

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ISLAMI
TERHADAP KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN ANGGOTA
DI PUSAT KOPERASI SYARIAH ALKAMIL
JAWA TIMUR**

TESIS

Oleh

**SUPIAN SAURI
NIM 14800002**



**MAGISTER EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2017



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ISLAMI
TERHADAP KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN ANGGOTA
DI PUSAT KOPERASI SYARIAH ALKAMIL
JAWA TIMUR**

Diajukan Kepada Sekolah Pascasarjana
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Beban Studi Pada
Program Magister Ekonomi Syariah
Pada Semester Ganjil Tahun Akademik 2016/2017

OLEH
Supian Sauri
NIM 14800002

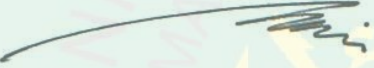
**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2017**

LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Anggota di Pusat Koperasi Syariah Alkamil Jawa Timur”, ini telah diuji dan dipertahankan di depan sidang dewan penguji pada tanggal 22 Desember 2016.


Batu, 23 Januari 2017

Pembimbing I


Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si

NIP. 19711108 199803 2 002

Pembimbing II


Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si

NIP. 19720212 200312 1 003

Batu, 23 Januari 2017

Mengetahui,

Ketua Jurusan Magister Ekonomi Syariah

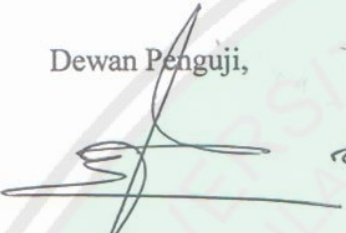

Dr. H. Nur Asnawi, M. Ag

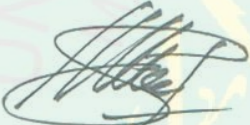
NIP. 19711211 199903 1 003


LEMBAR PENGESAHAN

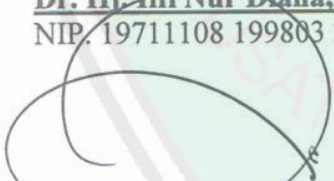
Tesis dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Anggota di Pusat Koperasi Syariah Alkamil Jawa Timur”, ini telah diuji dan dipertahankan di depan sidang dewan penguji pada tanggal 22 Desember 2016.

Dewan Penguji,


Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag, Ketua
NIP. 19711211 199903 1 003

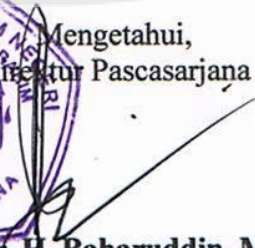

H. Slamet, SE., MM, Ph.D, Penguji Utama
NIP. 19660412 19980931 1 003


Dr. Hj. Hfi Nur Diana, M.Si, Anggota
NIP. 19711108 199803 2 002


Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si, Anggota
NIP. 19720212 200312 1 003



Mengetahui,
Direktur Pascasarjana


Prof. Dr. H. Baharuddin, M.Pd.I
NIP. 196612311983031032

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SUPIAN SAURI

NIM : 14800002

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Judul Penelitian : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Anggota di Pusat Koperasi Syariah Alkamil Jawa Timur

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian saya ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Batu, 23 Januari 2017

hormat Saya



Supian Sauri
Supian Sauri
NIM: 14800002

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا. فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ. وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَبْ.

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.”

(QS. Al-Insyirah [94]: 6-7)

“Allah Beri yang Terbaik untuk Anda. Beri yang Terbaik untuk Allah, Lingkungan, dan Diri Anda.”

(Supian Sauri)



PERSEMBAHAN

Tesis ini dipersembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta yang telah mencurahkan daya dan upayanya demi pendidikan anak-anaknya tersayang.
2. Keluarga tersayang tak henti memberi *support*.
3. Para guru suri teladan yang mendidik.
4. Teman terkasih.
5. Umat tercinta.



KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, penulis ucapkan atas limpahan rahmat dan bimbingan Allah Swt, tesis yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Anggota di Pusat Koperasi Syariah Alkamil Jawa Timur” dapat terselesaikan dengan baik. Semoga ada guna dan manfaatnya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad Saw yang telah membimbing manusia ke arah jalan kebenaran dan kebaikan.

Banyak pihak yang membantu dalam menyelesaikan tesis ini. Untuk itu penulis sampaikan terima kasih atas penghargaan yang sebesar-besarnya dengan ucapan jazakumullah ahsanul jasa' khususnya kepada:

1. Rektor UIN Malang, Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Raharjo dan para Wakil Rektor atas segala layanan dan fasilitas yang telah diberikan selama penulis menempuh studi.
2. Direktur Pascasarjana UIN Batu, Bapak Prof. Dr. H. Baharuddin, M.Pd.I atas segala layanan dan fasilitas yang telah diberikan selama penulis menempuh studi.
3. Ketua program studi Magister Ekonomi Syariah, Bapak Dr. H. Nur Asnawi, M. Ag atas motivasi, koreksi, dan kemudahan pelayanan selama studi.
4. Sekretaris program studi Magister Ekonomi Syariah, Bapak Dr. H. Ahmad Jalaluddin, Lc., MA atas motivasi, koreksi, dan kemudahan pelayanan selama studi.
5. Dosen Pembimbing I, Ibu Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si atas bimbingan, saran, kritik, dan koreksinya dalam penulisan tesis.
6. Dosen Pembimbing II, Bapak Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, S.E., M.Si atas bimbingan, saran, kritik, dan koreksinya dalam penulisan tesis.

7. Semua staff pengajar atau dosen dan semua staff TU Sekolah Pascasarjana UIN Batu yang telah banyak memberikan wawasan keilmuan dan kemudahan-kemudahan selama menyelesaikan studi.
8. Pihak LPDP selaku pemberi beasiswa tesis yang sangat membantu dalam proses penyelesaian tugas akhir kuliah.
9. