sehingga dapat tercapai kepuasan. Dijelaskan pula dimensi yang terkandung di dalamnya yaitu *daya tahan, keandalan, ketetapan, kemudahan,*

⁹ Salemba Empat, *Pemasaran dasar Pendekatan Manajerial Global* (Jakarta:Salemba Empat, 2008), 286.

¹⁰ Damardi Durianto, *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar* (Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama, 2004), 38.

¹¹ Siti Wasiah, Febi,Asfarani, “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan IB Siaga Pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo” *Jurnal of Economics*, 1 (desember,2017), 04.

operasi, dan *perbaikan*. Sedangkan menurut David 8 dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik kualitas produk, yaitu *performance*, *featur*, keandalan, konformans, durabilitas, kemampuan pelayanan, estetika, dan kualitas yang di rasakan.¹²

Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan *Wadiah*. Kualitas produk sangatlah berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih suatu produk tertentu karena mempertimbangkan manfaatnya. Manfaat dan kualitas tentu akan dilihat pertama kali, baru kemudian faktor yang lain di perhatikan. Tak hanya kualitas produk saja yang penting, pelayanan yang baik dan berkualitas merupakan harapan utama dari tujuan masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan, kualitas layanan mempunyai pengaruh yang cukup yang dalam hal ini adalah menabung dengan produk tabungan *Wadiah*. Kualitas layanan dapat memotivasi pelanggan untuk berkomitmen kepada produk dan layanan untuk menggunakan jasa perbankan. Kualitas produk dan layanan mempunyai hubungan yang kuat terhadap keputusan menjadi nasabah dalam memilih suatu produk tersebut, sehingga nasabah dapat menilai kualitas yang ditentukan berdasarkan karakteristik produk atau jasa, apabila nasabah merasa puas.

Pengaruh layanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan *Wadiah*. Dimasa sekarang, persaingan di dalam dunia perbankan kian tajam, lembaga keuangan membutuhkan usaha yang keras untuk mendapatkan dan

¹² Vincent Gaspersz, *Ekonomi Manajerial Pkeputusan Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1996), 119.

menambah jumlah nasahnya. Pihak pemangku kepentingan dalam setiap Bank harus berpikir keras untuk memilih beberapa pendekatan untuk diterapkan ke dalam kumpulan strateginya. Salah satu pendekatan yang paling banyak digunakan yaitu melalui penyediaan pelayanan yang berkualitas. Mereka percaya bila peran pelayanan dapat membentuk persepsi dan pencitraan yang mampu memengaruhi calon nasabah untuk nasabah. Pelayanan yang baik akan memberikan citra yang positif, begitupun pelayanan yang buruk akan memberikan citra yang sebaliknya. Nasabah adalah raja, yang artinya seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan harus seperti melayani seorang raja dalam arti masih dalam batas-batas etika dan moral dengan baik merendahkan derajat bank atau derajat orang-orang dalam organisasi internal itu sendiri. Kasmir juga berpendapat bahwa ada sifa-sifat yang melekat pada nasabah sehingga merasa perlu mendapatkan pelayanan yang baik, yaitu: ingin dianggap seperti raja, dipenuhi kebutuhannya dan keinginannya, tidak ingin didebat dan disinggung, dan juga ingin di perhatikan. Kedatangan nasabah ke KSPPS ingin memenuhi hasrat atau keinginannya agar terpenuhi, termasuk berupa informasi, pengisian aplikasi maupun mengajukan keluhan. Oleh sebab itu, peran layanan sangat penting dalam jasa perbankan yaitu untuk berusaha memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Selain itu kualitas pelayanan yang diberikan dapat dijadikan standar dalam menilai kinerja suatu bank/lembaga keuangan.

Menurut hasil penelitian Rayi Endah bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung, artinya bahwa apabila kualitas layanan tersebut lebih ditingkatkan, maka akan

berpengaruh terhadap peningkatan keputusan nasabah dalam menabung di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera.¹³

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Cahyani, dimana dalam penelitiannya tersebut mengungkapkan bahwa ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap minat. Seperti yang kotler pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, dimana pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Jika konsumen merasa kebutuhannya dapat terpenuhi atau mampu melebihi yang diperkirakan maka semakin tinggi juga minat konsumen akan meningkat minat menjadi nasabah bank syariah.¹⁴

Wadiah dapat diartikan sebagai titipan dari suatu pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja, jika si penyimpan menghendakinya. Tujuan dari perjanjian tersebut adalah untuk menjaga keselamatan barang itu dari kehilangan, kemusnahan, kecurian, dan sebagainya. Yang di maksud dengan “barang” di sini adalah suatu yang berharga seperti uang, dokumen, surat berharga, dan barang lain yang berharga disisi islam.¹⁵ Sebelum menjadi nasabah tabungan *Wadiah* harus membuka buku tabungan *Wadiah* terlebih dahulu, sebelum membuka tabungan *Wadiah*

¹³ H. Ade Sarwita, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung" *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, 1 (Januari-Juni, 2017), 43.

¹⁴ Bagja Sumatri, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah" *Jurnal Economia*, 2 (2014), 145.

¹⁵ Aji prasetyo, *Akuntansi Keuangan Syariah. Teori,kasus dan Pengantar Menuju Praktik*, (Yogyakarta: Andi offset, 2019), 39.

dilaksanakan, bank syariah akan memberikan formulir isian yang harus dilengkapi oleh calon nasabah. Secara garis besar bentuk formulir pembukaan rekening tabungan *Wadiah* sama setiap bank syariah, perbedaannya hanya terletak pada tampilan formulir masing-masing bank. Setelah formulir diisi lengkap oleh calon nasabah, maka petugas bank akan memeriksa formulir yang telah diisi kemudian memberikan tanda paraf di pojok kiri bawah. Langkah berikutnya petugas bank tabungan *Wadiah* dengan mencantumkan nomor rekening tabungan *Wadiah* dan memberikan kepada calon nasabah. Calon nasabah setelah menerima formulir yang telah disetujui segera melaksanakan setoran pertama sebagai saldo awal tabungan *Wadiah*.¹⁶

KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan adalah salah satu lembaga keuangan syariah yang berbentuk koperasi, yang bergerak dibidang keuangan, menghimpun dana, menyalurkan dana atau keduanya, artinya kegiatan hanya menghimpun dana atau menyalurkan dana, dimana kegiatan usaha lembaga keuangan diperuntukan investasi perusahaan, kegiatan konsumsi dan kegiatan distribusi barang jasa. Yang berhubungan dengan penyimpanan atau penabungan adalah salah satunya bank syariah. Lembaga keuangan merupakan unit badan usaha yang kekayaan utamanya dalam bentuk aset uang atau tagihan dibandingkan dengan aset non finansial. Lembaga keuangan berkaitan dengan sistem simpan pinjam (*kredit*) yang melayani masyarakat dalam kegiatan ekonomi modern. Peran lembaga keuangan (*Bank*) saat ini semakin lama semakin dibutuhkan dan juga mengalami perkembangan misalnya sebagai mediasi antara

¹⁶ Ismail, *perbankan syariah*, (Jakarta: prenadamedia group,2011), 62.

pihak yang memiliki dana dengan memerlukan dana. yang dilakukan oleh lembaga keuangan selalu berkaitan dengan bidang keuangan, apakah kegiatan dimana koperasi ini juga mementingkan kualitas produk dan kualitas layanan untuk menarik keputusan dari nasabah dalam memilih produk yang ada di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.

KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang memiliki produk dan layanan yang baik. Salah satu produknya adalah simpanan *Wadiah*, simpanan *Wadiah* dapat diartikan sebagai titipan dari suatu pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja, jika si penyimpan menghendaknya. Tujuan dari perjanjian tersebut adalah untuk menjaga keselamatan barang itu dari kehilangan, kemusnahan, kecurian, dan sebagainya. Yang di maksud dengan “barang” di sini adalah suatu yang berharga seperti uang, dokumen, surat berharga, dan barang lain yang berharga disisi islam.

Oleh karena itu, dengan adanya penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya serta dengan adanya fenomena yang ada dilapangan, peneliti melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Anggota Dalam Memilih Tabungan Wadiah di KSPPS Daruh Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan di atas maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan anggota dalam memilih tabungan *wadiah* di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan?
2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota dalam memilih produk tabungan *wadiah* di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan?
3. Apakah ada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota dalam memilih produk tabungan *wadiah* di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan anggota dalam memilih produk tabungan *wadiah* di KSPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.
2. Untuk menguji dan menganalisis apakah terhadap pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota dalam memilih produk tabungan *wadiah* di KSPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.

3. Untuk menguji dan menganalisis apakah terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota dalam memilih produk tabungan wadiah di KSPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.

D. Asumsi Penelitian

Hasil penelitian sangat tergantung kondisi objek penelitian, baik yang terkait dengan aspek metodologi ataupun *substantif*. Kondisi ini nantinya akan membatasi berlakunya hasil penelitian, atau secara lebih sederhana hasil penelitian hanya berlaku pada kondisi tersebut dan tidak berlaku pada kondisi lain. Kondisi ini dipandang sebagai dasar atau merupakan anggapan dasar yang dijadikan sebagai pijakan dalam berpikir dan bertindak, itulah yang biasanya dinamakan dengan asumsi penelitian.¹⁷ Asumsi ang peneliti ajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Setiap anggota memiliki alasan yang jelas dan beragam dalam menentukan keputusan memilih produk pembiayaan.
2. Di dalam memilih produk pembiayaan anggota akan mempertimbangkan banyak hal atau motif yang mempengaruhi.
3. Dalam menentukan keputusan setiap anggota memiliki tujuan yang ingin dicapai dalam memilih produk pembiayaan.

¹⁷ Solimun, Armanu dan Adji Achmad Rinaldo F, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Perspektif Sistem (Mengungkap Novelty dan Memenuhi Validitas Penelitian)* , (Malang: UB Press, 2018), 29.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan mengenai satu atau lebih populasi yang perlu dibuktikan keabsahannya melalui prosedur pengajuan hipotesis. Pengajuan hipotesis merupakan suatu proses melakukan perbandingan antara nilai sampel (berasal dari kata peneliti) dengan nilai hipotesis pada data populasi. Hasil dari pengujian hipotesis hanya ada dua kemungkinan, yakni menerima atau menolak suatu hipotesis. Penerima hipotesis terjadi karena nilai sampel tidak cukup bukti untuk menerima hipotesis atau istilah yang lebih sering digunakan adalah *hipotesis gagal ditolak*. Sedangkan penolakan *hipotesis* terjadi karena nilai sampel tidak cukup bukti untuk menerima *hipotesis*. Makna dari penjelasan tersebut menunjukkan bahwa penerimaan atau penolakan hipotesis didasarkan pada nilai yang diperoleh dari kata sampel bukan karena *hipotesis* tersebut benar atau salah.¹⁸ Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan anggota dalam memilih produk wadiah di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.

H₂ : Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan anggota dalam memilih produk wadiah KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.

¹⁸ Zainatul Mufarrikhoh, *Statistika Pendidikan (Konsep Sampling dan Uji Hipotesis)*, (Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2020), 71.

H₃: Terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas layanan terhadap keputusan anggota dalam memilih produk wadiah di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.

F. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan dan tambahan wawasan penelitian, terutama dalam implementasi landasan teori yang diperoleh selama menjadi Mahasiswa/i.

2. Manfaat Bagi KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pada KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan dapat memahami perilaku anggota, meningkatkan kualitas pemasaran dan produknya untuk dapat menarik calon anggota dalam melakukan pembiayaan di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan dengan cara mengetahui faktor penentu keputusan anggota dalam memilih produk Tabungan *Wadiah*.

a. Bagi lembaga akademis Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah perpustakaan, sarana pembelajaran, serta dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa/i IAIN Madura dalam hal manajemen pemasaran.

b. Bagi Anggota atau Nasabah

Dapat memberi pengetahuan serta informasi khususnya di bidang pemasaran serta kualitas produk pada suatu koperasi simpan pinjam

seperti KSPPS agar masyarakat lebih mengenal faktor yang dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih sebuah produk pembiayaan.

c. Bagi penulis.

Sebagai bahan referensi, menambah khazanah pengetahuan, serta menambah wawasan penelitian berfikir secara teoritis dalam menghadapi permasalahan yang terjadi.

G. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel penelitian

Variabel merupakan atribut sekaligus objek yang menjadi titik suatu penelitian. Komponen dimaksud penting dalam menarik kesimpulan atau referensi suatu penelitian. Adan beberapa jenis variabel dalam penelitian. Variabel-variabel yang dimaksud antara lain: variabel bebas dan variabel terikat, variabel aktif dan variabel atribut, variabel kontinu dan variabel katagori termasuk jugavariabel talen. Selain itu kriteria atau syarat suatu variabel yang baik dalam pengembangan variabel-variabel penelitian.¹⁹

Adapun varibel-variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

a. Kualitas produk²⁰

1) Kinerja (*performance*)

2) Keistemewaan tambahan (*features*)

¹⁹ Sandu Siyoto & Ali Sodik, *Dasar Metodologi penelitian, Cetakan 1, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 50.*

²⁰ Andi Mursidi dkk, *Buku Ajar PengantarKewirausahaan, (Jateng: Lakeisha, 2020), 32.*

- 3) Keandalan (*reability*)
 - 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*)
 - 5) Daya tahan (*durability*)
 - 6) Kemampuan pelayanan (*serviceabikity*)
 - 7) Estetika (*aesthetic*)
 - 8) Kualitas yang dirasakan (*percieved quality*)
- b. Kualitas pelayanan
- 1) Bukti fisik (*tangible*)
 - 2) Reabilitas
 - 3) Responsivita
 - 4) Jaminan (*assurance*)
 - 5) Empati
- c. Keputusan pembelian²¹
- 1) Pengenalan masalah
 - 2) Pencarian informasi
 - 3) Evaluasi alternatif
 - 4) Keputusan pembelian
 - 5) Perilaku pasca pembelian
2. Ruag Lingkup Lokasi
- Adapun lokasi penelitian yang akan menjadi objek penelitian adalah
KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan

²¹ Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogjakarta: Deepublish, 2018),ss 27.

a. Definisi Istilah

- 1) Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.²²
- 2) Kualitas produk adalah satu dari salah satu alat yang paling sering digunakan oleh pemasar untuk melakukan *positioning*. Kualitas mempunyai imbas yang langsung terasa pada produk. Hal ini semakin mendekatkan pemasar dengan nilai-nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan.²³
- 3) kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberi kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan.
- 4) keputusan pembelian. Kotler dan Keller menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan merupakan proses psikologis dasar yang memainkan peranan penting memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian.²⁴

²² Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Edisi revisi, (Jakarta: Prenamedia Group, 2003), 2.

²³ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: Gramedia, 2009), 130.

²⁴ Anang Firmansyah, *Prilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 35.

H. Definisi istilah

Untuk menyatukan persepsi tentang pengertian variabel-variabel yang akan diteliti dan dianalisis dalam penelitian ini, maka akan dikemukakan batasan-batasan definisi operasional sebagai berikut:

1. Kualitas produk

Kualitas Produk adalah satu dari salah satu alat yang paling sering digunakan oleh pemasar untuk melakukan *positioning*. Kualitas mempunyai imbas yang langsung terasa pada produk. Hal ini akan semakin mendekatkan pemasar dengan nilai-nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan.²⁵

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan pelayanan yang dapat memenuhi keinginan konsumen/pelanggan yang diberikan oleh suatu organisasi. Agar pelayanan memiliki kualitas dan memberikan kepuasan kepada pelanggan, maka perusahaan harus memperhatikan berbagai dimensi yang dapat menciptakan dan meningkatkan kualitas pelayanan.²⁶

3. Keputusan

Keputusan anggota adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satunya.²⁷ Dalam membuat keputusan, Nasabah mendasarkan

²⁵ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: Gramedia, 2009), 130.

²⁶ Mu'ah, Masram, *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan Dan Biaya Peralihan*, (Sidoarjo: Zifatama publisher, 2014), 76 .

²⁷ Zakaria Harapan, Juwita Anggraini, "Pengaruh Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih Unit Layanan Syariah" *I-Finance*, 1 (Juni, 2018), 104

diri pada emosinya. Logika dipakai untuk alasan pembenaran keputusan itu. Mereka memiliki dua alasan untuk membeli produk, *pertama* agar mereka senang, dan *kedua* agar terhindar dari perasaan tidak senang. Bila nasabah merasa senang atas produk yang telah dibeli, maka akan memberitahukan hal tersebut kepada orang lain yang kemungkinan akan terpengaruh dan kemudian mengikuti menjadi nasabah.²⁸

I. Kajian Terdahulu

Tujuan penelitian terdahulu dijadikan sebagai referensi tambahan terhadap penelitian yang akan dilakukan. Berikut adalah penjelasan hasil penelitian terdahulu:

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Yoiz Shofwan pada tahun 2016 tentang “Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto”. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis linier berganda. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menyimpan dananya di BSM. cabang Pamekasan. R^2 atau koefisien determinasi menunjukkan nilai yang tidak terlalu tinggi, yaitu 0,261. Artinya keragaman nilai yang ada pada variabel keputusan nasabah yang dipengaruhi oleh variabel kualitas produk dan religiusitas hanyalah 26.1% sedangkan sisanya sebesar 73,9% adalah dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model. Kemudian dari nilai R yang sebesar 0,510 menunjukkan korelasi antar variabel yang cukup kuat..²⁹

²⁸Subarjo Joyosumarto, *B.A.N.K.I.R.*, (Jakarta: PT Elex Media Koputindo, 2018), 117.

²⁹ Yoiz Shofwa, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto”, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol.4, No.1, Januari-Juni 2016 120.

- b. Penelitian yang dilakukan oleh Alisan dan Widya Sari pada tahun 2018 tentang “Pengaruh personal selling dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian fitting pipa (Elbow) pada PT. Sekawan Abadi Teknik Medan”. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa personal selling berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian fitting (*Elbow*) pada PT. Sekawan Abadi Teknik Medan. Jika R^2 semakin besar atau mendekati 1, maka dapat dikatakan bahwa kemampuan variabel bebas (x) adalah besar terhadap variabel terikat (y).³⁰
- c. Penelitian yang dilakukan Ismu Adam (2017) dengan judul “Pengaruh kualitas produk, dan lokasi terhadap proses keputusan nasabah mengajukan akad pembiayaan murabahah (studi kasus pada nasabah Bank Muamalat KCP Pamulang)”. Penelitian ini terdiri dari variabel bebas (independen), meliputi kualitas produk dan lokasi. Sedangkan variabel terikat (dependen), yaitu proses keputusan nasabah mengajukan pembiayaan murabahah. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian bahwa faktor kualitas produk dan lokasi berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan nasabah mengajukan pembiayaan *Murabahah* Bank Muamalat. Adapun persamaan di dalam penelitian ini adalah mengetahui variabel kualitas produk, dan perbedaan di dalam penelitian ini adalah peneliti tidak menggunakan variabel motivasi dan promosi. Koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (*dependen*). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang

³⁰ Alisan, Widia Sari, “Pengaruh Personal Selling dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Fitting Pipa (Elbow) pada PT. Sekawan Abadi Teknik Medan”, Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol.7, No.2, November 2018, 130.

mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016:95).³¹

- d. Penelitian yang dilakukan Dimas Suhandra Syahri Ramadhan (2017) dengan judul “pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan dalam pembiayaan *Murabahah* pada BMT Al-‘Aqubah Pusri Palembang”. Penelitian ini terdiri dari variabel bebas (independen) meliputi kualitas layanan dan kualitas produk. Sedangkan variabel terikat (dependen) yaitu pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *Murabahah*. Hasil penelitian bahwa faktor kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan *Murabahah* BMT Al-‘Aqubah Pusri Palembang. Adapun persamaan di dalam penelitian ini adalah variabel yang digunakan peneliti di dalam penelitiannya yaitu variabel kualitas produk, dan perbedaan di dalam penelitian ini adalah peneliti tidak menggunakan variabel motivasi dan promosi. R^2 dalam regresi sederhana menunjukkan besarnya korelasi variabel tabel di atas menunjukkan hubungan antara pengetahuan nasabah dengan keputusan pengambilan pembiayaan sebesar 0,299 atau 29,9%. Nilai R Square sebesar 0,090 berarti peran atau kontribusi variabel pengetahuan nasabah mampu menjelaskan variabel keputusan pengambilan pembiayaan sebesar 9,0%.³²

³¹ Ismu Adam, “*pengaruh kualitas produk, dan lokasi terhadap proses keputusan nasabah mengajukan akad pembiayaan murabahah (studi kasus pada nasabah Bank Muamalat KCP Pamulang)*”, (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah, 2017).

³² Novi Patningsih, *Pengaruh pegetahuan nasabah dan kualitas produk terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di BMT Surya Abadi ponorogo*, (Skripsi: IAIN Ponorogo, 2018).

Tabel 1.1
Perbedaan Dan Persmaan Vareabel (Independen & Dependen)

No	Judul Penelitian	Persamaa	Perbedaan
1	Penelitian ini dilakukan oleh Yoiz Shofwan pada tahun (2016) tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto.	Vareabel (Independen) yang digunakan penelitian yaitu kualitas produk dan realigiusitas nasabah. serta variabel dependen yang digunakan yaitu keputusan nasabah	Lokasi penelitian yang berbeda, waktu penelitian yang berbeda serta responden yang berbeda salah satu variabel ada yang berbeda
2	Penelitian ini dilakukan oleh Alisan dan Widya Sari pada tahun (2018) tentang Pengaruh Personal Selling dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fitting Pipa (Elbow) Pada PT. Sekawan Abadi Teknik Medan.	Vareabel (Independen) yang digunakan penelitian yaitu personal selling dan kualitas produk. Serta variabel dependen yang digunakan yaitu keputusan pembeli	Lokasi penelitian yang berdeda, waktu penelitian yang berbeda serta responden yang berbeda salah satu variabel ada yang berbeda
3	Penelitian dilakukan oleh Ismu Adam (2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Nasabah Mengajukan Akad Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat KCP Pamulang).	Variabel (Independen) yang digunakan penelitian yaitu kualitas produk dan lokasi terhadap proses keputusan nasabah. Serta variabel dependen yang digunakan yaitu keputusan nasabah	Lokasi penelitin yang berbeda, waktu peneltian yang berbeda serta responden yang berbeda salah satu variabel ada yang berbeda
4	Penelitian dilakukan oleh Dimas Suhandra Syahri Ramadhan (2017) Pengaruh	Variabel (Independen) yang digunakan penelitian yaitu kualitas layanan dan kualitas produk terhadap	Lokasi penelitin yang berbeda, waktu peneltian yang berbeda serta

	<p>Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Dalam Pembiayaan <i>Murabahah</i> Pada BMT Al-‘Aqubah Pusri Palembang.</p>	<p>pengambilan keputusan nasabah. Serta variabel dependen yang digunakan yaitu keputusan nasabah</p>	<p>responden yang berbeda salah satu variabel ada yang berbeda</p>
--	--	--	--

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teoritik

1. Kualitas Produk

a. Pengertian dan Konsep Kualitas Produk

Produk adalah suatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan. Yang termasuk dalam produk selain berbentuk fisik juga jasa atau layanan. Produk dapat dibedakan atau diklasifikasikan kedalam beberapa macam. Misalnya, barang. Ia dapat dibedakan menjadi barang konsumsi, yaitu barang yang dibeli oleh konsumen akhir untuk dikonsumsi dan barang industri, yaitu barang yang dibeli untuk diolah kembali.³³

Banyak pakar menganggap area produk menjadi unsur terpenting dalam bauran pemasaran. Jika memang produk adalah media perilaku bisnis, maka pada dasarnya strategi bisnis adalah perencanaan produk, karena produk merupakan unsur utama untuk itu perlu dilakukan perencanaan produk dengan menyelaraskan produk dengan pasar bisnis, tetapi

³³ Husen Umar, *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), 31.

pertukaran aset konsumen demi memperoleh produk itu adalah uji yang menentukan produk akan gagal atau berhasil.³⁴

Perusahaan dalam bisnisnya mendasarkan pada konsep produk berpandangan bahwa produk yang bermutu tinggi yang laku di pasar. Dalam konteks perbankan, bank yang menerapkan konsep produk dalam mengelola pemasaran, akan menawarkan produk tabungan, kredit, dan jasa lainnya dengan mutu yang tinggi. Pandangan ini didasarkan pada pemikiran bahwa nasabah akan mencari produk atau jasa perbankan yang berkualitas tinggi. Namun sayangnya kriteria tentang mutu dari perspektif pengelola bank, belum tentu sama seperti mutu yang diharapkan oleh nasabah. Mutu yang tinggi umumnya memerlukan biaya yang lebih mahal, sehingga kadang-kadang biaya ini tidak terjangkau oleh nasabah. Ketika permintaan cukup tinggi dan penawaran tersedia cukup, bank yang memberi mutu produk dan jasa yang tinggi akan berhasil dalam pemasarannya. Dalam kenyataannya saat ini penawaran yang tersedia cukup tinggi. Terdapat banyak bank yang bersaing untuk mendapatkan nasabah yang potensial. Oleh karena itu, bank yang menerapkan konsep ini perlu memperhatikan betul besarnya segmen yang tertarik pada mutu produk.³⁵

³⁴ Marisi Burtabutra dkk, *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Pengembangan*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), 38.

³⁵ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2017), 19.

Konsep produk berpendapat bahwa konsumen bahwa konsumen menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja atau fitur inovasi terbaik. Manajer dari organisasi ini berfokus untuk membuat produk yang unggul dan senantiasa memutakhirkan.³⁶

Kualitas produk adalah mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup *daya tahan, kehandalan* atau *kemajuan, kekuatan kemudahan* dalam pengemasan dan reparasi produk. Kualitas produk adalah konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.³⁷

Kemudian Goetsch Davis juga membuat definisi kualitas yang lebih luas cakupannya, yaitu merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.³⁸

Menurut Tjiptono, indikator kualitas produk meliputi: kinerja (*Performance*), Keistimewaan Tambahan (*Features*), keandalan (*Reability*), Kesesuaian Dengan Spesifikasi (*Conformance to Specification*), Daya Tahan (*Durability*), dan (*Asthetic*)

³⁶ Miguna Astuti & Agni Rizkita A, *Pengantar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 11.

³⁷ Agnes Ligia PW, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bentenan Center Sonder minahasa*, Jurnal EMBA, Vol. 2 No. 3 September 2014, 1738.

³⁸ Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, (Yogyakarta: Ekonista, 2005), 8.

Dari kesimpulan diatas bahwasanya Kualitas produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai pasar sasaran (*target market*) dimana kemampuannya memberi manfaat dan kepuasan. Termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang, dan ide. Produk yang berkualitas tinggi merupakan salah satu kunci sukses perusahaan. salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seseorang pemasar dalam memasarkan suatu produk. Oleh karena itu memperbaiki kualitas produk ataupun jasa merupakan tantangan yang penting bagi perusahaan dalam bersaing di pasar global. Perbaikan kualitas poduk akan mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan bersaing yang bertahan lama

1) Pandangan Islam tentang Kualitas Produk

“Menjadi suatu yang sangat berati adalah nilai penting dalam pemasaran , karena Rasulullah SAW membangun kepuasan pelanggannya meallui kualitas produk dan juga nilai-niali didalamnya (islam)”.³⁹

Dari sudut pandang islam, kualitas memiliki arti berbeda dari yang disusulkan oleh semua definisi konvensional. Salah satu aspek yang rmembedakan keduanya adalah dalam hal persektif pengukurannya. Kahf menjelaskan bahwa. Dalam islam motif rill komsumsi adalah dalam rangka memperoleh rahmatnya, baik berupa ganjaran material maupun spritual, yang seharusnya secara bersama atau

³⁹ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2018), 104.

secara berkesinambungan. semua itu di lakukan, menurut kahf, tanpa mengabaikan pentingnya maksimisasi produktifitas, apa yang lebih penting adalah sampai seberapa jauh praktik-praktik konsumsi maupun memperbaiki hubungan Manusia-Allah (Hablumminallah), hubungan Manusia dengan Manusia (Hablumminannas) dan hubungan manusia dengan ciptaan allah lainnya.⁴⁰

Dari kesimpulan diatas bahwa sudut pandang islam, kualitas memiliki arti berbeda dari yang disusulkan oleh semua definisi konvensional. Salah satu aspek yang membedakan keduanya adalah dalam hal persektif pengukurannya. *Kahf* menjelaskan bahwa. Dalam islam motif rill konsumsi adalah dalam rangka memperoleh rahmatnya, baik berupa ganjaran material maupun spritual, yang seharusnya secara bersama atau secara berkesinambungan. semua itu di lakukan, menurut kahf, tanpa mengabaikan

2) Dimensi Kualitas Produk

Davit Garvin mendefinisikan 8 dimensi yang dapat di gunakan untuk menganalisis karakteristik kualitas pruduk, sebagai berikut:⁴¹

⁴⁰ Yasid, *Prilaku Konsumen: Perspektif Konvensional dan Perspektif Islam*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol VII, No. 2, Juni 2013, 195.

⁴¹ Vincent Gasperz, *Ekonomi Manajemen Pembuatan Keputusan Bisnis*, Edisi Revisi dan Peluasan, (Jakarta: Gramedia Pustaka utama, 2000), 119.

- a) Kinerja(*performance*), berkaitan dengan aspek fungsional dari produk itu dan merupakan karakteristik utama yang di pertimbangkan konsumen ketika ingin membeli suatu produk.
- b) Keistimewaan tambahan (*features*), merupakakan aspek kedua dan performance yang menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan dan perkembngannya.
- c) Keandalan (*reliability*) berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu produk melaksanakan fungsinya secara berhasil dalam periode waktu tertentu di bawah kondisi tertentu. Dengan demikian keandalan merupakan karakteristik yang merefleksikan kwmungkinan atau probailitas tingkat keberhasilan dalam penggunaan produk itu.
- d) Kesesuaian dengan spesifikasi (*confermance to specification*), berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah di tetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan konsumen. *konfermance* merefleksikan derajat dimana karakteristik desain produk dan karakteristik operasi memenuhi standart yang telah di tetapkan.
- e) Daya tahan (*durability*) merupakasan ukuran pasar suatu produk. Karakteristik ingin berkaitan dengan daya tahan dari produk itu.
- f) Kemampuan pelayanan (*serviceability*) merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, keramhan/kesopanan, kompetensi dan kemudahan serta akurasi dan perbaikan.

- g) Estetika (*aesthetic*) merupakan karakteristik yang bersifat subjektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual.
- h) Kualitas yang dirasakan (*percieved quality*), bersifat subjektif, berkaitan dengan perasaan konsumen dalam mengkonsumsi produk itu seperti: meningkatkan harga diri, dll. Merupakan karakteristik yang berkaitan dengan reputasi.

Adapun dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas produk merupakan aspek ciri karakteristik untuk melihat kualitas sebuah produk deminsi ini menyangkut karakteristik fungsi produk. Maksudnya sejauh mana produk dapat berfungsi sebagaimana fungsi utama produk tersebut.

Ada determinan kualitas jasa yang dapat dijadikan pijakan dalam memilih penyedia jasa, meliputi.⁴²

- a) Keandalan, yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat.
- b) Daya tanggap, yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa yang cepat.

⁴² Ghozali Maski, *Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di Malang*, Jurnal of Indonesia Applied Economics, Vol. 4 No. 1 Mei 2010, 46.

- c) Kepastian, yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
- d) Empati, yaitu kesediaan untuk peduli dan memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan.
- e) Berwujud, yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan personal dan materi komunikasi.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa ada dimensi yang dapat di gunakan untuk menganalisis karakteristik kualitas produk yaitu, Informasi performansi (performance), Viturs, Keandalan (reability), Konfermansi (konfermance), Durabilitas (durability), Kemampuan pelayanan (serviceability), Estetika (aesthetic), Kualitas yang dirasakan (percieved quality). Adapun kesimpulan dari kualitas jasa yaitu dalam memilih penyedia jasa harus memiliki kemampuan, daya tanggap serta pengetahuan dan kesopanan untuk menimbulkan rasa kepercayaan. Selain itu, penyedia jasa atau karyawan haus memiliki rasa peduli terhadap pelanggan

2. Kualitas Layanan

a. Pengertian kualitas layanan

Kualitas adalah tingkat mutu yang di harapkan, dan pengendalian keberagaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.⁴³ pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemikiran apapun.

Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai tingkat ketidaksesuaian antara harapan atau keinginan pelanggan dan persepsi mereka dari pernyataan tersebut dikemukakan bahwa kualitas layanan yang diterima konsumen dinyatakan besarkan perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka.⁴⁴

Bahwa Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan kualitas layanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Terdapat beberapa faktor yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayan yang diberikan. Pertama pelayan yang dipengaruhi oleh faktor manusia (karyawan) yang memberikan pelayanan tersebut. Kedua pelayanan yang baik juga harus

⁴³ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis*, Edisi Pertama, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 89.

⁴⁴ Ibid, 84.

di ikuti oleh tersedianya sarana dan perasaan, yang mendukung kecepatan dan ketetapan dan keakuratan pekerjaan.

1) Fungsi dan tugas layanan nasabah

Sebagai resepsionis, fungsi *customer service* (CS) adalah menerima tamu yang datang ke bank dengan ramah, sopan, simpatik, menarik, hangat, menyenangkan dan membantu. Sikap *customer services* yang baik saat menerima tamu yang berkunjung ke bank adalah penuh perhatian, berbicara dengan suara lembut, jelas tegas tidak membingungkan dan menghargai tamu. Budaya tamu tentu harus diperhatikan, misalnya tamu dengan latar budaya jawa sebisa mungkin disapa dengan sapaan terhormat dengan menggunakan bahasa jawa karna hinggil biasanya.

Customer service senantiasa melayani nasabah termasuk permintaan dan pengisian aplikasi dan formulir bank untuk berinteraksi. bantulah menunjukan tempat dan juga bantu dalam bentuk panduan pengisian aplikasi adalah sangat bermanfaat. Meskipun demikian *customer service* harus tau diri menjaga kerasiaan nasabah, misalnya saat mengisi password waktu penulisan PIN. Maka sebaiknya *customer service* memalingkan muka dari aplikasi atau dari media transaksinya (mesin ATM atau mesin yang lain). Oleh karena itu *product knowledge* menjadi sangat penting untuk diketahui dengan baik dan benar. Karena sering kali pemahaman tentang produk dan jasa bank didapat pertama

kalinya oleh nasabah dari. Pemahaman pertama inilah yang ditentukan persepsi nasabah apakah produk atau jasa bank baik atau tidak. Menguntungkan atau tidak, jadi sekali lagi peran *customer service* sangat penting dan vital.

Sebagai salesman, *customer service* sebagai tenaga penjual produk dan jasa bank. *Customer service* harus mempunyai kemampuan menjelaskan, memberi wawasan, dan meyakinkan nasabah atau calon nasabah agar menggunakan produk dan jasa bank. Kegiatan salesman sering kali teknik membujuk dan merayu. Dalam kaitan ini *customer service* tetap menjaga integritasnya, bahwa *customer service* menjual produk itu adalah dalam rangka menjalankan tugas sebagai *customer service*. Sehingga harus dibatasi, sehingga kontak dengan calon atau nasabah adalah tidak sampai menjadi permasalahan pribadi, termasuk diantaranya bila nanti terjadi masalah karena adanya wanprestasi bank terhadap nasabah.⁴⁵

Bahwa Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan fungsi dan tugas layanan nasabah adapun fungsi *Customer Service* (CS) adalah menerima tamu yang datang ke bank dengan ramah, sopan, simpatik, hangat, menyenangkan dan membantu. Sedangkan Sikap *Customer Service* yang baik saat menerima tamu yang berkunjung ke bank adalah penuh perhatian, berbicara dengan suara lembut, jelas tegas tidak

⁴⁵ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank* (Surabaya: Graha Ilmu, 2009), 180-181.

membingungkan dan menghargai tamu. Budaya tamu tentu harus diperhatikan, semisal nya tamu latar budaya jawa sebisa mungkin disapa dengan sapaan terhormat dengan menggunakan bahasa jawa.

2) Adapun Ciri-ciri layanan yang baik Adalah Sebagai Berikut:

a) Tersedianya Karyawan Yang Baik

kenyamanan pelanggan atau nasabah sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya. Karyawan harus bersikap ramah, sopan dan menarik dalam melayani pelanggan. Disamping itu karyawan harus cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar dalam membaca suasana.

b) Tersedia Sarana Dan Prasarana Yang Baik

pada dasarnya pelanggan ingin dilayani secara prima. Untuk melayani pelanggan paling diperhatikan kualitas dan kualitas sumber daya manusia juga sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Peralatan dan fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu dan ruang untuk menerima tamu harus dilengkapi sehingga membuat pelanggan nyaman dan betah.

c) Bertanggung Jawab Kepada Setiap Nasabah Sejak Awal Hingga Selesai

bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai artinya dalam menjalankan keinginan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai selesai. Pelanggan akan

merasa puas jika pelanggan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Resikonya, apabila karyawan yang tidak melayani secara tuntas akan menjadi preseden yang buruk bagi perusahaan.

d) Mampu Melayani Secara Cepat Dan Tepat

Dalam melayani pelanggan diharapkan karyawan harus melakukan sesuai prosedur yang ada. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai standart perusahaan yang menjadi keinginan pelanggan dilarang bercanda baik sesama karyawan maupun dengan pelanggan.

e) Mampu Berkomonikasi

karyawan harus mampu berbicara kepada setiap pelanggan atau nasabah. Karyawan juga harus mampu dengan cepat memahami keinginan pelanggan. Kemudian karyawan harus berkomonikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Komunikasi juga harus dapat membuat pelanggan senang. Sehingga jika pelanggan ada masalah tidak segan-segan mengemukakannya kepada karyawan. Demikian pula komunikasi lewat telepon atau saran lainnya harus dengan tuntas kata yang lemah lembut yang enak didengar oleh

pelanggan. Komunikasi juga harus didukung oleh alat yang sempurna terutama kualitas suara.⁴⁶

Bahwa Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan ciri-ciri layanan yang baik yaitu tersedianya karyawan yang baik, tersedia sarana dan prasaran yang baik, bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai, mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi.

3) Adapun Kualitas layanan memiliki lima dimensi yaitu Sebagai Berikut:

a) Bukti fisik

Dimensi ini berkenaan dengan fasilitas fisik seperti gedung ruangan yang nyaman, dan saran prasarana lainnya. Dalam konsep islam pelayanan yang berkenaan dengan fasilitas fisik hendaknya lebih mengutamakan kenyamanan pelanggan, bahkan menunjukkan kemewahan.

b) *Reability* atau keandalan

Deminsi ini berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat. Ketetapan dan keakuratan tersebut akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan barang atau jasa. Memberikan jasa yang andal dan akurat dapat dikaitkan dengan memudahkan kesulitan atau kebutuhan orang lain.

⁴⁶ Kasmir, *Customer Service Excelent Teori dan Praktik*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2017), 67-69.

c) *Responsiveness* Atau Daya Tangkap

Dimensi ini berkenaan dengan kesediaan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Hal tersebut berkenaan dengan profesionalitas. Dalam melakukan suatu pekerjaan seseorang dikatakan profesional apabila dapat bekerja dengan keahlian atau kemampuannya. Pekerjaan akan dapat dilakukan atau diselesaikan dengan cepat dan tepat apabila dikerjakan oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya.

d) Empati

Dimensi ini berkenaan dengan kemauan pegawai atau peduli dan memberi perhatian secara individu pada pelanggan. Kemauan ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, perhatian serta dapat memahami kebutuhan dan keluhan pelanggan. Sikap tersebut dapat membuat pelanggan merasa kebutuhannya terpuaskan karena telah dilayani dengan baik sifat empati pegawai ini dapat direalisasikan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan pelanggan, melayani transaksi pelanggan dengan senang hati, dan membantu pelanggan yang mengalami kesulitan.

e) *Assurance* atau Jaminan

Dimensi ini berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, kesantunan, kepercayaan dari pemberi layanan, dan respek terhadap pelanggan. Sifat tersebut akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi pelanggan terhadap suatu perusahaan. Assurance

tersebut tentu akan meningkatkan rasa percaya, rasa aman, bebas dari resiko atau bahaya sehingga membuat pelanggan merasa kepuasan.⁴⁷

Bahwa Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan kualitas layanan memiliki lima dimensi yaitu Bukti fisik, *Reabililty* atau keandalan, Responsiveness atau daya tangkap, Empati, *Assurance* atau jaminan.

a. Pengambilan keputusan

1) Pengertian pengambilan keputusan

Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan sampai konsumen benar-benar memilih produk. Keputusan pembelian konsumen adalah pembelian merk yang disukai, namun ada dua faktor yang bisa muncul diantara niat atau untuk membeli . mengambil keputusan pembelian yang mungkin mengubah niat tersebut. Faktor pertama adalah sikap orang lain, dan faktor kedua adalah situasi yang diharapkan. Peter dan olson mendefinisikan pengambilan keputusan sebagai sebuah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran. Intinya adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternative atau lebih dan memilih satu diantaranya.

Ada empat pandangan mengenai model pengambilan keputusan, yakni sebagi berikut.⁴⁸

⁴⁷ Veitzhal Rizal Zainal, *Islamic Marketing Manajemen*, (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2017), 181.

- a) Pandangan ekonomi, dalam bidang ekonomi teoritik yang menggambarkan persaingan sempurna, konsumen sering diberi ciri sebagai pengambilan keputusan yang rasional.
- b) Pandanga pasif, berlawanan dengan pandangan ekonomi yang rasional adalah pandangan pasif yang menggambarkan konsumen yang dasarnya tunduk pada kepentingan melayani diri sendiri dan usaha pasar.
- c) Pandangan kognitif, menggambarkan konsumen sebagai pemecah masalah dengan cara berfikir.
- d) Pandangan emosional atau implusif (menurunkan desakan hati).

Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. seseorang konsmen harus memilih produk dan jasa yang akan dikomsumsinya. Banyaknya pilihan yang tersedia, kondisi yang dihadapi, serta pertimbangan-pertimbangan yang mendasari yang kemudian pengambilan keputusan satu individu berbeda dengan individu lain. pada saat seorang konsumen baruakan akan melakukan pembelian yang pertama kali atas suatu produk, pertimbangan yang akan mendasarinya berbeda dengan pertimbangan pembelian yang telah brulang kali.

Proses inti dalam pengambilan keputusan konsumen adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengevaluasi dua atau lebih perikalu alternatif dan memilih satu diantaranya. Pada tahap ini

⁴⁸ Sudaryono, *Manajemen PemasaranTeori dan Implementasi*, 110.

konsumen dihadapkan pada satu pilihan untuk pembelian atau dapat didasari melalui tiga indikator.⁴⁹

- a) Keyakinan terhadap produk
- b) Kebutuhan akan suatu produk
- c) Keinginan membeli suatu produk

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan Pengambilan Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan sampai konsumen benar-benar memilih produk tersebut. Seseorang konsumen harus memilih produk dan jasa yang akan dikonsumsinya. Banyaknya pilihan yang tersedia, kondisi yang dihadapi, serta pertimbangan-pertimbangan yang mendasari yang kemudian pengambilan keputusan satu individu berbeda dengan individu lain. Pada saat seorang konsumen baru akan melakukan pembelian yang pertama kali atas suatu produk, pertimbangan yang akan mendasarinya berbeda dengan pertimbangan pembelian yang telah berulang kali.

⁴⁹ Nufian S Febriani, Wayan Weda Asmara Dewi, *Prilaku Konsumen di Era Digital Beserta Studi Kasus*, (Malang: UB Press, 2019), 80.

2) Teknik Pendekatan untuk Mempengaruhi Keputusan Konsumen⁵⁰

a) Teknik pendekatan stimulus respons

Teknik ini merupakan teknik penyampaian ide-ide atau pengetahuan tentang suatu produk dan merk kepada konsumen agar konsumen tertarik atau termotivasi untuk mengambil keputusan membeli produk-produk yang disampaikan itu.

b) Teknik pendekatan humanistic

Teknik ini merupakan pendekatan yang bersifat manusiawi, dari teknik ini, keputusan membeli sepenuhnya disertakan kepada konsumen yang bersangkutan.

c) Teknik pendekatan kombinasi antar stimulus-respon dan teknik ini humanistic

Teknik ini merupakan teknik pendekatan dari hasil kombinasi antara stimulus respon dan teknik humanistic, dalam menghadapi konsumen lebih bersifat mengkondisikan perilaku yang memungkinkan konsumen termotivasi untuk membeli, namun keputusan pembelian diserahkan sepenuhnya kepada konsumen.

⁵⁰ Nugroho J Setiadi, *Prilaku Konsumen Persepektif Kontempore Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan, Edisi Ketiga*, (Jakarta: Purnamedia Grup, 2013), 17.

d) Teknik pendekatan komunikasi yang persuasive

Teknik pendekatan ini merupakan teknik yang menggunakan komunikasi yang persuasive menggunakan rumus ADIDAS. A=Attention (perhatian), I=Interes (minat), A=Action (tindakan), D=Desire (hasrat), D=Decision (keputusa), S=Satifiction (kepuasan). Pertama kali perlu dibangkitkan perhatian konsumen terhadap suatu produk agar timbul minatnya. Kemudian kembangkan hasrat untuk membeli suatu produk. setelah itu, arahkan konsumen untuk mengambil keputusan membeli produk sesuai dengan kebutuhannya, dengan harapan konsumen merasa puas setelah membeli.⁵¹

Bahwa Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan Teknik pendekatan untuk mempengaruhi keputusan konsumen yaitu dengan cara Teknik pendekatan stimulus respons, Teknik pendekatan humanistic, Teknik pendekatan kombinasi antar simulus-respon dan teknik ini humanistik, Teknik pendekatan komunikasi yang persuasif.

3) Proses keputusan pembelian

Tahap-tahap dalam proses keputusan pembelian:⁵²

a) Pengenalan masalah (*problem recognition*)

⁵¹ Ibid, 18.

⁵² Anang Firmansyah, *Perilaku konsumen Sikap dan Pemasaran*,(Yogjakarta:Deepublish, 2018), 27.

Proses pembelian oleh pembeli mengenali kebutuhan atau masalah. Kebutuhan tersebut dapat ditimbulkan oleh rangsangan internal atau eksternal. Rangsangan internal terjadi pada salah satu kebutuhan umum seseorang (seperti lapar dan haus) telah mencapai ambang batas tertentu dan mulai jadi pendorong.

b) Pencarian informasi

Setelah konsumen yang terangsang kebutuhannya. Konsumen akan terdorong mencari informasi yang lebih banyak. Orang lebih peka terhadap informasi produk, pencarian informasi dapat berupa aktif atau pasif, internal atau eksternal. Pencarian yang bersifat aktif dapat berupa kunjungan terhadap beberapa toko untuk memuat perbandingan harga dan kualitas produk, sedangkan pencarian informasi pasif hanya dengan membaca iklan di majalah atau surat kabar tanpa mempunyai tujuan khusus tentang gambaran produk yang diinginkan.

c) Evaluasi alternatif

pencarian informasi sebanyak mungkin tentang banyak hal selanjutnya konsumen harus melakukan penilaian tentang beberapa alternative yang ada dan menentukan langkah selanjutnya. Evaluasi alternative terdiri dari dua tahap yaitu, pertama menentukan tujuan pembelian dan menilai serta mengadakan seleksi terhadap alternative pembelian berdasarkan tujuan pembeliannya. Setelah konsumen mengumpulkan informasi mengenai jawaban alternatif

tehadap satu kebutuhan, maka konsumen akan mengevaluasi pilihan dan menyederhanakan pilihan pada alternatif yang diinginkan.

d) Keputusan pembelian

Setelah tahanan tadi dilakukan, sekarang saatnya bagi pembeli menentukan pengambilan keputusan apakah jadi membeli atau tidak jika keputusan menyangkut jenis produk, bentuk produk, merk, penjual, kualitas dan sebagainya.⁵³

e) Perilaku pasca pembelian

Pemasar harus memperhatikan konsumen setelah melakukan pembelian produk. Setelah membeli suatu produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau tidak. Ada kemungkinan bahwa pembeli memiliki ketidakpuasan setelah melakukan pembelian karena mungkin harga barang dianggap terlalu mahal, atau mungkin karena tidak sesuai dengan keinginan atau gambaran sebelumnya. Konsumen akan membandingkan produk atau jasa yang mereka beli. Dengan produk jasa lain. Hal ini dikarenakan konsumen mengalami ketidakcocokan dengan fasilitas-fasilitas tertentu pada barang yang mereka beli, atau mendengar keunggulan dari produk lain. Perilaku ini mempengaruhi pembelian ulang dan juga mempengaruhi ucapan-ucapan pembeli kepada pihak lain tentang produk perusahaan.

Simpanan *Wadiah* di KSPPS Darul hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.

⁵³ Ibid, 28.

Merupakan tabungan atau simpanan dari mitra yang bersifat umum dan penarikannya dapat dilakukan kapan saja. Tabungan ini berdasarkan akad *wadiah yad dhamanah*. Bagi hasil akan dibagikan setiap bulan langsung dikreditkan ke rekening nasabah. Setoran awal rekening sebesar Rp. 10.000. Biaya pembukaan rekening Rp. 5.000. Apabila akan tutup rekening maka saldo harus Rp. 10.000

Bahwa Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan Proses keputusan pembelian yaitu dengan tahap-tahap Pengenalan masalah (*problem recognition*), Pencarian informasi, Evaluasi alternatif, Keputusan pembelian, Perilaku pasca pembelian.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian atau desain penelitian bermakna strategis untuk mengatur latar (setting) penelitian agar peneliti dapat memperoleh data yang valid sesuai dengan karakteristik, variabel dengan tujuan penelitian. Rancangan penelitian menjelaskan tentang garis penelitian ditinjau dari tujuan dan sifatnya.⁵⁴

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional yaitu penelitian dengan menggunakan analisis statistik atau angka-angka.⁵⁵ Dalam penelitian ini ada beberapa variabel yang dibahas meliputi variabel independen dan dependen. Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terkait). Sedangkan variabel dependen atau variabel terkait merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁵⁶ Adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2). Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan anggota (Y).

⁵⁴ Tiim Penyusun Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Pamekasan: STAIN Press, 2012), 13.

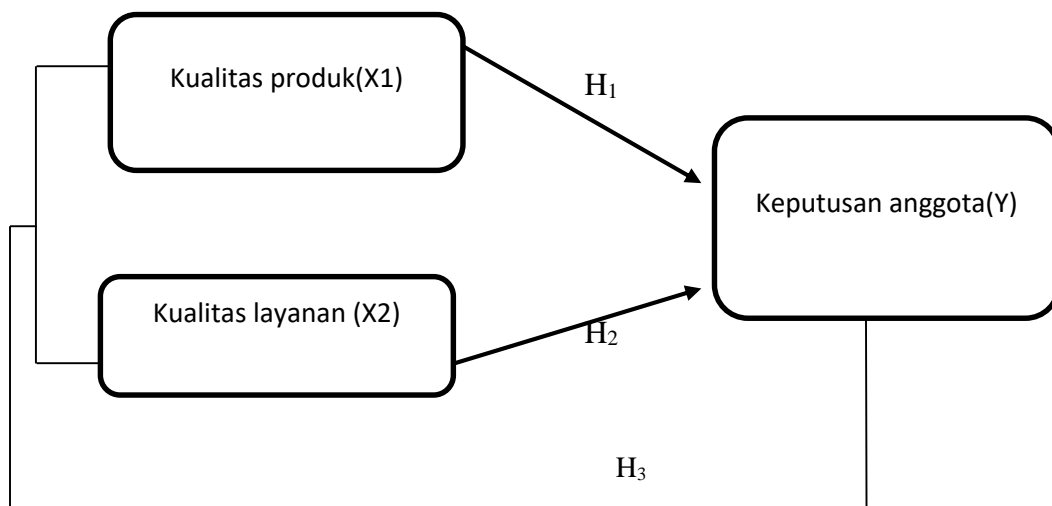
⁵⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 12.

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methode)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 64.

Penelitian ini dilakukan pada anggota KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan. Anggota diminta untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan, kemudian hasilnya dianalisis menggunakan metode analisis regresi linier berganda untuk menemukan kesimpulan. Dan kesimpulan yang diperoleh digeneralisasikan untuk mewakili populasi dalam penelitian.

Gambar 3.1

Kerangka Pemikiran



Sumber data: Di olah dari SPSS

Keterangan:

Y : Variabel dependen

X1, X2 : Variabel Independen

B. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵⁷

Jenis populasi terbagi menjadi dua, yaitu:

- 1) Populasi finit, artinya jumlah individu ditentukan.
- 2) Populasi infnit, artinya jumlah individu tidak terhingga atau tidak diketahui dengan pasti.⁵⁸

Adapun jenis populasi dalam penelitian ini adalah populasi finit yaitu semua anggota KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan dengan jumlah 263 anggota.⁵⁹

b. Sampel

Jika kita hanya akan meneliti sebagian dari populasi, maka penelitian tersebut disebut penelitian sampel. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dinamakan penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil sampel.⁶⁰

⁵⁷ Sugi⁵⁷ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 12.

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian K yono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 80.

⁵⁸ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2013), 30.

⁵⁹ Imamatus Sholihah, Bagian KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan, Wawancara lewat Whatsapp, (4 November 2020).

⁶⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi V*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 109.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non *probability sampling* dengan cara *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel secara kebetulan.⁶¹ Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel siapa saja dijadikan sebagai anggota saat penelitian dilakukan.⁶²

Syarat untuk dapat dilakukan teknik *accidental Sampling* adalah anggota populasi tidak memiliki strata sehingga relatif homogen dan adanya kerangka sampel merupakan daftar elemen-elemen populasi yang dijadikan dasar untuk pengambilan sampel.⁶³ Berdasarkan teori ini penelitian di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan tidak memperhatikan strata responden seperti latar pendidikan (SD, SMP, SMA, dan Sarjana), dan pekerjaan (PNS, wiraswasta/pedagang, dan petani) dimana penelitian menganggap semua sama.

Di dalam menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin:⁶⁴

$$n = \frac{N}{1 + (Nxe^2)}$$

⁶¹ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 111.

⁶² Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed methode)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 122.

⁶³ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2013), 31.

⁶⁴ Wiratna Sujarweni & Poly Endriyanto, *Statistika Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 17.

keterangan :

n = ukuran sampel

N = populasi

ϵ = persentase kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih digunakan.

Jika populasi responden adalah seluruh anggota di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan adalah 263 orang, maka sampel yang di ambil sebagai penelitian jika menggunakan rumus slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat error 10% adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{263}{1+(263 \times 0,1^2)} \\ &= \frac{263}{1+(263 \times 0,01)} \\ &= \frac{263}{1+2,63} = 72,45 = 72 \text{ orang} \end{aligned}$$

C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber dari mana data dapat diperoleh. Adapun sumber data dalam penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya.⁶⁵ Sumber data

⁶⁵ Fatati Nuryana, *Statistika Bisnis*, Jilid I, (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), 19.

primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner (angket) kepada responden dan hasil wawancara terhadap pihak KSPPS.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk jadi dan telah diolah dari pihak lain, dikumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya, yang biasanya dalam bentuk publikasi. Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari brosur-brosur yang berkaitan dengan objek penelitian.⁶⁶

D. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Kuesioner

Kuesioner (angket) adalah usaha mengumpulkan informasi dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis oleh responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.⁶⁷ Responden yang dipilih dari populasi penelitian yaitu anggota produk tabungan wadiah di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.

Jenis pernyataan atau kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah kuesioner langsung yang bersifat tertutup dengan memberikan *checklist* (✓) terhadap pertanyaan

⁶⁶ Ibid, 20.

⁶⁷ Syofian Siregar, 19.

dengan jawaban pilihan yang telah disediakan. Adapun skala yang dipakai dalam penelitian ini adalah skala *likert*, skala jenis ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi mulai dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju atau dari positif sampai negatif.⁶⁸ Sementara untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor.

1. Sangat Setuju (SS) : 5 skor
2. Setuju (S) : 4 skor
3. Netral (N) : 3 skor
4. Tidak Setuju (TS) : 2 skor
5. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1 skor

b. Dokumentasi

Dokumentasi, dari asal katanya dokumen; yang artinya barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku, majalh, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatn harian, dan sebagainya.⁶⁹ Data yang digunakan dalam dokumentasi adalah profil lembaga, status hukum lembaga, struktur organisasi, produk-produk lembaga, dan foto penyebaran kuesioner.

⁶⁸ Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif: Sebuah Pengantar*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 44-45.

⁶⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 201.

E. Pengumpulan data

Pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Pada umumnya dalam sebuah penelitian terdapat empat cara mengumpulkan data yaitu observasi, kuesioner, pengamatan, dan studi dokumentasi.⁷⁰ Adapun cara memperoleh data dan informasi peneliti mendatangi dan menemui pihak KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera untuk menyerahkan surat rekomendasi dan mengurus peizinan melaksanakan penelitian di tempat terkait dan tahap selanjytnya adalah melaksanakan pengumpulan data. Adapun langkah-langkah teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut:.

a. Pengumpulan Data Dengan Kuesioner (Angket)

Langkah-langkah pengumpulan data dengan kuesioner adalah:

- 1) Peneliti melakukan perizinan terlebih dahulu kepada KSPPS Daul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan dengan membawa surat rekomendasi (surat permohonan melakukan penelitian) dari IAIN Madura dan pihak KSPPS akan menunjuk karyawan di dalam mendampingi peneliti pada saat penyebaran kuesioner.
- 2) Peneliti mendatangi lokasi yang ditunjukkan oleh karyawan.
- 3) Menyebarkan angket kepada responden.
- 4) Mengambil kembali angket yang sudah diisi oleh responden.
- 5) Memberikan pembobotan untuk setiap jawaban dari pernyataan positif atau yang mendukung penelitian akan diberi skor 5-4-3-2-1

⁷⁰ Juliansyah Noor, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2011), 138.

dengan menggunakan skala *likert* (sangat setuju-setuju-netral-tidak setuju-sangat tidak setuju).

6) Menganalisa hasil kuesioner untuk menemukan hasil penelitian.

b. Pengumpulan Data Melalui Dokumentasi

Langkah-langkah yang akan dilakukan peneliti untuk pengumpulan data melalui dokumentasi adalah sebagai berikut:

- 1) Mendatangi lokasi penelitian yaitu KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.
- 2) Peneliti menemui dan bertanya pada sumber informasi untuk mendapatkan data berupa arsip yang berkaitan.
- 3) Peneliti mencari informasi untuk dicatat sesuai dengan variabel yang ditemukan,

F. Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau data lain terkumpul.⁷¹ Adapun langkah-langkah dalam menganalisa data adalah:

a. Mencari Data Mentah

Data mentah yang diperoleh merupakan data primer berupa hasil dari penyebaran kuesioner (angket) kepada responden.

⁷¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 147.

b. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah pengolahan data untuk tujuan mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi. Dalam pengujian deskriptif terdapat pengujian mean, median, dan modus.

1) *Frequency*

Frequency adalah salah satu analisis data deskriptif yang mengelompokkan data berdasarkan interval tertentu.

2) *Percent*

Percent adalah data frekuensi yang disusun dalam %, sama dengan *percent*, tetapi tidak terdapat data yang hilang.

3) *Valid*

Valid adalah menunjukkan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti.

4) *Cumulative Percent*

Cumulative Percent adalah petunjuk dari setiap bagian frekuensi yang sesuai dengan kumulatif kurang dari (<).

5) Mean

Mean adalah alat pengukur rata-rata untuk mengetahui karakteristik dari sekelompok data dengan membagi jumlah dari keseluruhan isi data dengan jumlah datanya. Rumus sebagai berikut:

$$M_e = \frac{X_1 + X_2 + \dots + X_n}{n}$$

Keterangan:

M_e = Mean (rata-rata)

X_1 = Nilai data pertama

X_2 = Nilai data kedua

n = jumlah sampel

c. Uji Kualitas Data

1) Uji Validitas

Validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang diukur (*a valid if it successfully measure the phenomenon*). Pengujian ini dilakukan dengan tehnik pengumpulan skor, kemudian akan dilakukan pengolahan data *coefficient corealation pearson* dengan menggunakan SPSS versi 20.0 dengan ketentuan nilai signifikan apabila (p value), 0,05 maka tidak ada hubungan yang signifikan, sedangkan apabila (p value). 0,05 maka ada hubungan yang signifikan.⁷²

2) Uji Reabilitas

Reabilitas untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran 2 kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat yang sama pula. Uji reabilitas alat ukur dapat dilakukan secara internal maupun eksternal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan secara test-retest, equivalent dan gabungan antara keduanya. Secara

⁷² Ibid, 23.

internal reabilitas alat ukur dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu. Bukti kuesioner dikatakan reliable atau handal apabila jawaban dari responden atau kuesioner adalah konsisten. Untuk mengetahui kuesioner reliable atau tidak reliabel dengan menggunakan *Alpha Cronback* pada program SPSS, kuesioner dikatakan reliabel jika *Alpha Cronback* > 0,60, dan tidak dikatakan reliabel jika tidak sama atau di bawah 0,60.⁷³

d. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan regresi berganda maka diperlukan uji asumsi klasik data untuk memastikan apakah model tersebut tidak terdapat masalah normalitas, multikolinearitas, heterokedastisitas, dan auto korelasi, Jika terpenuhi maka model analisis layak untuk digunakan. Langkah-langkah uji asumsi klasik ini adalah sebagai berikut:

1) Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki restibusi normal. Pengujian normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnon* untuk masing-masing variabel, hipotesis yang digunakan adalah:

(H₀) : data terdistribusi secara normal

(H₁) : data tidak terdistribusi secara normal

⁷³ Ibid, 186.

Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat nilai *2-tailed significant*. Jika data memiliki perhitungan dengan tingkat signifikan lebih besar dari 0,05 atau (sig) > 5%, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sehingga dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal dan jika signifikan hasil perhitungan lebih kecil dari 0,05 atau (sig) < 5% maka H_0 tidak dapat diterima sehingga data dapat dikatakan tidak berdistribusi secara normal.⁷⁴

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dapat didefinisikan sebagai adanya hubungan atau korelasi yang cukup kuat antara sesama variabel bebas yang disertakan dalam model.⁷⁵ Selanjutnya istilah multikolinearitas dalam arti yang lebih luas yaitu untuk terjadinya korelasi linier yang tinggi diantara variabel penjelas ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$).⁷⁶ pada dasarnya multikolinearitas adalah adanya suatu hubungan yang linear sempurna (mendekati sempurna) antara beberapa atau sesama variabel.⁷⁷

Untuk mendeteksi atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi yaitu dengan:

- a) Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- b) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen atau korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0,9) maka hal ini merupakan indikasi

⁷⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program spss*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 147.

⁷⁵ Setiawan dan Dwi Indah Kusri, *Ekonometrika*, (Yogyakarta: Andi, 2010), 64-65.

⁷⁶ Subanti dan Arif Rohman Hakim, *Ekonometri*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 19.

⁷⁷ Moh. Sidik Priadana Saluddin Muis, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 193.

adanya multikolinearitas, mengamati nilai tolerance dan varian inflation factor (VIF). VIF adalah suatu estimasi seberapa besar multikolinearitas meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas, tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai cut-off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai $\text{tolerance} < 0,10$ atau sama dengan $\text{VIF} > 10$. Bila hasil regresi memiliki nilai VIF tidak lebih dari 10, maka dapat disimpulkan tidak ada multikolinearitas dalam model regresi.⁷⁸

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heterodastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau yang tidak heterokedastisitas. Deteksi adanya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu grafik scatterplot antara SPRESSID dan ZPRED dimana y dan Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi Y sesungguhnya) yang telah di studentized. Dasar analisis:

- a) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang berbentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.

⁷⁸ Imam Ghazali, *Aplikasi Multivariate dengan Program Spss*, 105.

- b) Jika tidak ada pola yang jelas, secara titik-titik tidak menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi muncul karena adanya observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah yang timbul karena residual tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.⁷⁹ Pada ujian autokorelasi ini menggunakan Durbin Watson (DW) dengan cara membandingkan DW dengan DW tabelnya. Derajat kepercayaan yang digunakan 5% hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

H_0 : tidak ada autokorelasi $r=0$

H_1 : ada autokorelasi $r \neq 0$

Tabel DW terdiri atas dua nilai, yaitu batas bawah (d_l), batas atas (d_u). Nilai-nilai yang dapat digunakan sebagai pembanding uji DW, dengan aturan sebagai berikut:⁸⁰

- a) Bila $DW < d_l$, berarti terdapat korelasi positif
- b) Bila $d_l < DW < d_u$, tidak dapat mengambil kesimpulan
- c) Bila $d_u < DW < 4 - d_u$, berarti tidak ada korelasi positif maupun negatif.
- d) Bila $4 - d_u < DW - d_l$, berarti tidak dapat mengambil keputusan apa-apa
- e) Bila $DW < 4 - d_l$, berarti ada korelasi negative

⁷⁹ Muddrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif*, Edisi IV, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2011), 115.

⁸⁰ Djalal Nachrowi & Hardius Usman, *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2006), 261.

e. Uji Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Penetapan metode regresi berganda jumlah variabel bebas (independen) yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi satu variabel tak bebas (dependen), model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:⁸¹

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : keputusan anggota

X₁ : Kualitas produk

X₂ : Kualitas Layanan

α : konstanta

ε : error

β_1, β_2 : Koefisien

f. Uji Hipotesis

Pengujian Hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan menerima atau menolak hipotesis.⁸²

⁸¹ Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*, hlm 301.

⁸² Misbahuddin, *Penelitian Kuantitatif dengan Statistik*, (jakarta: Bumi Aksara, 2013), 34.

1) Uji signifikan individual (Uji t)

Uji t digunakan untuk membuktikan pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen, dimana apabila nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} menunjukkan diterimanya hipotesis yang diajukan. Nilai t_{hitung} dapat dilihat pada hasil regresi dan nilai t_{tabel} didapat melalui $\text{sig } \alpha = 0,05$ dengan $df=n-k$.

Kesimpulan:

- a) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh secara simultan.
- b) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya ada pengaruh secara simultan⁸³

2) Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji f dilakukan untuk melihat apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan atau tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.⁸⁴ untuk melihat berpengaruh signifikan yang terjadi dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai tingkat kepercayaan 0,05. Apabila nilai sig lebih kecil dari nilai derajat kepercayaan ($\text{sig} < 0,05$).⁸⁵ dan

⁸³ Prajitno, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: UIN SGD, 2008), 122.

⁸⁴ Danang Sunyoto, *Prosedur Uji Hipotesis Untuk Riset Ekonomi*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 123.

⁸⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 21*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 99.

apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti H_0 ditolak.⁸⁶ untuk f_{tabel} yaitu ($V1=k$, $V2=n-k-1$) yaitu k adalah jumlah variabel independen jadi ($V1=3$, $V2= 80$).⁸⁷

Hipotesis statistiknya dapat dirumuskan:

$H_0 : \beta_1 = 0$: nilai koefisien regresi variabel motivasi, kualitas produk, dan promosi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan anggota memilih produk pembiayaan.

$H_a : \beta_2 \neq 0$: nilai koefisien regresi variabel motivasi, kualitas produk, dan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan anggota memilih produk pembiayaan.

3) Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah angka atau indeks yang digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan sebuah variabel tau lebih (variabel bebas, X) terhadap variasi (naik turunnya) variabel yang lain (variabel terikat, Y). Koefisien determinasi (R^2) pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen.⁸⁸ besarnya R square berkisar antara 0-1 yang berarti semakin kecil besarnya R square, maka hubungan kedua variabel semakin lemah, sebaliknya jika R square semakin mendekati 1, maka hubungan kedua variabel semakin kuat. R^2 (R aquare) yang kecil menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan

⁸⁶ V. Wiratna Sujarweni, *Spss untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), 154.

⁸⁷ Ibid, 156.

⁸⁸ Misbahuddin, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Edisi 2 (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 103.

hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Ketika penelitian menggunakan SPSS, maka yang digunakan yaitu R square.

Dengan demikian, dalam penelitian ini pengujian yang akan dilakukan untuk statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, dan uji hipotesis peneliti akan dibantu dengan suatu sarana yang dapat memudahkan untuk memperoleh hasil data pengujian dengan tepat sesuai estimasi, sarana tersebut paket program siap pakai SPSS

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Deskripsi Perusahaan

a. Sejarah Berdirinya KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan

Lembaga keuangan syariah adalah lembaga baik bank maupun non-bank yang memiliki spirit islam, baik dalam pelayanan maupun produk-produknya, dalam pelaksanaan diawasi oleh dewan pengawas syariah. Dari pengertian ini dapat disimpulkan bahwa lembaga keuangan syariah mencakup semua aspek keuangan syariah baik personal perbankan maupun kerjasama pembiayaan, keamanan dan asuransi perusahaan, dan lain sebagainya yang berlangsung di luar konteks perbankan. (Misal: Asuransi, pegdaian, reksa dana, pasar modal, BPRS, dan BMT).

Dalam upaya merespon kendala diatas KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan yang lahir dari semangat ingin menumbuh kembangkan perekonomian masyarakat kecil melalui kegiatan pembiayaan usaha makro kecil memberikan berbagai kemudahan kepada para anggota untuk mengakses pembiayaan. KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan berdiri pada tanggal 23 Maret 2016 oleh beberapa alumni

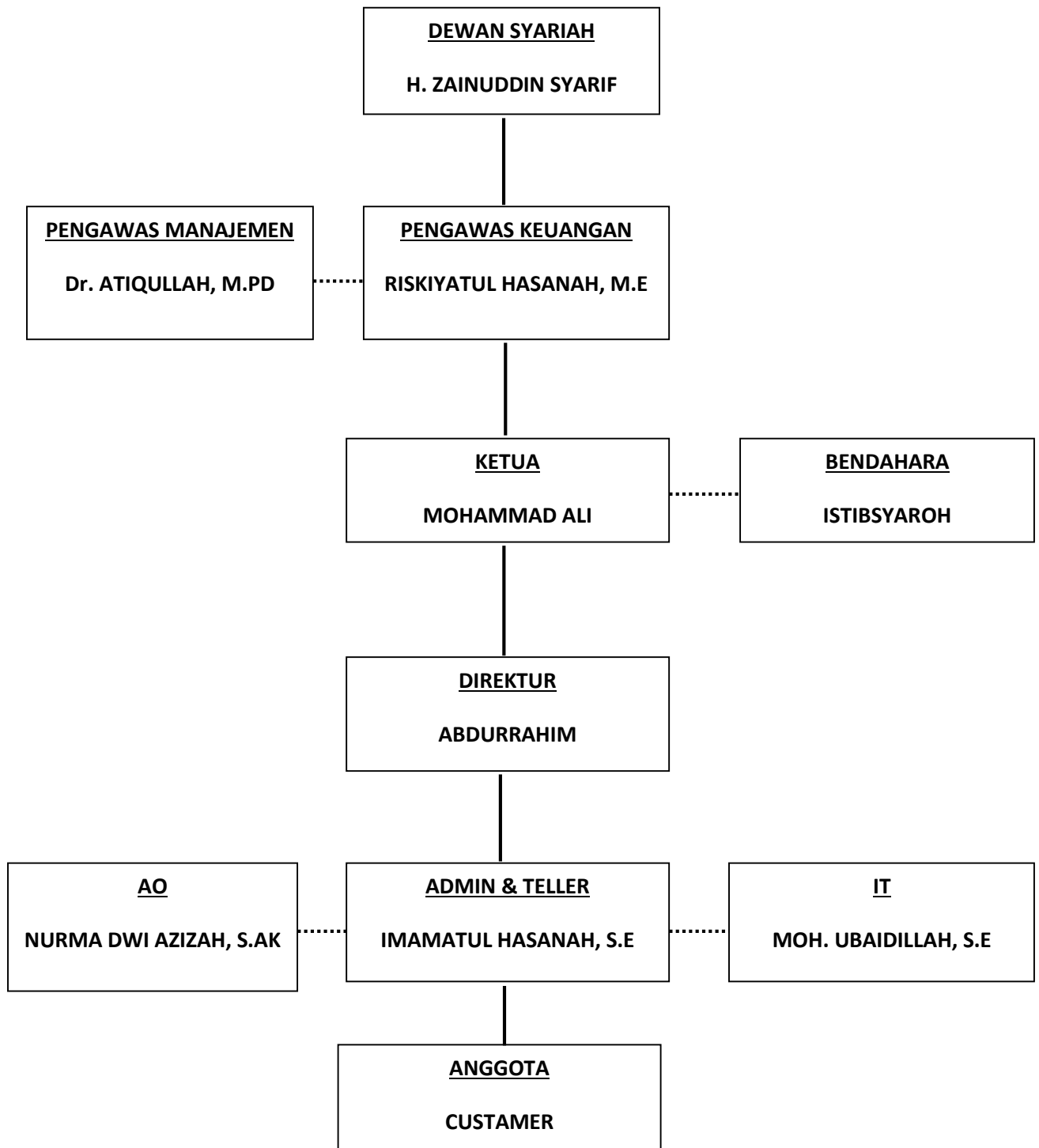
perbankan syariah IAIN Pamekasan yang menjadi inisiator pada tanggal 28 Maret maka disepakati simpanan pokok sebesar Rp. 25.000,00 dan simpanan wajib Rp. 10.000,00 selanjutnya resmi beroperasi pada tanggal 23Maret 2016.

KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan hadir dengan harmonisasi idealisme usaha dengan nilai-nilai spiritual. Nilai-nilai yang menjadikan KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan menjadi salah satu KSPPS yang mengedepankan nilai-nilai kepedulian terhadap kondisi perekonomian masyarakat kecil.

Adapun lokasi KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan adalah Jln. Masjid Darul Hikmah Desa Larangan Badung Sumber Papan II Desa Larangan Badung, Palengaan, Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur. Pada perkembangan selanjutnya KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan mendapat respon baik dari masyarakat yang ditandai dengan berbagai bentuk kerjasamanya yang ditawarkan oleh berbagai lembaga dri unit usaha lain.

b. Badan Hukum KSPPS Darul Hikmah Mitrda Sejahtera Pamekasan No.235 pada hari kamis tanggal 07 April 2016 notaris pamekasan.

c. Struktur Organisasi



Sumber: KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan, 2021

d. Visi dan Misi KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan

KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan sebagai lembaga keuangan syariah non bank memiliki tujuan yang tertuang dalam visi dan misi KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan. Adapun visi dan misi KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan adalah sebagai berikut:

Visi

Terwujudnya masyarakat sejahtera, amanah dan produktif

Misi

1. Memberikan kemudahan akses pedoman kepada anggota
2. Menjalankan kegiatan usaha jasa keuangan syariah dengan efektif dan efisien
3. Mengembangkan nilai-nilai syariah universal

e. Prosedur Operasi Standar KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan

1. Dewan pengawas syariah
 - a) Memberikan saran dan nasehat kepada direksi
 - b) Pengawas kegiatan operasional KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan agar sesuai dengan prinsip syariah
 - c) Mengkaji, menilai dan memberikan opini terhadap persesuaian antara operasional dengan prinsip bank syariah
2. Bagian operasional

- a) Memimpin KSPPS dalam usaha mencapai tujuan jangka panjang atau jangka pendek
- b) Memimpin, merencanakan, bertanggung jawab, mengarahkan, mengawasi, serta mengevaluasi seluruh kegiatan operasional KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan
- c) Melakukan opservasi langsung atas kinerja karyawan
- d) Mendiskusikan target kerja

3. Bagian marketing

- a) Merencanakan, mengkoordiner, mengarahkan, mengevaluasi dan mengawasi atas terlaksanakannya kelancaran kerja dibagian pembiayaan dan perdanaan
- b) Memasarkan produk KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan sesuai dengan syariah islam kepada nasabah analisis kebutuhan anggaran untuk mengadakan seluruh sarana dan prasarana kelancaran operasional bank serta pemeliharaannya.

4. Customer *Service* (CS)

- a) Setiap memberikan informasi kepada nasabah yang membutuhkan keterangan tentang produk-produk dan syarat-syarat permohona pembiayaan
- b) Memberikan rekomendasi yang benar dan objektif kepada komite pembiayaan

- c) Memberikan informasi secara umum kepada nasabah tentang produk-produk dan jasa koperasi serta syarat-syaratnya
- d) Memelihara hubungan baik dengan nasabah dalam bentuk pemberian informasi
- e) Melaksanakan tahapan-tahapan awal administrasi dalam pembukaan rekening
- f) Memeriksa dokumen
- g) Transaksi jaminan
- h) Segala bentuk kesalahan informasi, dokumen serta penataannya yang diakibatkan oleh kelalaian CS merupakan tanggung jawab penuh CS

5. Teller

- a) Mengatur dan bertanggung jawab penuh atas posisi dana/kas
- b) Memberikan pelayanan transaksi tunai (penyetoran dan pencairan)
- c) Cek uang pada direktur uang
- d) Teller bertanggung jawab penuh atas laporan keuangan dan keberadaan kas riil dalam brankas, segala bentuk kesalahan akibat kelalaian teller merupakan tanggung jawab teller.

6. Pengelolaan data elektronik

- a) Membangun, memelihara dan mengembangkan sistem informasi sesuai kebutuhan organisasi

- b) Memelihara dan mengembangkan hubungan dengan provider IT yang menjadi rekanan KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan
- c) Segala bentuk kesalahan pada sistem informasi elektronik yang di akibatkan oleh kelalaian tim IT merupakan tanggung jawab bagian IT

7. Pemberkasan

- a) Menata usaha berkas pembiayaan

f. SOP Produk-produk di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan

Produk yang ditawarkan di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan dibedakan dalam dua yaitu:

1. Produk penghimpun dana(*funding*)
 - a. Simpanan anggota
 - 1) Simpanan anggota adalah simpanan yang harus dibayar oleh calon anggota KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan
 - 2) Simpanan anggota terdiri
 - a) Simpanan pokok sebesar Rp.25.000 yang dibayar satu kali selama menjadi anggota

- b) b)Simpanan wajib sebesar Rp.10.000 yang dibayar oleh setiap anggota setiap bulan
- c) Administrasi (buku tabungan) Rp.5000

b. Simpanan wadiah

prinsip syariah tabungan diatur dalam fatwah dewan syariah Nasional No.02/DSN-MUI/VI/2000 tentang tabungan. Tabungan ada dua jenis yaitu tabungan yang tidak dibenarkan secara syariah, yaitu tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga. Dan tabungan yang di benarkan,yaitu tbungan yang berdasarkan prinsip wadiah dari mudharabah. Tabungan wadiah merupakan jenis simpanan yang menggunakan akad wadiah/titipan yang penarikannya dapat dilakukan sasuai perjanjian. Berdasarkan PAPSI 2013 tbungan wadiah diakui sebesar nominal penyeteroran dan penarikan yang dilakukan oleh pemilik kerening. Setoran tabungan yang diterima secara tunai di akui pada saat uang diterima.

Simpanan wadiah di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan yaitu sebagai berikut:

- 1) Merupakan tabungan atau simpanan dari mitra yang bersifat umum dan penarikannya dapat dilakukan kapan saja

2) Tabungan ini berdasarkan akad wadiah yad dhamanah.
Bagi hasil akan di bagikan setiap bulan lnsung dikreditkan ke rekening nasabah

3) Setoran awal rekening Rp.10.000

4) Biaya pembukaan rekening Rp.5000

5) Apabila akan tutup rekening maka saldo harus Rp.10.000

c. Simpanan Qurban

1) Simpanan yang diperuntukan untuk pembelian hewan qurban

2) Penarikan dilakukan satu kali menjelang hari raya idul adha

3) Nisbah bagi hasil yang diberikan sebesar 40% dari pendapatan rata-rata KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan yang langsung ditambahkan ke rekening simpanan qurban

4) Biaya pembukaan rekening Rp.5000

d. Produk pelayanan dana (*leding*)

Dalam , menyalurkan dana kepada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam 6 katagori

Yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaanya yaitu:

1) Pembiayaan berdasarkan pola jual beli dengan akad murabahah salama tau istishna'

- 2) Pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad mudharabah atau musyarakah
 - 3) Pembiayaan berdasarkan akad qardh
 - 4) Pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak atau sewa beli dalam bentuk ijarah muntahiya bitamik
 - 5) Pengambilan alihan utang berdasarkan akad hawalah
 - 6) Pembiayaan multi jasa
2. Pembiayaan mudharabah (mitra usaha)
 - a. Merupakan akad kerja sama antara KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan selaku pemilik modal (*Shohibul maal*) dengan mitra selaku pengelola usaha (Mudharib) untuk mengelola usaha yang produktif dan halal
 - b. Dalam pembiayaan ini tidak ada porsi penyetoran dana dari Mitra Sejahtera. Nisbah keuntungan *musyarakah* (mitra usaha)
 3. Pembiayaan musyarakah (mitra usaha)
 - a. Merupakan kerja sama usaha produktif dan halal antara KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan dimana sumber modalnya dari kedua belah pihak
 - b. Keuntungan dibagi sesuai nisbah yang disepakati
 - c. Kerugian ditanggung kedua belah pihak sesuai dengan porsi modal masing-masing

4. Pembiayaan murabahah (multi barang)
 - a. Merupakan akad jual beli dengan cara KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan menjual barang yang dibutuhkan oleh mitra yang dibayarkan secara kredit
 - b. Atau dapat mewakili (*wakalah*) kepada nasabah yang dibutuhkan
 - c. KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan mendapatkan keuntungan berupa margin dari harga pokok barang

5. Pembiayaan ijarah (multi jasa)
 - a. Merupakan akad sewa-menyewa barang dan jasa antara KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan dan mitra
 - b. KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan jasa menyewakan jasa atau barang kepada mitra dengan harga sewa yang telah disepakati dan diangsur selama jangka waktu tertentu

6. Pembayaran rekening listrik

7. Pembayaran pendidikan anak

8. Ar-Rhan (gadai)
 - a. Barang yang dapat digadaikan berupa pembiayaan emas dan barang berharga lainnya

- b. Mitra nanggung biaya taksiran dari nilai taksiran barang yang digadaikan
- c. Jumlah pembiayaan 80% dari nilai taksiran barang
- d. Memberikan ujuh atau jasa penitipan sebesar 0,1% perhari
- e. Jangka waktu gadai maksimal 4 bulan, dan dapat diperpanjang kembali

9. Pembiayaan Al-Qardul hasan

- a. Merupakan layanan pinjaman kebijakan untuk usaha mikro tanpa menggunakan agunan serta tanpa beban margin bagi hasil
- b. Tanpa adanya agunan

g. Lokasi KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera

Jln. Masjidn Darul Hikmah Desa Larangan Badung Sumber Papan

II Desa Larangan Badung, Palengaan, Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur.

2. Deskripsi Data Penelitian dan Responden

a. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian dikumpulkan dengan cara membagikan kusioner langsung kepada anggota. Penelitian ini menyebarkan 72 kuesioner kepada anggota produk multi barang di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan. Pengumpulan data secara langsung dikumpulkan penelitian dengan menggunakan alat analisis SPSS 24, dengan sampel terpenuhi.

Rincian data penelitian dengan kuesoener yang ditunjukkan dalam table sebagai berikut:

Tabel 4.2

Rincian Penerimaan dan Pengambilan Kuesioner

Kuesioner yang disebarakan	72
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang kembali	72
Kuesioner yang digugurkan	0
Kuesioner yang digunakan	72
Tingkat pengembalian	100%
Tingkat pengembalian yang digunakan	100%

b. Deskripsi Data Responden

Keadaan atau kondisi responden digambarkan oleh data hasil kuesioner yang merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini memiliki beberapa karakteristik penelitian. Karakteristik penelitiannya terdiri dari:

1) Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.3

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

jenis_kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	32	44,4	44,4	44,4
	Wanita	40	55,6	55,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS, Ver 24, Data primer diolah peneliti,2021

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa mayoritas jenis kelamin responden adalah perempuan sebanyak 40 orang dengan presentase 55,6% dan sisanya adalah laki-laki sebanyak 32 orang dengan presentase 44,4%.

2) Usia Responden

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

UMUR					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-30	27	37,5	37,5	37,5
	31-40	27	37,5	37,5	75,0
	41-50	18	25,0	25,0	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS, Ver 24, Data primer diolah peneliti,2021

Tabel 4.3 menunjukkan dari segi usia responden yang diambil adalah 21-30 tahun sebanyak 27 orang, dengan presentase 37,5%, untuk usia 31-40 tahun sebanyak 27 orang dengan presentase 37,5%, dan sisanya untuk usia 41-50 tahun sebanyak 18 orang dengan 25,5%.

3) Pekerjaan responden

Tabel 4.5

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

		PENDIDIKAN			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	SD	2	2,8	2,8	2,8
	SMP	3	4,2	4,2	6,9
	SMA	48	66,7	66,7	73,6
	S1	19	26,4	26,4	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS, Ver 24, Data primer diolah peneliti, 2021

Tabel 4.4 menunjukkan dari segi pendidikan terakhir responden yang diambil adalah pendidikan terakhir tingkat SD sebanyak 2 orang dengan presentase 2,8%, untuk SMP sebanyak 3 orang dengan presentase 4,2%, untuk SMA sebanyak 48 orang dengan presentase 66,7%, dan pendidikan terakhir S1 sebanyak 19 orang dengan presentase 26,4%.

4) Pekerjaan Responden

Tabel 4.6

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

		PEKERJAAN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	21	29,2	29,2	29,2
	PEDAGANG	20	27,8	27,8	56,9
	PETANI	12	16,7	16,7	73,6
	IBU RUMAH TANGGA	19	26,4	26,4	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS, Ver 24, Data primer diolah peneliti, 2021

Tabel 4.5 menunjukkan dari segi pekerjaan responden yang diambil adalah PNS sebanyak 21 orang dengan presentase 29,2% untuk pedagang sebanyak 20 orang dengan presentase 27,8% untuk petani sebanyak 12 orang dengan presentase 16,7, untuk ibu rumah tangga sebanyak 19 orang dengan presentase 26,4%.

c. Deskripsi Variabel Responden

Instrumen yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuesioner dan jumlah pernyataan sebanyak 8 butir untuk variabel kualitas produk (X1), 5 butir untuk variabel kualitas pelayanan (X2), Dan 5 butir untuk variabel keputusan anggota (Y)

Tabel 4.7
Daftar Pernyataan Kuesioner

Kualitas Produk		
No	Pernyataan	Keterangan
1	KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan memiliki sistem administrasi yang baik dalam transaksi tabungan wadiah.	X1.1
2	Produk tabungan wadiah banyak diminati oleh nasabah dan merupakan produk unggulan juga di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera pamekasan.	X1.2
3	Dalam pelaksanaan transaksi produk tabungan wadiah KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan tidak harus menunggu lama.	X1.3
4	Pencatatan nominal traksaksi tabungan wadiah sangat akurat.	X1.4
5	Produk tabungan wadiah di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan sesuai dengan kebutuhan saya.	X1.5
6	Spesifikasi produk tabungan wadiah yang ditawarkan sesuai dengan yang dilapangan.	X1.6
7	Kecepatan dan ketetapan pelayanan produk tabungan wadiah di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan sangat baik.	X1.7
8	Pelayanan karyawan di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan sangatlah ramah terhadap nasabah.	X1.8
Kualitas Layanan		
1	Memberikan pelayanan dengan ramah, senyum dan salam	X2.1
2	Pencatatan dilakukan dengan teliti dalam setiap transaksi	X2.1

3	Cepat dalam melayani kepentingan tabungan wadiah	X2.3
4	Staf di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah produk simpanan hari raya	X2.4
5	Menjamin keamanan dan kenyamanan nasabah pada saat bertransaksi	X2.5
Keputusan Anggota		
1	Tabungan wadiah merupakan produk yang banyak dibutuhkan masyarakat	Y1.1
2	Saya memutuskan memilih produk tabungan wadiah karena informasinya bisa dapat lebih membantu saya	Y1.2
3	Saya memutuskan memilih produk tabungan wadiah karena lebih baik dan membantu dari pada tabungan yang ada diluaran sana	Y1.3
4	Produk tabungan wadiah memang benar-benar sudah sesuai dengan yang saya butuhkan	Y1.4
5	Saya merasa puas terhadap produk tabungan wadiah	Y1.5

Berdasarkan tabel diatas, peneliti mendapatkan jawaban responden sebanyak 72 responden yang terdiri dari variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan keputusan anggota (Y), Hasil dari jawaban tersebut dikelompokkan dengan menghitung tabel frekuensi dan persentasenya. Penelitian setiap butir pertanyaan diberi skor 5,4,3,2,1. Adapun dari hasil pengelompokan sebagai berikut:

1) Distribusi jawaban responden pada variabel kualitas produk (X1)

Tabel 4.8

Kualitas Produk

No Item	SS		S		N		T		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	33	45,8	39	54,2	-	-	-	-	-	-	72
2	41	56,9	31	43,1	-	-	-	-	-	-	72
3	27	37,5	45	62,5	-	-	-	-	-	-	72
4	42	58,3	30	41,7	-	-	-	-	-	-	72
5	51	70,8	21	29,2	-	-	-	-	-	-	72
6	51	70,8	21	29,2	-	-	-	-	-	-	72
7	53	73,6	19	26,4	-	-	-	-	-	-	72
8	53	73,6	19	26,4	-	-	-	-	-	-	72
Jumlah	351	-	225	-	-	-	-	-	-	-	576

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Tanggapan responden sebagaimana tabel diatas memberikan tanggapan pada variabel kualitas produk (X1) tanggapan sangat setuju 351 orang, tanggapan setuju 225 orang.

$$\frac{((\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum N \times 3) + (\sum T \times 2) + (\sum STS \times 1))}{(n \times 5 \times 6)} \times 100\%$$

$$= \frac{((351 \times 5) + (225 \times 4) + (0 \times 3) + (0 \times 2) + (0 \times 1))}{(72 \times 5 \times 8)} \times 100$$

$$= \frac{1.755 + 900 + 0 + 0 + 0}{2.880} \times 100\%$$

$$= \frac{2.655}{2.880} \times 100\%$$

$$= 92,1\%$$

Dari nilai ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk termasuk kategori baik.

2) Distribusi jawaban responden pada variabel kualitas pelayanan (X2)

Tabel 4.9

Kualitas Pelayanan

No Item	SS		S		N		T		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	29	40,3	43	59,7	-	-	-	-	-	-	72
2	41	56,9	31	43,1	-	-	-	-	-	-	72
3	24	33,3	48	66,7	-	-	-	-	-	-	72
4	43	59,7	29	40,3	-	-	-	-	-	-	72
5	54	75,0	18	25,0	-	-	-	-	-	-	72
Jumlah	191	-	169	-	-	-	-	-	-	-	360

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Tanggapan responden sebagaimana tabel diatas memberikan tanggapan pada variabel kualitas pelayanan (X2) tanggapan sangat setuju 191 orang, tanggapan setuju 169 orang.

$$\frac{((\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum N \times 3) + (\sum T \times 2) + (\sum STS \times 1))}{(n \times 5 \times 5)} \times 100\%$$

$$= \frac{((191 \times 5) + (169 \times 4) + (0 \times 3) + (0 \times 2) + (0 \times 1))}{(72 \times 5 \times 5)} \times 100$$

$$= \frac{955 + 676 + 0 + 0 + 0}{1.800} \times 100\%$$

$$= \frac{1.631}{1.800} \times 100\%$$

$$= 90,7\%$$

Dari nilai ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan termasuk kategori baik.

3) Distribusi jawaban responden pada variabel keputusan anggota (Y)

Tabel 4.10

Keputusan Anggota

No	SS		S		N		T		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	10	13,9	56	77,8	6	8,3	-	-	-	-	72
2	3	4,2	59	81,9	9	12,5	1	1,4	-	-	72
3	8	11,1	50	69,4	14	19,4	-	-	-	-	72
4	7	9,7	59	81,9	5	6,9	1	1,4	-	-	72
5	7	9,7	53	73,6	11	15,3	1	1,4	-	-	72
Jumlah	35	-	277	-	45	-	3	-	-	-	360

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Tanggapan responden sebagaimana tabel diatas memberikan tanggapan pada variabel keputus anggota (Y) tanggapan sangat setuju 35 orang, tanggapan setuju 277 orang, netral 45 orang, dan tidak setuju 3 orang.

$$\begin{aligned} & \frac{((\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum N \times 3) + (\sum T \times 2) + (\sum STS \times 1))}{(n \times 5 \times 5)} \times 100\% \\ & = \frac{((35 \times 5) + (277 \times 4) + (45 \times 3) + (3 \times 2) + (0 \times 1))}{(72 \times 5 \times 5)} \times 100 \\ & = \frac{175 + 1.108 + 135 + 6 + 0}{1.800} \times 100\% \\ & = \frac{1.424}{1.800} \times 100\% \\ & = 79,1\% \end{aligned}$$

Dari nilai menunjukan bahwa tanggapan responden terhadap variabel minat anggota termasuk katagori baik.

d. Uji Kualitas Data

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan uji realibilitas, penelittian menggunakan SPSS (*Statistical Package For The Sosial Science*)versi 24. Berikut ini merupakan uji validitas dan realibitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas ini menggunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner tersebut mampu membuktikan suatu variabel yang seharusnya

diukur dan diuji *pearson correlation*. Untuk mengetahui tingkat validasi maka dilakukan uji signifikan yaitu dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom*(df) = n-2, n merupakan jumlah sampel dan alpa ($\alpha=5\%$). Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka setiap pernyataan dikatakan valid begitupun sebaliknya.

Penelitian ini besarnya df yakni 72-2 atau 70 dan alpa ($\alpha = 5\%$) hasil yang diperoleh r_{tabel} 0,2319. Selanjutnya hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS, diperoleh r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} yang hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.11

Hasil Uji Validasi X1

Item	Koefisien Korelasi	r table	Keterangan
Kualitas Produk			
X1.1	0,854	0,2319	Valid
X1.2	0,798	0,2319	Valid
X1.3	0,825	0,2319	Valid
X1.4	0,788	0,2319	Valid
X1.5	0,794	0,2319	Valid
X1.6	0,804	0,2319	Valid
X1.7	0,815	0,2319	Valid
X1.8	0,804	0,2319	Valid

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Tabel 4.12

Hasil Uji Validasi X2

Item	Koefisien Korelasi	r table	Keterangan
Kualitas Pelayanan			
X2.1	0,813	0,2319	Valid
X2.2	0,796	0,2319	Valid
X2.3	0,806	0,2319	Valid
X2.4	0,805	0,2319	Valid
X2.5	0,806	0,2319	Valid

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Tabel 4.13

Hasil Uji Validasi Y

Item	Koefisien Korelasi	r table	Keterangan
Kualitas Pelayanan			
Y1	0,800	0,2319	Valid
Y2	0,831	0,2319	Valid
Y3	0,790	0,2319	Valid
Y4	0,784	0,2319	Valid
Y5	0,780	0,2319	Valid

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Tabel di atas menunjukkan hasil nilai r_{tabel} pada kolom koefisien korelasi jika untuk setiap pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dan positif dari pada nilai r_{tabel} Yaitu 0,2319 dengan jumlah responden 72 responden ($n = 72$) dan α 0,05 Maka, indicator dari variabel x yaitu kualitas produk (X1) dan kualitas produk (X2) yaitu valid dan dapat di lakukan pengujian selanjutnya.

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas di gunakan untuk mengetahui konsentrasi jawaban respondrn atas kuesioner yang diberikan. Jika nilai *croncachs* alpa suatu variabel lebih besar dari 0,60 maka indicator yang di gunakan oleh variabel terikat (Y) tersebut reliabel, jika nilai cronbachs alpa suatu variabel suatu variabel kurang dari 0,06 maka indicator yang di gunakan oleh variabel tersebut tidak realibel.

Tabel 4.14

Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbachs Alpa</i>	Keterangan
X1	0,923	Reliabel
X2	0,864	Reliabel
Y	0,855	Reliabel

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa hasil perhitungan uji reabilitas dari semua variabel yaitu reliabel, karena nilai cronbachs alpa berada 0,06.

e. Uji asumsi klasik

Uji Asumsi klasik di lakukan untuk untuk menilai baik atau tidaknya nilai regresi yang digunakan dalam penelitian ini.Uji asumsi klasik yang digunakan sebagai berikut.

1) Uji normalitas

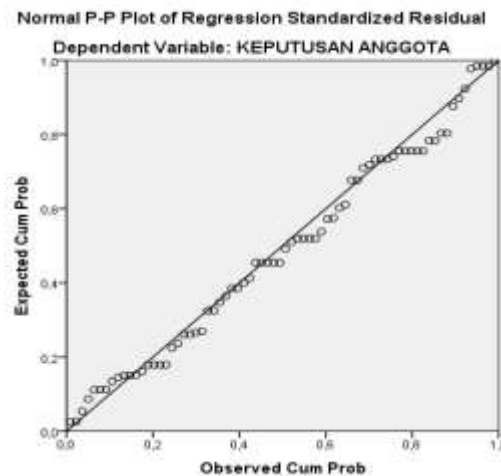
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam modal regresi variabel bebas dan terikat mempunyai distribusi normal atau tidak

.modal regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau tidak normal, pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan grafik normal probability plot dan on sampel kolomograf sminow

Hasil ini normalitas dengan menggunakan grafik normal probobality-sminov.

Gambar 4.15

Hasil Uji Normalitas



Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021.

Pada grafik normal probalityplot menunjukkan bahwa data (titik-titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat di simpulkan bahwa modal regresi ini memenuhi asumsi normalitas.Sedangkan normalitas menggunakan one – sample kolmograf-smirnov sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Kolmogorof Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		72
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,22458895
Most Extreme Differences	Absolute	,082
	Positive	,082
	Negative	-,052
Test Statistic		,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan one-sample Kolmogorov-smirnov di atas diperoleh nilai signifikan 0,200 lebih besar dari 0,005 ($\text{sig} > 0,05$) Menunjukkan bahwa data berdistribusikan normal.

2) Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas di gunakan untuk menguji apakah mode regresi terjadi kolerasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi auto korelasi. Ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dapat dideteksi dengan melihat nilai tolransi dan lawan serta VIF

(varian Inflation Factor), jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas sebagai berikut:

Tabel 4.17

Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-1,729	1,547		-1,118	,267		
	KUALITAS PRODUK	,202	,084	,297	2,400	,019	,216	4,622
	KUALITAS PELAYANAN	,712	,145	,605	4,898	,000	,216	4,622

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN ANGGOTA

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, diperoleh nilai toleransi dari variabel bebas yaitu kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) nilai toleransi yaitu 0,216 dan nilai VIF masing-masing yaitu 4,622 dan 4,622 hal ini menunjukkan nilai toleransi masing-masing variabel (X1) sebesar $0,216 > 0,10$ Dan nilai (X2) $0,216 > 0,10$, Sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

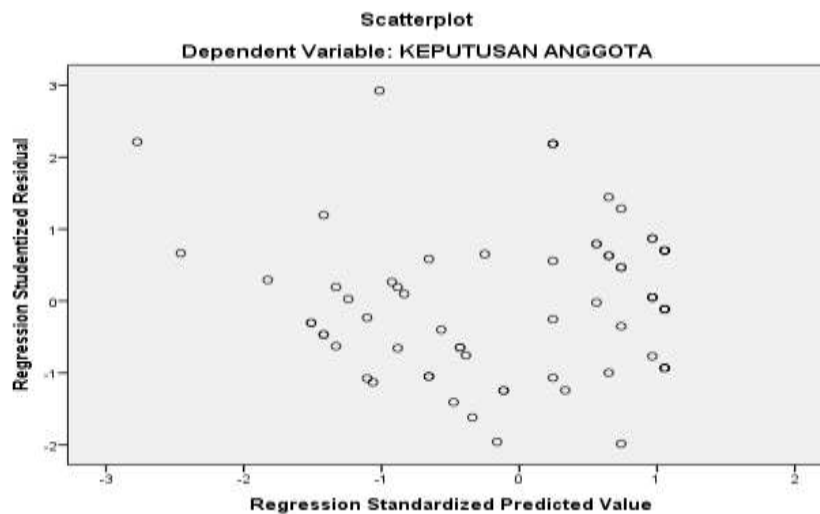
3) Uji heterokodastisitas

Uji heterokodastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam modal regresi terjadi ketidak samaan varian dari residual suatu pengamatan kepengamatan yang lain. Modal regresi yang baik adalah homokedastisitas

atau tidak heterokodastisitas. Deteksi ada atau tidaknya heterokodastisitas salah satunya dengan menggunakan uji grafik scatterplot antara SRESIT dan ZPRED sumbu Y yaitu Y yang telah diprediksi, dan sumbu X residual.

Gambar 4.18

Uji Heterokodastisitas



Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021.

Berdasarkan gambar di atas hasil dari output SPSS 24 , grafik scatterpot memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik tidak bias membentuk ppola tertentu yang jelas, dimana titik-titik menyebar di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga tersebut tidak bias di baca dengan jelas, hasil ini memperlihatkan bahwa terjadi heteroskesdastisitas .

4) Uji autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah modal regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada $t-1$ (sebelumnya). Uji

autokorelasi ini menggunakan uji Durbin Watson dengan taraf signifikansi 5%
ketentuan pengambilan keputusan sebagai berikut:

Tabel 4.19
Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_L$
Tidak ada autokorelasi positif	No decision	$d_L < d < d_u$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - d_L < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	No decision	$4 - d_u < d < 4 - d_L$
Tidak ada autokorelasi positif atau negative	Tidak ditolak	$D_u < d < 4 - d_u$

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Hasil uji autokorelasi berdasarkan program SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.20
Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,110 ^a	,012	-,017	1,087	,279

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN ANGGOTA

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Dari tabel tersebut DW sebesar 0,279 mengetahui ada tidaknya autokorelasi, nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan nilai dw tersebut akan dibandingkan dengan DW tabel sebagai berikut:

Tabel 4.21
Hasil Pengujian Autokorelasi

d_L	d_u	$4 - d_L$	$4 - d_u$	DW	Keputusan
1,5323	1,7054	2,4677	2,2946	0,279	Tidak ada autokorelasi

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Nilai DW 0,279 di peroleh dari tabel Dubin-Watson dengan ketentuan 5%, n (sampel) = 72 Serta k (jumlah variabel independen) = 2 tabel di atas menunjukkan nilai DW sebesar 0,279 Berada diantara $d_u = 1,7054$ dan nilai $4 - d_u = 2,2946$ ($d_u < d < 4 - d_u$), sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi atau tidak terdapat korelasi positif maupun negative pada data yang di uji.

B. PEMBUKTIAN HIPOTESIS

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji analisis regresi linear berganda di gunakan untuk mengetahui berapa besar pola hubungan atau pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.22
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-1,729	1,547		-1,118	,267
	X1	,202	,084	,297	2,400	,019
	X2	,712	,145	,605	4,898	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Berdasarkan hasil regresi linear berganda pada tabel di atas dapat diperoleh koefisien variabel independen kualitas produk (X_1) = 0,202 dan variabel kualitas pelayanan (X_2) = 0,712 Konstanta (a) yang di peroleh sebesar 1,729 sehingga modal persamaan regresi yang di peroleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 20,859 + 0,046 X_1 + 0,123 X_2 + e$$

Dari hasil persamaan di atas dapat di jabarkan

- a. $a = 1,729$ adalah nilai konstanta yang menunjukkan bahwa apabila variabel independen bernilai tetap maka nilai variabel minat anggota sebesar 1,729.
- b. $b_1 = 0,0202$ merupakan nilai koefisien variabel kualitas produk (x_1). maka positif menunjukkan bahwa jika kenaikan variabel minat anggota sebesar satu-satuan, maka nilai keputusan anggota (Y) akan naik sebesar 0,202 begitupun sebaliknya.
- c. $b_2 = 0,712$ merupakan nilai koefisien variabel kualitas layanan (x_2) nilai positif menunjukkan bahwa jika ada kenaikan variabel personal selling besar satu satunya, maka nilai keputusan anggota (Y) akan naik sebesar 0,712.
- d. Standart eror sebesar 1,547 Artinya seluruh variabel yang dihitung dalam SPSS memiliki tingkat variabel pengganggu sebesar 1,547.

2. Uji persial (uji-t)

Uji t merupakan pengujian apakah variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara sendiri – sendiri mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat keputusan anggota (Y), pengujian ini membandingkan antara t dengan t dan dengan probalitas 0,005 (alpa = 5%) yaitu membandingkan nilai a dengan nilai sig dan pengambilan keputusan .

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel bebas berpengaruh pada variabel terikat.

Tabel4.23

Uji t

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-1,729	1,547		-1,118	,267
	X1	,202	,084	,297	2,400	,019
	X2	,712	,145	,605	4,898	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Berdasarkan tabenalisi ujibt di atas, pengaruh masing-masing variabel diatas, pengaruh masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Variabel kualitas produk (X1) di peroleh t_{hitung} 2,400 nilai t_{tabel} untuk model regresinya yaitu 1,994 hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,019 < 0,05$ Dan nilai t_{hitung} $2,400 > t_{tabel}$ 1,994. Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa variabel kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat anggota di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.
- 2) Variabel kualitas pelayanan (X2) diperoleh t_{hitung} 4,898 nilai t_{tabel} untuk modal regeresinya yaitu 1,994 hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} $4,898 > t_{tabel}$ 1,994 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap nilai anggota di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan .

Model matematika: $X = -1,729 x ,202 x 712 x 2$

3. Uji simultan (uji F)

Uji F di lakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel independen terhadap variabel dependen, dengan $\alpha = 0,005$ dan pengambilan keputusan.

- a. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel bebas berpengaruh pada variabel terikat.

Berikut hasil uji signifikan secara simultan variabel dependen

Tabel 4.21

Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	360,513	2	180,257	116,816	,000 ^b
	Residual	106,473	69	1,543		
	Total	466,986	71			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Hasil uji F tersebut diperoleh F_{hitung} sebesar 116,816 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05) sedangkan nilai F_{tabel} 3,13. Berarti nilai F_{hitung} $116,816 > 3,13$ Dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ Sehingga keputusannya adalah variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y keputusan anggota.

4. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan modal dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan melihat R Square,

Berikut hasil koefisien determinasi dari penelitian ini:

Tabel 4.22
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,879 ^a	,772	,765	1,242

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Berdasarkan tabel diatas, hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa R square adalah 0,772 atau 77,2%. Hal ini berarti bahwa variabel independen kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) mampu mempengaruhi minat anggota Y sebesar 77,2%. Sedangkan sisanya (100% - 77,2% = 22,8%) di pengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini.

C. Pembahasan

1. H1: Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan anggota memilih produk tabungan wadiah di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.

Kualitas Produk adalah satu dari salah satu alat yang paling sering digunakan oleh pemasar untuk melakukan *positioning*. Kualitas mempunyai imbas yang langsung terasa pada produk.

Dari hasil uji regresi linier persial menunjukkan bahwa besaran regresi variabel kualitas produk bernilai positif yang berarti kualitas produk berbanding lurus dengan keputusan anggota. Berdasarkan uji t (uji parsial)

nilai t_{hitung} variabel kualitas produk (X1) sebesar 2,400 dengan nilai signifikan $0,019 > 0,05$ dan nilai t_{hitung} $2,400 > t_{tabel}$ 1,994. Maka dapat disimpulkan hipotesis pertama diterima. Artinya variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota produk tabungan wadiah di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.

Indikator pertama dari kualitas produk yaitu kinerja yaitu berkaitan dengan aspek fungsional dari produk itu dan merupakan karakteristik utama yang di pertimbangkan konsumen ketika ingin membeli suatu produk. Indikator kedua keistimewaan tambahan yaitu aspek kedua dan performance yang menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan dan perkembangannya. Indikator ketiga keandalan yaitu berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu produk melaksanakan fungsinya secara berhasil dalam periode waktu tertentu di bawah kondisi tertentu. Indikator keempat kesesuaian dengan spesifikasi yaitu berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan konsumen. Indikator kelima daya tahan yaitu ukuran pasar suatu produk. Indikator keenam kemampuan pelayanan yaitu karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, kesopanan, kompetensi dan kemudahan serta akurasi dan perbaikan. Indikator ketujuh estetika yaitu karakteristik yang bersifat subjektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual. Indikator kedelapan kualitas yang dirasakan yaitu bersifat subjektif, berkaitan dengan perasaan konsumen dalam mengkonsumsi produk.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Ekky Suti Wibisono dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD.Rizky Barokah Di Balongbendo. Yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh dengan keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} 5,622 > t_{tabel} 1,67866$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.⁸⁹

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pihak pemasaran harus bisa mempertahankan kualitas produk terhadap nasabah maupun calon nasabah. Adapun bentuk kualitas produk yang diberikan agar bisa mempertahankan konsumen didalam buku Anang Firmansyah, yaitu *field selling*, yakni tenaga penjual yang melakukan penjualan di luar perusahaan dengan mendatangi darisatu rumah ke satu rumah atau bisa juga dari perusahaan lainnya, *realital selling*, yakni tenaga penjualan yang melakukan penjualan di luar perusahaan ke perusahaan, dalam hal ini pemimpin perusahaan juga bertindak sebagai selemen. *executive selling*, yakni kegiatan penjualan yang dilakukan oleh pemimpin perusahaan, dalam hal ini pemimpin perusahaan juga bertindak sebagai elemen. metode ini bisa dilakukan dalam mempertahankan kuliatas produk karena jika pemberian kualitas produk dilakukan secara baik maka nasabah maupun calon nasabah bisa tertarik dan memutuskan untuk memilih produk multi barang (murabahah) di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.

⁸⁹ Ekky Suti Wibisono “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD.Rizky Barokah Di Balongbendo”, Skripsi Universitas Bhayangkara Surabaya,2019, 92-93

2. H2: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Tabungan Wadiah Di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan

Setiap lembaga keuangan memerlukan kualitas pelayanan yang unggul, yaitu suatu sikap/cara karyawan dalam melayani konsumen secara memuaskan, hal ini secara tidak langsung mempengaruhi keputusan anggota karena jika kualitas pelayanan baik maka nasabah akan tertarik untuk memutuskan menabung pada suatu lembaga keuangan, maupun sebaliknya jika kualitas pelayanan kurang sesuai dengan apa yang diharapkan maka nasabah maupun calon nasabah tidak akan memiliki ketertarikan untuk memilih produk tersebut.

Dari hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa besaran regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif yang berbanding lurus dengan keputusan anggota. Berdasarkan uji t (uji parsial) nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 4,898 dengan nilai signifikan 0,000 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,994. Hal ini menunjukkan bahwa nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} $4,898 > t_{tabel}$ 1,994. Maka dapat disimpulkan hipotesis kedua diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan anggota produk tabungan wadiah di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan. Hasil uji di atas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari indikator bukti fisik, reabilitas, responsivitas, jaminan, empati berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota.

Pelayanan yang diberikan oleh KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan sudah jelas sejalan dengan teori didalam buku costumer service excellent teori dan praktik oleh kasmir yaitu pelayanan yang baik mempunyai ciri-ciri tersedianya karyawan yang baik, tersedianya sarana dan prasarana yang baik, bertanggung jawab kepada setiap nasabah, mampu melayani secara tepat dan mampu berkomunikasi dengan baik, hal ini bisa mempengaruhi keputusan anggota karena jika sudah memiliki pelayanan yang baik maka nasabah akan tertarik.⁹⁰

Hasil pembicaraan dengan informan produk wadiah menyatakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera sesuai dengan apa yang sudah diharapkan sehingga memberikan keamanan sesuai dengan apa yang sudah diharapkan sehingga memberikan keamanan dan kenyamanan terhadap anggota, serta respon dari karyawan cepat dalam memenuhi keperluan anggota. Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan bisa mempengaruhi suatu keputusan anggota.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Ach Sholihul Azis Amin di Asuransi Bumi Putera Syariah Cabang Semarang yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian premi dengan sig $0,016 > 0,05$.⁹¹

⁹⁰ Kasmir, Costumer Service Excellent Teori Dan Praktik, (Jakarta:Rajawali Pres,2017),67

⁹¹Achmad Sholihu Aziz Amin "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Pembelian Premi Di Asuransi Bumi Putera Syariah Cabang Semarang"Skripsi, UIN Wali Songo, Semarang, 2018,62

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pihak KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan harus mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah maka akan mempengaruhi keputusan anggota .Adapun artikel info infozone yang menjelaskan tentang cara mempertahankan keputusan anggota agar tidak berpaling terhadap lembaga keuangan yang lain yaitu dengan cara yang pertama, menyambut nasabah dengan ikhlas dan tanpa paksaan dengan prinsip 5 S (senyum, salam, sapa, sopan dan santun). kedua memberikan pelayanan prima atau yang terbaik kepada nasabah, baik saat meminta informasi sebelum menjadi nasabah maupun pada saat nasabah merasa kurang puas, serta menjadi pendengar yang baik saat ada keluhan dari nasabah. keempat bersikap empati, peduli dengan apa yang terjadi dengan nasabah dan yang terakhir minta masukan, ide atau pendapat dari nasabah mengenai perbaikan layanan yang telah diberikan.

3. H3: Pengaruh kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Tabungan (Wadiah) Di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan

keputusan anggota suatu produk yang ditawarkan oleh KSPPS kepada nasabah maupun calon nasabah memiliki penilaian terhadap beberapa produk yang ditawarkan , dan setelah menyesuaikan dengan kebutuhannya, calon nasabah akan membentuk pilihannya. pegharapan calon nasabah sendiri dibentuk oleh pengalaman calon nasabah itu sendiri, baik dari kualitas produk

maupun kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.

Dari hasil uji F (Simultan) diperoleh nilai F_{hitung} 116,816 dengan taraf signifikan 0.000 dan F_{tabel} 3.13. Hal ini menunjukkan bahwa nilai sig $0.000 < 0.05$ dan nilai F_{hitung} $116,816 > F_{tabel}$ 3.13. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan anggota memilih produk wadiah di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.

Sedangkan koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya R square adalah 0.772 atau 77,2%. Hal ini membuktikan bahwa kemampuan modal regresi pada penelitian ini 77.2% variabel keputusan anggota dijelaskan oleh variabel independen keputusan anggota dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya 22,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Dalam hal ini menunjukkan kualitas produk dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 77,2% dalam mempengaruhi keputusan anggota produk wadiah di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan dan 22,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota memilih produk wadiah di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.

1. Variabel kualitas produk (X1) berpengaruh terhadap keputusan anggota dengan $t_{hitung} 2,400 > t_{tabel} 1.994$ dan nilai signifikan $0.019 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima yang artinya bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota memilih produk tabungan wadiah di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.
2. Variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap keputusan anggota dengan nilai $t_{hitung} 4,898 > t_{tabel} 1.994$ dan nilai signifikan $0.000 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima yang artinya bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota memilih produk tabungan wadiah di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera.

3. Variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berdasarkan hasil uji F berpengaruh secara simultan dengan nilai $F_{hitung} 116,816 > F_{tabel} 3.13$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan anggota memilih produk tabungan wadiah di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan uji koefisien determinasi diperoleh nilai *R square* sebesar 77.2 % artinya nilai sebesar 77.2 % menunjukkan bahwa kemampuan model regresi pada penelitian ini adalah variabel keputusan anggota dijelaskan oleh variasi variabel independen kualitas produk dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya 22.8 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan diatas maka, peneliti selanjutnya menyampaikan saran-saran yang terkait dan sekiranya bermanfaat pada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian. Adapun saran yang akan dipaparkan penelitian sebagai berikut:

1. Bagi IAIN Madura untuk melengkapibahan penelitian selanjutnya dalam rangka menambah khasanah akademik sehingga berguna untuk pengembangan ilmu, juga diharapkan dapat dijadikan sumber referensi dalam penelitian selanjutnya serta untuk menambah bahan bacaan pada

perpustakaan fakultas ekonomi dan bisnis islam khususnya prodi perbankan syariah.

2. Bagi KSPPS Darul Hikmah Mitra SejahteraPamekasan sebagai bahan evaluasi bahwa dalam penelitian ini variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan harus diperhatikan dalam memengaruhi calon nasabah serta mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah baik sehingga bisa mempertahankan anggotanya khususnya anggota produk tabungan wadiah.

Daftar Pustaka

1. Buku

- Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merk (Planning & Strategy)*, Opcit,
- Astuti Miguna & Rizkita Agni, *Pengantar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Armanu Solimun, Rinaldo F Adji Achmad, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Perspektif Sistem Mengungkap Novel, ty dan Memenuhi Validitas Penelitian* , Malang: UB Press, 2018.
- Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi V*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002).
- Burtabutra dkk Marisi, *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Pengembangan*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Damardi Durianto, *Brand Equity Ten Strategi MemimpinPasar* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004), 38.
- Empat Salemba, *Pemasaran dasar Pendekatan Manajerial Global* Jakarta:Salemba Empat, 2008.
- Firmansyah Anang, *Prilaku Konsumen Sikap Dan Pemasaran*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Fauzia Ika Yunia, *Etika Bisnis Dalam I Ika Yunia Fauzia, Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2018.
- Firmansyah Anang, *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Gaspersz Vincent, *Ekonomi Manajerial Pkeputusan Bisnis* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1996.
- Ghozal Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 21*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Ghozali, Imam *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program spss*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011, hlm weni dan Poli, *Statistika untuk Penelitian*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Gasperz Vincent, *Ekonomi Manajemen Pembuatan Keputusan Bisnis*, Edisi Revisi dan Peluasan, (Jakarta: Gramedia Pustaka utama, 2000).
- Ghozali Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 21*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.

