

## BAB IV

### DESKRIPSI, HASIL, DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Data

##### 1. Gambaran Umum

###### a. Profil BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan

- 1) Nama Lembaga : BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan
- 2) Nama Kepala Cabang : Salym Faisal
- 3) Alamat BMT : Jl. Dirgahayu, No. 02, Bugih
- 4) Kabupaten : Pamekasan

###### b. Sejarah BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan

BMT UGT Sidogiri merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang berkomitmen untuk menjaga kepercayaan nasabah/anggotanya. BMT UGT Sidogiri didirikan individu yang menuntut ilmu di Pesantren Sidogiri yang ada di Kota Pasuruan, Jawa Timur. Diantara yang banyak terlibat adalah beberapa guru dan pimpinan madrasah, alumni Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan, serta para simpatisan yang tersebar diseluruh Jawa Timur. BMT UGT Sidogiri yang terletak di Kecamatan Wonorejo Pasuruan berdiri tepat pada tanggal 12 Rabi'ul Awal 1418 H atau tanggal 17 Juli 1997, dalam hasil diskusi dan musyawarah beberapa pengurus Pesantren Sidogiri yang terlibat sepakat untuk memberikan nama *Baitul Maal wat Tamwil Maslahah Mursalah Lil Ummah* atau bisa disingkat dengan BMT MMU.

Saat itu, kantor pelayanan pertama BMT MMU masih disewakan dengan modal awal sebesar Rp. 13.500.000 yang terkumpul dari 148 anggota

BMT MMU. Saat itu anggota BMT MMU terdiri dari para *asatidz* yaitu pengurus dan pengelola pondok pesantren Sidogiri. Berdasarkan informasi yang diberikan oleh narasumber dan operator langsung diketahui bahwa modal awala yang digunakan untuk operasional dan produksi BMT MMU memiliki banyak kendala dan hambatan yang sering ditemui. Pada bulan September 1997, secara resmi berdirinya BMT MMU sebagai Koperasi Serba Usaha dengan Badan Hukum Koperasi Nomor 608/BH/KWK13/IX/97. Dalam kurun waktu dua tahun, BMT MMU mengalami kemajuan pesat, terbukti dengan banyaknya bantuan yang diberikan oleh para guru Pondok Pesantren Sidogiri kepadamasyarakat Madrasah Diniyah melalui tugas-tugas mengajaryang kemudian menjadi faktor pendorong berdirinyaatau terbentuknya koperasi dengan ruang lingkup yang lebih luas.

Tanggal 5 Rabi'ul Awal 1421 Hijriyah atau Juni 2000 Masehi, Koperasi BMT UGT Sidogiri mulai beroperasi di Surabaya. Kemudian memperoleh Badan Hukum Koperasi dari Kamwil Dinas Koperasi PK dan M Provinsi Jawa Timur dengan SK Nomor: 09/BH/KWK.13/VII/2000 pada tanggal 22 Juli 2000. Koperasi BMT MMU dan Koperasi BMT UGT Sidogiri merupakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS), yang keduanya berlatar belakang pesantren Sidogiri. BMT UGT Sidogiri memiliki beberapa produk pembiayaan simpan pinjam berbasis syariah yang menerapkan lima akad seperti akad *mudharabah*, *murabahah*, *musyarakah*, *ba'i bitsaman 'ajil* dan *qord*. Produk lainnya seperti tabungan haji, tabungan umrah, tabungan idul fitri, tabungan qurban, tabungan *mudharabah* berjangkaatau yang dikenal dengan istilah deposito serta asuransi jiwa syariah. Hingga saat ini BMT UGT Sidogiri telah mengalami banyak perkembangan, salah

satunya adalah bukti keberhasilan BMT UGT Sidogiri membuka seluruh *oulet* di seluruh Indonesia. Hal tersebut menjadikan BMT UGT Sidogiri sebagai salah satu koperasi syariah yang cukup berpengaruh dalam memajukan sistem perekonomian di Indonesia. BMT UGT Sidogiri menerapkan prinsip syariah dalam segala aktivitasnya, yaitu yang berkaitan dengan al-Qir'an dan hadist.

BMT UGT Sidogiri yang telah banyak berkembang dengan membentuk beberapa unit pelayanan di daerah atau kota yang dinilai potensial, salah satunya beroperasi berdasarkan izin yang diperoleh di wilayah Jawa Timur, memiliki unit pelayanan pertama koperasi UGT yang beroperasi di Surabaya. Kemudian, salah satu cabangnya berada di daerah Pamekasan yang dikenal dengan nama BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan. BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan kemudian diresmikan sesuai dengan instruksi dari pusat sejak tahun 2006. Saat itu, Salim Faisal diangkat sebagai Kepala Cabang di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan yang modal awalnya didapat dari pusat.

### **c. Tujuan, Visi dan Misi BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan**

#### **1) Tujuan**

BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan memiliki maksud dan tujuan untuk bekerja sama dalam membantu dan meringankan kepentingan ekonomi anggota dan masyarakat pada umumnya. Selain itu, tujuan pendirian lembaga tersebut adalah untuk memajukan kesejahteraan dan ikut serta dalam pembangunan ekonomi nasional untuk mewujudkan masyarakat madani berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.

## 2) Visi BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan

- a) Membangun dan mengembangkan ekonomi umat dengan berlandaskan syariat Islam.
- b) Terwujudnya budayata'awun dalam kebaikan dan ketakwaan dalam bidang sosial dan ekonomi.

## 3) Misi BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan

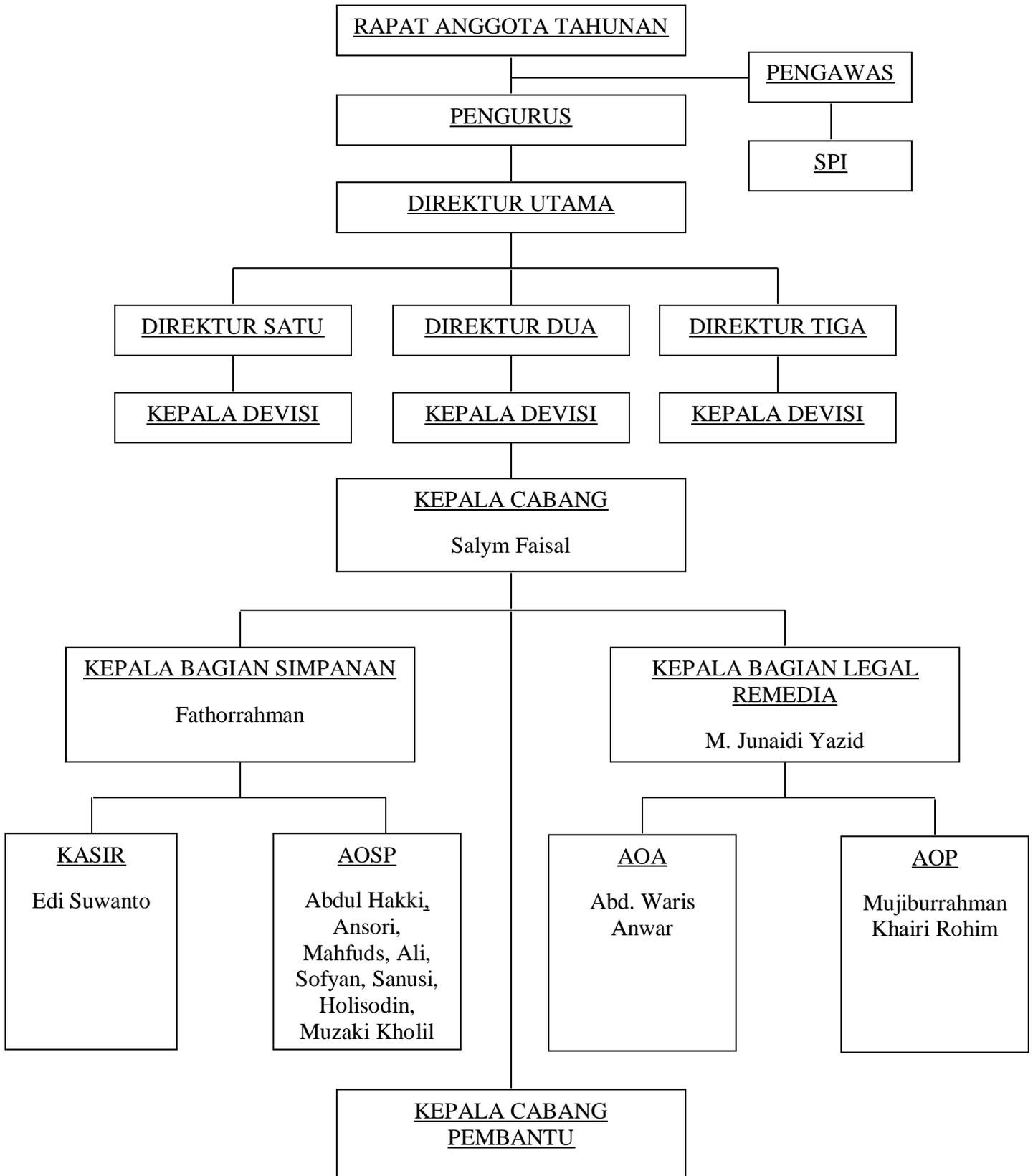
- a) Menerapkan serta memasyarakatkan syariat Islam dalam aktifitas perekonomian.
- b) Menanamkan bahwa sistem syariah di lingkup ekonomi adalah adil, mudah dan *maslahah* (membawa kebaikan).
- c) Meningkatkan kesejahteraan umat dan paraanggota.
- d) Melakukan aktifitas perekonomian dengan budaya STAF (*shiddiq*, jujur, *tabligh*, komunikastif, amanah, dapat dipercaya, *fathonah/profesional*).
- e) Memberantas riba yang saat ini telah mengakar di kalangan masyarakat.

### d. Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi yang ada di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan yaitu:

Gambar 4.1

## Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan



Sumber : Data ini diperoleh dari BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan

## e. Produk-Produk BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan

### 1) Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)

Penghimpunan adalah kegiatan yang mengimplementasikan, merencanakan dan mengendalikan dana yang diperoleh dari masyarakat. Penghimpunan dana di bank syariah berbeda dengan bank konvensional, begitupun penghimpunan dana di koperasi syariah berbeda dengan koperasi pada umumnya. Perbedaannya terletak pada prinsip syariah yang digunakan di bank syariah maupun di koperasi syariah. Salah satu kegiatan penghimpunan dana BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan adalah melalui produk tabungan. Macam-macam produk tabungan di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan antara lain sebagai berikut :

#### a) Tabungan Umum Syariah

Tabungan umum syariah merupakan tabungan yang penyetoran dan penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu sesuai dengan keinginan penabung. Akad yang digunakan dalam Tabungan Umum Syariah yaitu akad *mudharabah musyarakah* dengan nisbah bagi hasil 30% untuk anggota dan 70% untuk BMT. Keunggulan tabungan umum syariah yaitu selain transaksinya yang sederhana dan mudah untuk dilakukan, tabungan umum syariah juga tidak dikenai biaya administrasi dalam setiap bulannya. Setoran awal tabungan umum syariah minimal Rp. 10.000, dan untuk biaya administrasi pembukaan tabungan yaitu Rp. 5.000, serta setoran berikutnya minimal Rp. 1.000. Adapun persyaratan menjadi anggota BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan yaitu cukup dengan mengirimkan *fotocopy* kartu

identitas diri, seperti KTP atau SIM, kemudian mengisi *form* pendaftaran anggota serta pembukaan rekening tabungan.

**b) Tabungan Mudharabah Berjangka**

Tabungan *mudharabah* berjangka adalah tabungan yang penyetoran dan penarikannya ditinjau kembali sesuai kesepakatan dan berdasarkan jangka waktu tertentu. Akad yang digunakan dalam tabungan *mudharabah* berjangka yaitu akad *mudharabah musyarakah* dengan nisbah bagi hasil sebagai berikut :

- i. Jangkawaktu 1 bulan, nisbah 50% anggota, 50% BMT
- ii. Jangkawaktu 3 bulan, nisbah 52% anggota 48% BMT
- iii. Jangkawaktu 6 bulan, nisbah 55% anggota 45% BMT
- iv. Jangkawaktu 9 bulan, nisbah 57% anggota 43% BMT
- v. Jangkawaktu 12 bulan, nisbah 60% anggota 40% BMT
- vi. Jangkawaktu 24 bulan, Nisbah 70 anggota 30% BMT

Setoran untuk tabungan *mudharabah* berjangka minimal Rp. 500.000 dan juga dapat dijadikan jaminan pembiayaan. Persyaratan tabungan *mudharabah* berjangka yaitu cukup dengan menyetorkan fotocopy kartu identitas, baik itu KTP ataupun SIM, kemudian mengisi formulir permohonan pembukaan tabungan *mudharabah* berjangka.

**c) Tabungan Haji Al-Haromain**

Tabungan haji *al-haromain* adalah istilah untuk tabungan yang digunakan untuk memenuhi keinginan anggota selama menunaikan ibadah haji. Dalam tabungan haji *al-haromain* menggunakan akad *mudharabah musyarakah*. Tabungan haji *al-haromain* menggunakan nisbah bagi hasil 50% anggota, 50% BMT. Pembukaan tabungan haji

*al-haromain* disesuaikan dengan tempat tinggal calon jamaah haji. Setoran awal minimal Rp. 500.000, kemudian selanjutnya minimal Rp. 100.000. Penarikan tabungan haji *al-haromain* dilakukan hanya untuk kebutuhan keberangkatan haji atau karena ada udzur syar'i. Dalam melakukan pendaftaran keberangkatan haji yaitu dengan menyerahkan dua lembar fotocopy KTP suami istri, surat nikah, dan kartu keluarga. Selain itu, saldo tabungan haji *al-haromain* minimal Rp. 25.000.000 atau sesuai dengan ketentuan KEMENAG.

**d) Tabungan Umrah Al-Hasanah**

Tabungan umrah *al-hasanah* merupakan tabungan umum berjangka yang digunakan untuk memenuhi keinginan anggota untuk menunaikan ibadah umrah. Tabungan umrah *al-hasanah* menggunakan akad *mudharabah musyarakah* dengan nisbah bagi hasil 40% untuk anggota, dan 60% BMT. Setoran awal untuk tabungan umrah *al-hasanah* yaitu minimal Rp. 1.000.000, kemudian setoran berikutnya disesuaikan dengan perencanaan keberangkatan umrah. Rencana keberangkatan tersebut dimulai minimal 3 bulan dan maksimal 36 bulan. Setoran untuk tabungan ini dapat dilakukan mingguan, bulanan atau musiman. Sedangkan untuk penarikannya hanya dapat diambil untuk kebutuhan keberangkatan umrah atau karena adanya udzur syar'i. Adapun untuk biaya administrasi pembukaan tabungan umrah *al-hasanah* yaitu Rp. 150.000.

**e) Tabungan Idul Fitri**

Tabungan idul fitri merupakan tabungan umum berjangka yang berguna dalam membantu keinginan anggota pada hari raya idul fitri.

Akad yang digunakan adalah akad *mudharabah musyarakah* dengan nisbah bagi hasil 40% untuk anggota, dan 60% untuk BMT. Setoran awalnya berjumlah minimal Rp. 10.000, kemudian untuk setoran berikutnya minimal Rp. 1.000. Adapun untuk biaya administrasi tabungan idul fitri yaitu Rp. 5.000. Sedangkan untuk penarikan tabungan idul fitri bisa dilakukan paling awal minimal 15 hari sebelum hari raya idul fitri.

**f) Tabungan Qurban**

Tabungan qurban adalah tabungan umum berjangka yang digunakan untuk membantu anggota dalam merencanakan ibadah qurban dan aqiqah. Akad yang digunakan adalah akad *mudharabah musyarakah* dengan nisbah bagi hasil 40% untuk anggota, dan 60% untuk BMT. Setoran awal untuk tabungan qurban yaitu minimal Rp. 50.000, sedangkan untuk setoran berikutnya minimal Rp. 25.000. Saldo setelah pelaksanaan ibadah qurban dan aqiqah minimal Rp. 50.000. Perencanaan ibadah qurban bisa dilakukan dalam 5 bulan sampai dengan 24 bulan.

**g) Tabungan Lembaga Peduli Siswa**

Tabungan lembaga peduli siswa adalah istilah umum untuk tabungan yang dirancang khusus untuk lembaga pendidikan yang berguna untuk memperoleh simpanan siswa. Akad yang digunakan dalam tabungan lembaga peduli siswa yaitu akad *mudharabah musyarakah* dengan nisbah bagi hasil 40% untuk anggota, dan 60% untuk BMT. Setoran awal untuk tabungan lembaga peduli siswa yaitu

Rp. 100.000, kemudian untuk setoran berikutnya yaitu minimal Rp. 500.000 serta tidak dikenai biaya administrasi.

## 2) Produk Pembiayaan (*Financing*)

Secara umum pembiayaan atau yang bisa disebut juga dengan *financing* adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak untuk mendukung investasi yang direncanakan oleh pihak lain, baik sendiri maupun lembaga.<sup>114</sup> Macam-macam produk pembiayaan yang ada di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan antara lain :

### a) UGT GES (Gadai Emas Syariah)

Gadai emas syariah adalah suatu pengaturan yang menjamin kemampuan mendapatkan uang dengan cepat dan mudah dalam bentuk emas. Gadai emas syariah menggunakan akad *rahn* dan *ijarah*. Adapun jangka waktu Gadai Emas Syariah maksimalnya adalah 4 bulan serta bisa diperpanjang.

### b) UGT MUB (Modal Usaha Barokah)

Modal Usaha Barokah adalah suatu bentuk pembiayaan yang digunakan untuk memfasilitasi modal kerja para anggotanya yang memiliki usaha mikro kecil (UKM). Akad yang digunakan adalah akad *murabahah* atau akad jual beli. Adapun untuk jangka waktu pembiayaan maksimal 36 bulan, sedangkan maksimum *platform* pembiayaan sampai dengan Rp. 500.000.000.

### c) UGT KBB (Kendaraan Bermotor Barokah)

UGT kendaraan bermotor barokah adalah produk yang menawarkan layanan keuangan yang berguna untuk pembelian

---

<sup>114</sup> Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), 17.

kendaraan bermotor. Akad yang digunakan dalam UGT KBB adalah akad yang berbasis jual beli (*murabahah*). Adapun maksimum plafon dalam UGT KBB yaitu Rp. 100.000.000 juta untuk kendaraan bekas, sedangkan untuk kendaraan baru dengan uang muka minimal 15% dengan maksimal plafon yang diberikan sebesar Rp. 200.000.000.

**d) UGT PBE (Pembelian Barang Elektronik)**

UGT pembelian barang elektronik merupakan salah satu instrument keuangan yang digunakan untuk pembelian barang-barang elektronik. UGT PBE menggunakan akad jual beli (*murabahah*) atau akad *ijarah muntahiah bi al-tamlik*. Maksimum plafon pembiayaan yaitu sampai dengan Rp. 10.000.000.

**e) UGT PKH (Pembelian Kafalah Haji)**

UGT pembelian kafalah haji merupakan salah satu dari fasilitas pembiayaan yang berjenis konsumtif untuk anggota yang memiliki kekurangan biaya setoran awal yang diperlukan untuk penyelenggaraan ibadah haji yang telah diputuskan oleh kementerian agama untuk memperoleh nomor *seat* porsi haji. UGT PKH menggunakan akad *kafalah bil ujarah*.

## **2. Deskripsi Data Penelitian dan Responden**

### **a. Deskripsi Data Penelitian**

Data penelitian diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada anggota BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan sebanyak 100 kuesioner kepada 100 responden. Untuk pengambilan sampel dalam

penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *sampling incidental*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti, dalam hal ini yaitu anggota BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan. Setelah menyebarkan kuesioner, data yang diperoleh diolah dengan menggunakan SPSS 24, maka sampel dapat terpenuhi. Tabel berikut merinci pengumpulan data survei dalam bentuk kuesioner:

**Tabel 4.1**

**Rincian Penerimaan dan Pengembalian Kuesioner**

Kuesioner yang disebarkan	100
Kuesioner yang kembali	100
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang digunakan	100
Tingkat pengembalian	100%
Tingkat pengembalian yang digunakan	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022.

Dari tabel yang tergambar diatas, menunjukkan bahwa kuesioner yang dianalisis oleh peneliti yaitu sebanyak 100 responden.

**b. Deskripsi Data Responden**

**1) Jenis Kelamin Responden**

Berikut ini adalah informasi tentang jenis kelamin responden, yaitu:

**Tabel 4.2**  
**Jenis Kelamin Responden**

		Jenis Kelamin			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Laki-Laki	41	41.0	41.0	41.0
	Perempuan	59	59.0	59.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS 24, data primer diolah 2022.

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa data survei berdasarkan jenis kelamin yaitu yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 41 orang, sedangkan yang jenis kelaminnya perempuan berjumlah 59 orang. Sehingga bisadisimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan.

## 2) Usia Responden

Berikut ini adalah data terkait usia responden yakni anggota BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan:

**Tabel 4.3**  
**Usia Responden**

		Usia			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	< 30	11	11.0	11.0	11.0
	30 – 40	43	43.0	43.0	54.0
	>40	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: *Output* SPSS 24, data primer diolah 2022

Dari tabel diatas diketahui informasi survei mengenai usia responden yaitu jumlah yang usianya < 30 tahun berjumlah 11 orang, untuk usia 30 – 40 ada 43 orang, sedangkan untuk usia > 40 tahun jumlahnya ada 46 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh anggota yang berusia > 40 tahun.

### 3) Pekerjaan Responden

Tabel berikut merupakan data mengenai pekerjaan responden, yaitu anggota BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan:

**Tabel 4.4**

#### **Pekerjaan Responden**

		<b>Pekerjaan</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	18	18.0	18.0	18.0
	Mahasiswa	4	4.0	4.0	22.0
	Wiraswasta	23	23.0	23.0	45.0
	Pegawai Swasta	8	8.0	8.0	53.0
	Lainnya	47	47.0	47.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: *Output SPSS 24, data primer diolah 2022*

Berdasarkan tabel diatas, terlihat jelas bahwa responden yang berprofesi sebagai PNS sebanyak 18 orang, sebagai mahasiswa sebanyak 4 orang, sebagai wiraswasta sebanyak 23 orang, sebagai pegawai swasta sebanyak 8 orang, sedangkan responden yang berprofesi seperti ibu rumah tangga termasuk pada kategori pekerjaan lainnya, yaitu sebanyak 47 orang. Jadi, dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh reponden yang memiliki pekerjaan lainnya.

#### 4) Domisili Responden

Berikut adalah tabel mengenai data domisili responden, yakni anggota BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan:

**Tabel 4.5**

#### Domisili Responden

		Domisili			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Pamekasan	98	98.0	98.0	98.0
	Sampang	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: *Output SPSS 24, data primer diolah 2022*

Penggambaran tabel diatas menunjukkan bahwa data penelitian berdasarkan domisili yaitu responden yang berdomisili di Pamekasan sebanyak 98 orang, sedangkan responden yang berdomisili di Sampang hanya berjumlah 2 orang. Jadi, bisa disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berdomisili di Pamekasan.

#### c. Respon Terhadap Variabel *Personal Selling* dan *Public Relation* Terhadap Kepuasan Anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan

Berikut ini merupakan respon yang diberikan oleh para responden dalam penelitian ini:

##### 1) *Personal Selling*

Berikut merupakan sikap responden terkait variabel *Personal Selling* (X1):

Tabel 4.6

Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Personal Selling* (X1)

No	STS (Sangat Tidak Setuju)		TS (Tidak Setuju)		RR (Ragu- Ragu)		S (Setuju)		SS (Sangat Setuju)		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	-	-	-	-	-	-	54	54	46	46	100
2	-	-	-	-	-	-	40	40	60	60	100
3	-	-	-	-	-	-	52	52	48	48	100
4	-	-	-	-	-	-	54	54	46	46	100
5	-	-	-	-	3	3	49	49	48	48	100
6	-	-	-	-	3	3	47	47	50	50	100
7	-	-	-	-	1	1	33	33	66	66	100
8	-	-	-	-	1	1	43	43	56	56	100
<b>T</b>	-	-	-	-	<b>8</b>	-	<b>372</b>	-	<b>420</b>	-	<b>800</b>

Sumber : *Output SPSS 24*, data primer diolah 2022

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang menjawab pertanyaan variabel *Personal Selling* (X1) sangat setuju sebanyak 420 jawaban, responden yang menjawab setuju sebanyak 372, serta 8 responden yang memberikan jawaban ragu-ragu. Untuk jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju tidak ada responden yang menjawabnya.

## 2) *Public Relation*

Berikut ini merupakan sikap responden terkait variabel *public relation* (X2), yaitu:

Tabel 4.7

Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Public Relation* (X2)

No	STS (Sangat Tidak Setuju)		TS (Tidak Setuju)		RR (Ragu- Ragu)		S (Setuju)		SS (Sangat Setuju)		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	-	-	-	-	-	-	72	72	28	28	100
2	-	-	-	-	-	-	54	54	46	46	100
3	-	-	-	-	2	2	63	63	35	35	100
4	-	-	-	-	-	-	60	60	40	40	100
5	-	-	-	-	-	-	61	61	39	39	100
6	-	-	-	-	-	-	55	55	45	45	100
7	-	-	-	-	-	-	61	61	39	39	100
8	-	-	-	-	1	1	71	71	28	28	100
9	-	-	-	-	-	-	58	58	42	42	100
10	-	-	-	-	-	-	70	70	30	30	100
<b>T</b>	-	-	-	-	<b>3</b>	-	<b>625</b>	-	<b>372</b>	-	<b>1.000</b>

Sumber: *Output SPSS 24*, data primer diolah 2022.

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang memberikan tanggapan pada item pertanyaan variabel *Public Relation* (X2) sangat setuju sebanyak 372 jawaban, responden yang menjawab setuju sebanyak 625, dan 3 yang memberikan jawaban ragu-ragu. Sedangkan untuk tidak setuju dan sangat tidak setuju, tidak ada responden yang menjawabnya.

### 3) Kepuasan Anggota

Berikut ini merupakan sikap responden terkait variabel Kepuasan Anggota (Y), yaitu:

**Tabel 4.8**

**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Anggota (Y)**

No	STS (Sangat Tidak Setuju)		TS (Tidak Setuju)		RR (Ragu- Ragu)		S (Setuju)		SS (Sangat Setuju)		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	-	-	-	-	-	-	55	55	45	45	100
2	-	-	-	-	3	3	49	49	48	48	100
3	-	-	-	-	1	1	53	53	46	46	100
4	-	-	-	-	2	2	51	51	47	47	100
5	-	-	-	-	1	1	54	54	45	45	100
6	-	-	-	-	-	-	57	57	43	43	100
7	-	-	-	-	-	-	61	61	39	39	100
<b>T</b>	-	-	-	-	<b>7</b>	-	<b>380</b>	-	<b>313</b>	-	<b>700</b>

Sumber: *Output SPSS 24*, data primer diolah 2022

Dari tabel diatas terlihat bahwa responden yang memberikan jawaban pada pertanyaan variabel sangat setuju sebanyak 313 jawaban, jawaban setuju sebanyak 380 jawaban dan ragu-ragu sebanyak 7 jawaban. Sedangkan untuk jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju, tidak ada responden yang menjawabnya.

#### d. Uji Kualitas Data

##### 1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang mengukur keabsahan setiap pertanyaan yang digunakan dalam suatu penelitian. Uji validitas yaitu membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid, begitupun sebaliknya jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka item pertanyaan tersebut dapat dikatakan tidak valid. Pada penelitian ini jumlah responden yaitu sebanyak 100 responden dengan  $\alpha = 0.05$ , sehingga diperoleh nilai  $r$  tabel 0.1946. Dibawah ini merupakan tabel hasil uji validitas:

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pertanyaan	$r$ hitung	$r$ tabel	Keterangan
<i>Personal Selling</i>	X1.1	0.502	0.194	Valid
	X1.2	0.424	0.194	Valid
	X1.3	0.472	0.194	Valid
	X1.4	0.362	0.194	Valid
	X1.5	0.742	0.194	Valid
	X1.6	0.691	0.194	Valid
	X1.7	0.605	0.194	Valid
	X1.8	0.634	0.194	Valid
	X2.1	0.476	0.194	Valid
	X2.2	0.284	0.194	Valid
	X2.3	0.633	0.194	Valid

<i>Public Relation</i>	X2.4	0.535	0.194	Valid
	X2.5	0.408	0.194	Valid
	X2.6	0.581	0.194	Valid
	X2.7	0.552	0.194	Valid
	X2.8	0.527	0.194	Valid
	X2.9	0.511	0.194	Valid
	X2.10	0.490	0.194	Valid
Kepuasan Anggota	Y.1	0.615	0.194	Valid
	Y.2	0.662	0.194	Valid
	Y.3	0.701	0.194	Valid
	Y.4	0.490	0.194	Valid
	Y.5	0.779	0.194	Valid
	Y.6	0.602	0.194	Valid
	Y.7	0.613	0.194	Valid

Sumber: *Ouput SPSS 24*, data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Maka, indikator variabel *Personal Selling* (X1), *Public Relation* (X2), dan Kepuasan Anggota (Y) dapat dikatakan valid dan dapat melakukan uji yang selanjutnya.

## 2) Uji Reliabilitas

Indikator dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronboach's Alpha*  $>$  0.60. Dibawah ini merupakan tabel hasil uji reliabilitas.

**Tabel 4.10**

### Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronboach's Alpha</i>	Keterangan
----------	--------------------------	------------

<i>Personal Selling</i> (X1)	0.685	Reliabel
<i>Public Relation</i> (X2)	0.666	Reliabel
Kepuasan Anggota (Y)	0.756	Reliabel

Sumber: *Ouput* SPSS 24, data primer 2022.

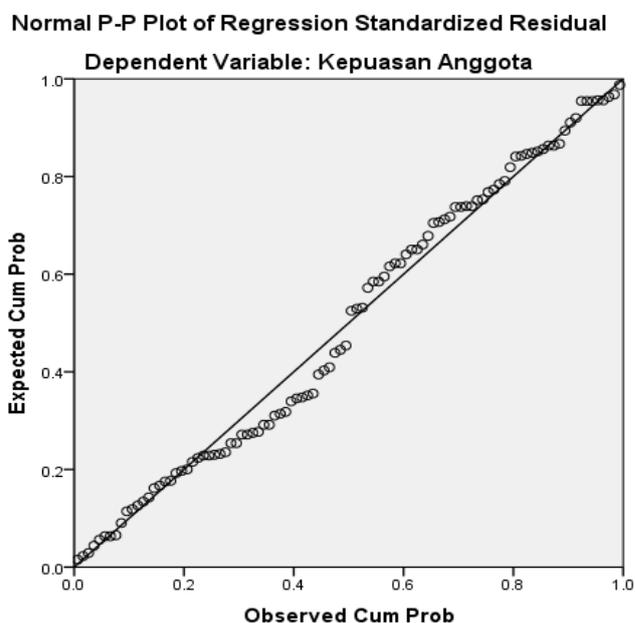
Berdasarkan penggambaran tabel diatas menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai *Cronboach's Alpha* > 0.60. Maka, indikator dari variabel *personal selling*, *public relation*, dan kepuasan anggota dapat dikatakan reliabel dan dapat melakukan uji yang selanjutnya.

#### e. Uji Asumsi Klasik

##### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji variabel dependen dan independen dalam suatu model regresi berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan dua cara, yaitu analisis grafik normal *probability plot* dan *one-sample kolmogrov-smirnov*. Berikut hasil uji normalitas menggunakan grafik normal *probability plot*:

**Gambar 4.2**



Sumber : *Ouput* SPSS, data primer diolah 2022.

Gambar diatas menunjukkan bahwa penyebaran data mengikuti garis normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi normal. Berikut ini merupakan hasil uji normalitas dengan menggunakan uji *one-sample kolmogrov-smirnov*:

**Tabel 4.11**

**Hasil Uji Normalitas *One-Sample Kolmogrov-Smirnov***

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.15258584
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.057
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.066 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : *Output SPSS 24*, data primer diolah 2022

Tabel diatas memberikan gambaran bahwa bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0.066, karena nilainya  $0.066 > 0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

## 2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel bebas. Metode yang umum digunakan untuk uji multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *VIF*. Jika nilai *tolerance*  $> 0.10$  dan nilai *VIF*  $< 10.00$ , maka dapat

dikatakan tidak terjadi multikolinearitas. Berikut ini merupakan tabel hasil uji multikolinearitas:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Unstandardized		Standardized		t	Sig.	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients				Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	12.619	4.836			2.610	.011		
Personal Selling	.212	.096	.212		2.207	.030	.973	1.027
Public Relation	.247	.091	.260		2.713	.008	.973	1.027

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Sumber: *Output SPSS 24*, data primer diolah 2022.

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari variabel *personal selling* (X1) dan variabel *public relation* (X2) yaitu  $0.973 > 0.10$  dan nilai VIF  $1.027 < 10.00$ . Jadi, bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

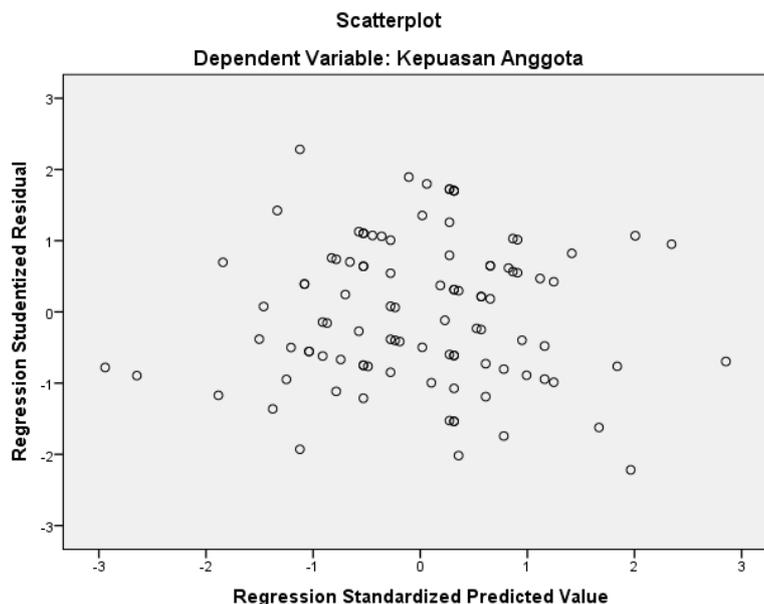
### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual pengamatan satu ke pengamatan lainnya. Dalam pengujian heteroskedastisitas bisa dilakukan menggunakan uji *scatterplot* dan uji *glejser*, yaitu variabel dapat dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas apabila nilai sig  $> 0.05$ . Berikut ini merupakan hasil pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan *scatterplot*

:

Gambar 4.3

### Hasil Uji Heteroskedastisitas *Scatterplot*



Sumber: *Ouput* SPSS 24, data primer diolah 2022.

Grafik *scatterplot* diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar angka 0 pada sumbu Y, kemudian titik-titik juga tidak menumpuk dan membentuk suatu pola.

Tabel 4.13

### Hasil Uji Heteroskedastisitas Uji Glejser

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.183	2.515		-.073	.942
	Personal Selling	.057	.050	.116	1.138	.258
	Public Relation	-.001	.047	-.002	-.020	.984

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: *Ouput* SPSS 24, data primer diolah 2022.

Tabel memberikan gambaran bahwa variabel *personal selling* (X1) memiliki nilai sig yaitu  $0.258 > 0.05$ , variabel *public relation* (X2) memiliki nilai sig yaitu  $0.984 > 0.05$ . Jadi, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### 4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya gejala autokorelasi dan bertujuan untuk mengetahui ada atau tidak korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel pengganggu periode sebelumnya. Uji autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan uji Durbin-Watson. Dibawah ini merupakan hasil pengujian autokorelasi dengan menggunakan *Durbin-Watson*, sebagai berikut:

**Tabel 4.14**

#### Hasil Uji Autokorelasi

##### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate	Durbin-Watson
1	.361 <sup>a</sup>	.131	.113	2.175	1.739

a. Predictors: (Constant), Public Relation, Personal Selling

b. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Sumber: *Output SPSS 24*, data primer diolah 2022.

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai *Durbin-Watson* (DW) yaitu 1.739. Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai DW ada di antara nilai  $dU = 1.715$  dan nilai  $4 - dU = 2.285$  ( $dU < DW < (4 - dU)$ ) maka  $1.715 < 1.739 < 2.285$ . Jadi dapat dikatakan bahwa tidak terjadi

gejala autokorelasi atau tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif pada penelitian ini.

## B. Hasil Penelitian

### 1. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Uji analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana arah hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Berikut adalah tabel hasil uji analisis regresi linear berganda:

**Tabel 4.15**

#### Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	12.619	4.836		2.610	.011
	Personal Selling	.212	.096	.212	2.207	.030
	Public Relation	.247	.091	.260	2.713	.008

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Sumber: *Output* SPSS 24, data primer diolah 2022.

Dari tabel diatas diketahui bahwa hasil dari analisis regresi diperoleh koefisien variabel independen *personal selling* ( $X_1$ ) = 0.212 dan *public relation* ( $X_2$ ) = 0.247, serta konstanta sebesar 12.619. Sehingga model persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Y = 12.619 + 0.212X_1 + 0.247X_2 + e$$

Model persamaan regresi linear berganda bisa diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Konstantanya 12.619. Ini menunjukkan bahwa apabila variabel *Personal Selling* dan *Public Relation* bernilai tetap (konstan), maka nilai Kepuasan Anggota naik sebesar 12.619.
- b. Nilai koefisien regresi variabel *personal selling* (X1) yaitu 0.212. Jadi, apabila mengalami peningkatan pada variabel *personal selling* sebesar 1 satuan, maka juga akan meningkatkan *personal selling* 0.212 di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan.
- c. Nilai koefisien regresi variabel *public relation* (X2) yaitu 0.247. Jadi, apabila terjadi peningkatan pada variabel *public relation* sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan *public relation* sebesar 0.247 di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan.

## 2. Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel *Personal Selling* dan *Public Relation* secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Kepuasan Anggota) dengan  $\alpha = 0.05$ . Pengambilan keputusan pada uji T ini yaitu dilakukan dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Jika nilai sig < 0.05 atau t hitung > t tabel, maka terdapat pengaruh antarvariabel X terhadap variabel Y. Adapun rumus dari t tabel =  $t(\alpha/2 ; n-k-1) = t(0.025 ; 97) = 1.984$ . Berikut ini merupakan tabel hasil uji t hitung variabel independen:

**Tabel 4.16**

### Hasil Uji T (Parsial)

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	12.619	4.836		2.610	.011
	Personal Selling	.212	.096	.212	2.207	.030
	Public Relation	.247	.091	.260	2.713	.008

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Sumber: *Output* SPSS 24, data primer diolah 2022.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa pengaruh dari masing-masing variabel yaitu sebagai berikut:

- a. Pada variabel *personal selling* (X1) menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  2.207 > 1.984 dengan taraf signifikansi  $0.030 < 0.05$ . Jadi, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak atau variabel *personal selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota.
- b. Pada variabel *public relation* (X2) menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  2.713 > 1.984 dengan taraf signifikansi  $0.008 < 0.05$ . Jadi, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak atau variabel *public relation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota.

### 3. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (*Personal Selling* dan *Public Relation*) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Kepuasan Anggota) dengan  $\alpha = 0.05$ . Pengambilan keputusan pada uji F yaitu dengan membandingkan  $f_{hitung} > f_{tabel}$ , maka variabel independen secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Adapun rumus  $F_{tabel} = F(k ; n-k) = F(2 ; 98) = 3.09$ . Dibawah ini merupakan tabel dari hasil uji  $f_{hitung}$ :

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji F (Simultan)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	68.911	2	34.456	7.286	.001 <sup>b</sup>
	Residual	458.729	97	4.729		
	Total	527.640	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

b. Predictors: (Constant), Public Relation, Personal Selling

Sumber: *Output* SPSS 24, data primer diolah 2022.

Dilihat dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai  $f_{hitung} 7.286 > 3.09$  dengan taraf signifikansi  $0.001 < 0.05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau variabel *personal selling* dan *public relation* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan.

#### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi adalah uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Koefisien Detrminasi ( $R^2$ )**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.361 <sup>a</sup>	.131	.113	2.175

a. Predictors: (Constant), Public Relation, Personal Selling

Sumber: *Output* SPSS 24, data primer diolah 2022.

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai R Square yaitu 0.131 atau 13,1%. Hal ini menunjukkan bahwa dari variabel kepuasan anggota dapat dijelaskan oleh variabel variabel *personal selling* dan *public relation* yaitu sebesar 13.1% dan sisanya sebesar 86,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel penelitian ini.

### C. Pembahasan

#### 1. Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Kepuasan Anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan SPSS menunjukkan bahwa variabel *personal selling* berpengaruh terhadap kepuasan anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan yang berarti hipotesis pertama ( $H_1$ ) dinyatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji T (secara parsial) bahwa variabel *personal selling* diperoleh nilai  $t_{hitung} 2.207 > 1.984$  dengan taraf signifikansi  $0.030 < 0.05$  sehingga terbukti bahwa *personal selling* ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan. Kemudian bisa disimpulkan bahwa apabila variabel *personal selling* mengalami peningkatan, maka otomatis variabel kepuasan anggota juga akan mengalami peningkatan.

*Personal Selling* adalah strategi komunikasi yang cocok untuk membangun hubungan dengan anggota/nasabah dan mendapatkan kepercayaan dari anggota/nasabah. Hal-hal yang dapat dilakukan melalui strategi *personal selling* antara lain melakukan kunjungan rutin, membangun hubungan jangka panjang dengan anggota dan memperhatikan detail kecil tentang anggota. Berdasarkan hasil observasi selama penelitian, BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan memiliki keunggulan dalam memberikan perhatian khusus dengan

melakukan kunjungan pribadi kepadaanggotanya.<sup>115</sup> Hal ini dibuktikan dari jawaban responden dengan poin terbanyak pada pertanyaan yang terdapat di variabel *personal selling* bagian ketujuh, yaitu mendapatkan 66 jawaban sangat setuju dari responden. Selain itu, keunggulan yang dimiliki BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan dalam menerapkan strategi *personal selling* yaitu ketika melakukan negoisasi terkait keberatan yang diajukan oleh anggota.

Pengaruh positif dari penerapan strategi *personal selling* terhadap kepuasan anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan yaitu bisa juga dilihat dari hasil jawaban para responden yaitu 420 responden menjawab sangat setuju, 372 responden menjawab setuju, dan 8 responden menjawab ragu-ragu, selebihnya untuk jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju, tidak ada responden yang menjawabnya. Hal ini menunjukkan bahwaanggota BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan mayoritas sangat setuju dengan item-item pertanyaan pada variabel *personal selling* dan menunjukkan bahwa indikator dari *personal selling* sudah dilaksanakan dengan baik oleh karyawan BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prima Vandayani dan Anisa Yulistia yang menunjukkan bahwa variabel *personal selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.<sup>116</sup> Selain itu diperkuat juga oleh penelitian yang dilakukan Michael Tumbelaka dan Sjendry Loindong yang menyatakan bahwa variabel *personal selling* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan arah yang positif.<sup>117</sup>

---

<sup>115</sup> Hasil Observasi di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan, 13 Juni 2022, 10.07 WIB.

<sup>116</sup> Prima Vandayani & Anisa Yulistia, "Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Tasya Production Bandung)", *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 7, No. 2 (Desember, 2021), 194.

<sup>117</sup> Michael Tumbelaka & Sjendry Loindong, "*Servicescape* dan *Personal Selling* Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Britama Bank BRI Cabang Manado", *Jurnal EMBA*, Vol. 2, No. 2 (Juni, 2014), 1249.

## 2. Pengaruh *Public Relation* Terhadap Kepuasan Anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan SPSS menunjukkan bahwa variabel *public relation* berpengaruh terhadap kepuasan anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan yang berarti hipotesis kedua ( $H_2$ ) dinyatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini dibuktikan oleh hasil uji T (secara parsial) bahwa variabel *public relation* diperoleh nilai  $t_{hitung} 2.713 > 1.984$  dengan taraf signifikansi  $0.008 < 0.05$  sehingga terbukti bahwa *public relation* ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan. Jadi, bisa disimpulkan bahwa apabila variabel *public relation* mengalami peningkatan, maka otomatis variabel kepuasan anggota juga akan mengalami peningkatan.

Berdasarkan hasil observasi selama penelitian, strategi *public relation* yang dilakukan BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan memiliki dampak yang baik dalam memberikan kepuasan kepada anggotanya. Hal ini dibuktikan dari jawaban responden kepada setiap item pertanyaan atas variabel *public relation*, yaitu 372 responden menjawab sangat setuju, 625 responden menjawab setuju, dan 3 responden menjawab ragu-ragu.<sup>118</sup> Untuk jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju, tidak ada responden yang menjawabnya. Dari jawaban responden tersebut menunjukkan bahwa rata-rata anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan mayoritas setuju dengan item-item pertanyaan pada variabel *public relation* dan membuktikan bahwa indikator dari *public relation* sudah berjalan dengan baik di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan. Dari beberapa indikator dari *public relation*, paling banyak mendapatkan respon positif dari responden

---

<sup>118</sup> Hasil Observasi di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan, 19 Juni 2022.

yaitu indikator yang menyebutkan bahwa BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan selalu mengupgrade produk dan melakukan perbaikan terhadap produk, hal ini berarti bahwa BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan selalu memperhatikan kualitas produk yang dimiliki. Penggunaan strategi *public relation* juga memberikan dampak positif dalam membangun hubungan jangka panjang dengan anggota/nasabah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Emilna Tesra Putri dan Yossi Hendriati yang menunjukkan bahwa variabel *public relation* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.<sup>119</sup>

### **3. Pengaruh *Personal Selling* dan *Public Relation* Terhadap Kepuasan Anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan**

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan SPSS menunjukkan bahwa uji F (simultan) dengan variabel *personal selling* dan *public relation* berpengaruh terhadap kepuasan anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan, yang berarti hipotesis ketiga ( $H_3$ ) dinyatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji F (simultan) bahwa  $f_{hitung} 7.286 > 3.09$  dengan taraf signifikansi  $0.001 < 0.05$  sehingga terbukti bahwa variabel *personal selling* dan *public relation* berpengaruh terhadap kepuasan anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa apabila variabel *personal selling* dan *public relation* mengalami peningkatan, maka variabel kepuasan anggota juga akan mengalami peningkatan. Diketahui juga bahwa untuk nilai koefisien determinasi yaitu 0.131 atau 13.1%. Hal ini menunjukkan bahwa dari variabel kepuasan anggota dapat dijelaskan oleh variabel *personal selling* dan

---

<sup>119</sup> Emilna Tesra Putri & Yossi Hendriati, "Pengaruh Pelayanan *Public Relation*, Sistem Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Adhya Tirta Batam", *Jurnal Rekaman*, Vol. 5, No. 1 (Februari, 2021), 15.

*public relation* yaitu sebesar 13.1% dan sisanya sebesar 86.9% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel penelitian ini.

Apabila *personal selling* dan *public relation* baik, maka akan semakin berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan. Penerapan strategi *personal Selling* yang baik akan berdampak pada kepuasan anggota, kemudian disertai *public relation* yang bertujuan tidak jauh berbeda dengan *personal selling*, yakni membangun hubungan yang baik dengan anggota/nasabah, maka juga akan berdampak pada kepuasan anggota. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil observasi selama penelitian berlangsung, yang mana banyak responden menjawab sangat setuju dan setuju atas indikator dari masing-masing variabel, yakni *personal selling* dan *public relation*.<sup>120</sup> Dengan demikian, hal tersebut harus terus ditingkatkan agar bisa berpengaruh positif terhadap BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan dalam memberikan kepuasan kepada setiap para anggota.

---

<sup>120</sup> Hasil Observasi di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan, 19 Juni 2022.