- Haris Hamid. ABD, *Hukum perlindungan konsumen indonesia* Makasar: Sah media, 2017.
- Hipotesis, Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2020.
- Indri, *Hadis Ekonomi* Jakarta: Prenada Media Group, 2017.
- Ismail, *perbankan syariah*, Jakarta: prenadamedia group, 2011.
- Indri, *Hadis Ekonomi* (Jakarta : Perdana Media Group 2017), 68.
- Ibrahim Malik, Thawil Marijam Siti, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pelanggan Jurnal Riset Manajemendan Bisnis JRMB Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1 Februari, 2019.
- Joyosumart Subarjo, *B.A,N.K.I.R.*, Jakarta: PT Elex Media Koputindo, 2018. Kasmir, *Customer Servic Excelent Teori dan Praktik*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- Kuncoro Muddrajad, *Metode Kuantitaif*, Edisi IV, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2011.
- Kuncoro Muddrajad, *Metode Kuantitaif*, Edisi IV, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2011.
- Laksana Fajar, *Manajemen Pemasaran; Praktis*, Edisi Pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Misbahuddin, *Penelitian Kuantitatif dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013
- Mursidi dkk Andi, *Buku Ajar Pengantar Kewirausahaan*, Jateng: Lakeisha, 2020.
- Masram Mu'ah, *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan Dan Biaya Peralihan*, Sidoarjo: Zifatama publisher, 2014.
- Nachrowi Djalal & Usman Hardius, *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*, Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2006.
- Noor Juliansyah, *Metode Penelitian*, Jakarta: Premedia Setiad Nugroho J, *Perilaku Konsumen*, Edisi revisi, Jakarta: Prenamedia Group, 2003.
- Narbuko Cholid dan Achmadi Abu, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013. Nuryana Fatati, *Statistika Bisnis*, Jilid I, Surabaya: Pena Salsabila, 2013.
- Nuryana Fatati, *Statistika Bisnis*, Jilid I, Surabaya: Pena Salsabila, 2013. Prasetyo Aji, *Akuntansi Keuangan Syariah. Teori, kasus dan Pengantar Menuju Praktik*, Yogyakarta: Andi offset, 2019.
- Prajitno, *Metodologi* Tukiran Taniredja dan Hidayati Muatafida, *Penelitian kuantitatif: Sebuah Pengantar*, Bandung Alfabeta, 2012.
- Patningsih Novi, *Pengaruh pengetahuan nasabah dan kualitas produk terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di BMT Surya Abadi Ponorogo*, Skripsi: IAIN Ponorogo, 2018.

- Prajitno, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung: UIN SGD, 2008), hlm 122.
- Kuncoro Muddrajad, *Metode Kuantitatif*, Edisi IV, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2011.
- Rangkuti Freddy, *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Msarketing Communication*, Jakarta: Gramedia, 2009.
- Sujarweni, V. Wiratna *Spss untuk Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014.
- Sunyoto Danang, *Prosedur Uji Hipotesis Untuk Riset Ekonomi*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sujarweni V. Wiratna, *Spss untuk Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014.
- Soemitra Andri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: renadamedia Group. 2009.
- Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*.
- Suryani Tatik, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global*, Jakarta: Prenamedia Group, 2017. Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi Mixed Methode*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono, *Metode Penelitian K yono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Siregar Syofian, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2013), hlm 30.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi Mixed methode*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Siregar Syofian, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, jakarta: Kencana.
- Sujarweni Wiratna & Endriyanto Poly, *Statistika Untuk Penelitian*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Setiawan dan Indah Kusri Dwi, *Ekonometrika*, Yogyakarta: Andi, 2010.
- Subanti dan Hakim Arif Rohman, *Ekonometri*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Saluddin Muis Moh. Sidik Priadana, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.

Sunyoto Danang, *Prosedur Uji Hipotesis Untuk Riset Ekonomi*, Bandung: Alfabeta, 2012. Siyoto Sandu & Sodik Ali, *Dasar Metodologi penelitian, Cetakan 1*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).

Salemba Empat, *Pemasaran dasar Pendekatan Manajerial Global* (Jakarta: Salemba Empat 2008), 286.

Siyoto Sandu & Sodik Ali, *Dasar Metodologi penelitian, Cetakan 1*, (Yogyakarta: Literasi).

Tiim Penyusun Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Pamekasan: STAIN Press, 2012.

Tukiran Taniredja dan Hidayati Muatafida, *Penelitian kuantitatif: Sebuah Pengantar, Bndung Alfabeta,2012.*

Taniredja Tukiran dan Mustafidah Hidayati, *Penelitian Kuantitatif: Sebuah Pengantar*, Bandung: Alfabeta, 2014.

Tukiran Taniredja dan Hidayati Muatafida, *Penelitian kuantitatif: Sebuah Pengantar, Bndung Alfabeta,2012.*

Umar Husen, *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.

Wahjono Sentot Imam, *Majanemen Pemasaran Bank Surabaya:Graha Ilmu*, 2009.

2. **Jurnal.**

Agni Ligia PWAgnes, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bentenan Center Sonder minahasa*, Jurnal EMBA, Vol. 2 No. 3 September 2014.

Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo” *Jurnal of Economics*, 1 desember,2017. Duriant Damardi, *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar* (Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama, 2004.

Harapan Zakaria, Anggraini Juwita “*Pengaruh Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih Unit Layanan Syariah*” I-Finance, 1 Juni, 2018.

Ismu Adam, *Pengaruh Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Nasabah Mengajukan akad Pembiayaan Murabahah (Studi kasus Pada Nasabah Bank Muamalat KCP Pamulang*, Skripsi: UN Syarif Hidayatullah, 2017.

Maski Ghozali, *Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi padaBank Syariah di Malang*, Jurnal of Indonesia Applied Economics, Vol. 4 No. 1 Mei 2010.

Prajitno, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung: UIN SGD, 2008. Keputusan Nasabah Untuk Menabung” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, 1 Januari-Juni, 2017. Kuncoro Muddrajad, *Metode Kuantitaif*, Edisi IV, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2011.

- Sari wildan Alisan, “*Pengaruh Personal Selling dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Fittinssg Pipa (Elbow) pada PT. Sekawan Abadi Teknik Medan*”, *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol.7, No.2, November 2018.
- Sumatri, Bagja”*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah*” *Jurnal Economia*, 2014.
- Sarwita H. Ade,”*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung*” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, 1 Januari-Juni, 2017.
- Shofwa Yoiz, “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto*”, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol.4, No.1, Januari-Juni 2016.
- Wasiah Siti, Asfaran Febi, “*Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan IB Siaga Pada Bank Syariah*.”
- Yamit Zulian, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Yogyakarta: Ekonista, 2005.
Yasid, *Prilaku Konsumen: Perspektif Konvensional dan Perspektif Islam*, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol VII, No. 2, Juni 2013. Yamit Zulian, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Yogyakarta: Ekonista, 2005.
- Zainal Veitzhal Rizal *Islamic Marketing Manajemen*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017.
Adam Ismu, “*pengaruh kualitas produk, dan lokasi terhadap proses keputusan nasabah mengajukan akad pembiayaan murabahah studi kasus pada nasabah Bank Muamalat KCP Pamulang*”, Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Imroatus Sholihah

NIM : 20170703022085

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini merupakan hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi atau perbuatan yang dituduhkan kepada saya..

Pamekasan, 02 Desember 2021

Yang membuat pernyataan

Imroatus Sholihah
NIM.20170703022085

Kuesioner

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Anggota Dalam Memilih Produk Tabungan Wadiah Di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan

A. Identitas Pribadi Responden

No. Responden :
Jenis Kelamin :Pria/Wanita
Umur :
Pendidikan Terakhir:
Pekerjaan :

B. Petunjuk pengisian

1. Jawaban pertanyaan ini dengan jujur dan sebenar-benarnya.
2. Bacalah pertanyaan terlebih dahulu dengan cermat dan seksama sebelum anda menjawab.
3. Pilihlah salah satu jawaban yang anda anggap paling sesuai dengan memberi tanda *Checklist* (✓) pada salah satu jawaban.
4. Berilah tanda *Checklist* (✓) pada kolom yang paling sesuai dengan pilihan anda, setiap responden diharapkan memilih hanya satu jawaban dari lima alternative jawaban, yaitu:

Sangat Setuju (SS)	: 5 Skor
Setuju (S)	: 4 Skor
Kurang Setuju (KS)	: 3 Skor
Tidak Setuju (TS)	: 2 Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	: 1 Skor

Kualitas produk						
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan memiliki sistem adminitrasi yang baik dalam transaksi tabungan wadiah.					
2	Produk tabungan wadiah banyak diminati oleh nasabah dan merupakan produk unggulan juga di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.					
3	Dalam pelaksanaan transaksi produk tabungan wadiah di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan tidak harus menunggu lama.					
4	Pencatatan nominal transaksi tabungan wadiah sangat akurat.					
5	Produk tabungan wadiah di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan sesuai dengan kebutuhan saya.					
6	Spesifikasi produk tabungan wadiah yang ditawarkan sesuai dengan yang dilapangan.					
7	Kecepatan dan ketetapan pelayanan produk tabungan wadiah di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan sangat baik.					
8	Pelayanan karyawan di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan sangatlah ramah terhadap nasabah.					
Kualitas layanan						
1	Memberikan pelayanan dengan ramah, senyum dan salam.					
2	Pencatatan dilakukan dengan teliti dalam setiap transaksi.					
3	Cepat dalam melayani kepentingan tabungan wadiah.					
4	Staf di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah produk simpanan hari raya.					
5	Menjamin keamanan dan kenyamanan nasabah pada saat bertransaksi.					
Keputusan Anggota						
1	Tabungan wadiah merupakan produk yang banyak dibutuhkan masyarakat.					
2	Saya memutuskan memilih produk tabungan wadiah karena informasinya bisa dapat lebih membantu saya.					
3	Saya memutuskan memilih produk tabungan wadiah karena lebih baik dan membantu dari pada tabungan yang ada diluaran sana.					
4	Produk tabungan wadiah memang benar-benar sudah sesuai dengan yang saya butuhkan					
5	Saya merasa puas terhadap produk tabungan					

wadiah.					
---------	--	--	--	--	--

KARAKTERISTIK RESPONDEN

jenis_kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	32	44,4	44,4	44,4
	Wanita	40	55,6	55,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

UMUR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-30	27	37,5	37,5	37,5
	31-40	27	37,5	37,5	75,0
	41-50	18	25,0	25,0	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

PENDIDIKAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	2	2,8	2,8	2,8
	SMP	3	4,2	4,2	6,9
	SMA	48	66,7	66,7	73,6
	S1	19	26,4	26,4	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

X1.6	Pearson Correlation	.617**	.575**	.596**	.604**	.541**	1	.598**	.776**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X1.7	Pearson Correlation	.641**	.577**	.621**	.607**	.651**	.598**	1	.621**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X1.8	Pearson Correlation	.606**	.581**	.542**	.566**	.615**	.776**	.621**	1	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.854**	.798**	.825**	.788**	.794**	.804**	.815**	.804**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel Kualitas Layanan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL_X 2
X2.1	Pearson Correlation	1	.670**	.532**	.525**	.554**	.813**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	72	72	72	72	72	72
X2.2	Pearson Correlation	.670**	1	.478**	.494**	.559**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	72	72	72	72	72	72
X2.3	Pearson Correlation	.532**	.478**	1	.666**	.564**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	72	72	72	72	72	72
X2.4	Pearson Correlation	.525**	.494**	.666**	1	.566**	.805**
	Sig. (2-tailed)						
	N	72	72	72	72	72	72

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	72	72	72	72	72	72
X2.5	Pearson Correlation	.554**	.559**	.564**	.566**	1	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	72	72	72	72	72	72
TOTAL_X 2	Pearson Correlation	.813**	.796**	.806**	.805**	.806**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	72	72	72	72	72	72

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel Keputusan Anggota (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL_ Y
Y1	Pearson Correlation	1	.610**	.574**	.564**	.498**	.800**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	72	72	72	72	72	72
Y2	Pearson Correlation	.610**	1	.596**	.550**	.528**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	72	72	72	72	72	72
Y3	Pearson Correlation	.574**	.596**	1	.445**	.525**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	72	72	72	72	72	72
Y4	Pearson Correlation	.564**	.550**	.445**	1	.554**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	72	72	72	72	72	72
Y5	Pearson Correlation	.498**	.528**	.525**	.554**	1	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	72	72	72	72	72	72

TOTAL_ Y	Pearson	.800**	.831**	.790**	.784**	.780**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	72	72	72	72	72	72

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI RELIABILITAS

Variabel Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items

Variabel Kualitas Layanan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items

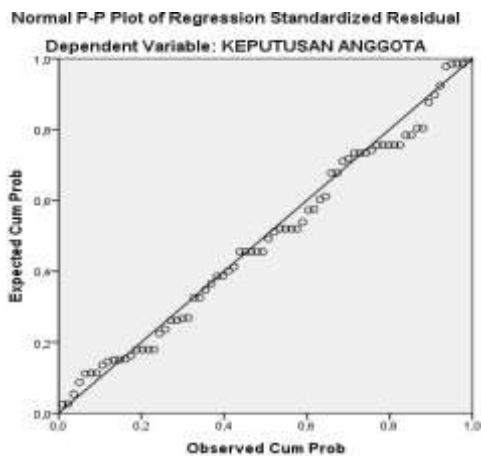
Variabel Keputusan Anggota (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items

HASIL UJI ASUMSI KLASIK

Hasil Uji Normalitas



Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		72
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,22458895
Most Extreme Differences	Absolute	,082
	Positive	,082
	Negative	-,052
Test Statistic		,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardize d Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
-------	--------------------------------	----------------------------------	---	------	----------------------------

		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1,729	1,547		-1,118	,267		
	KUALITAS PRODUK	,202	,084	,297	2,400	,019	,216	4,622
	KUALITAS PELAYANAN	,712	,145	,605	4,898	,000	,216	4,622

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN ANGGOTA

Hasil Uji Autokorelasi

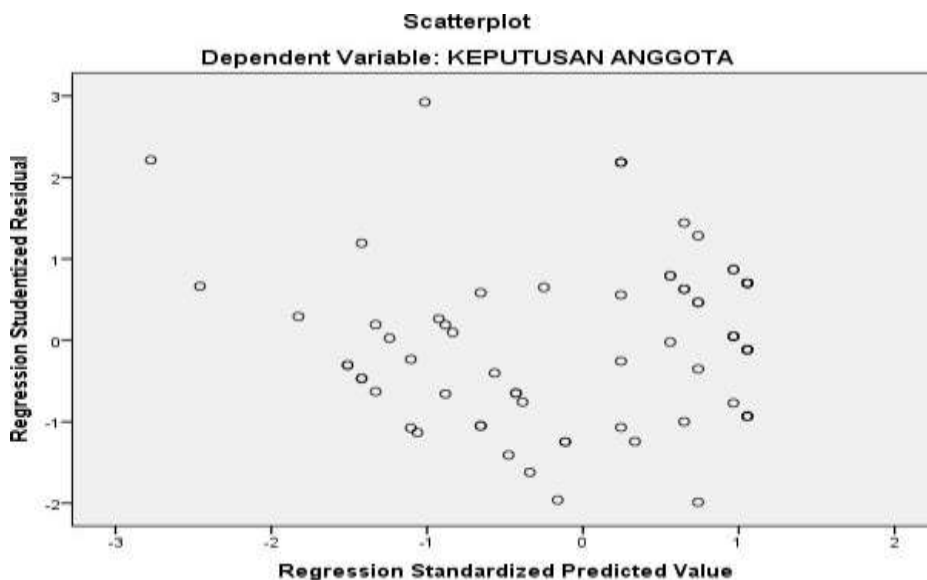
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,110 ^a	,012	-,017	1,087	,279

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN ANGGOTA

Hasil Uji Heteroskedastisitas



**HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR
BERGANDA**

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-1,729	1,547		-1,118	,267
	X1	,202	,084	,297	2,400	,019
	X2	,712	,145	,605	4,898	,000

a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-1,729	1,547		-1,118	,267
	X1	,202	,084	,297	2,400	,019
	X2	,712	,145	,605	4,898	,000

a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	360,513	2	180,257	116,816	,000 ^b
	Residual	106,473	69	1,543		
	Total	466,986	71			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Hasil Uji Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1				

1	,879 ^a	,772	,765	1,242
---	-------------------	------	------	-------

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Dokumentasi





Riwayat Hidup



Imroatus Sholihah dilahirkan di Pamekasan, Jawa Timur pada tanggal 24 April 1999, anak pertama dari pasangan Bapak Khozairi dengan Ibu Rohemah. Menempuh jenjang pendidikan tingkat Sekolah Dasar di SDN Palengaan 2 lulus pada tahun 2011, tingkat Sekolah Menengah Pertama di MTS Miftahul Ulum Kebun Baru Kcok Palengaan Pamekasan pada tahun 2014, tingkat Sekolah Menengah Atas di MA Miftahul Ulum Kebun Baru Kacok Palengaan Pamekasan lulus pada tahun 2017. Serta menempuh jenjang pendidikan tinggi di IAIN Madura sejak tahun 2017, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah.

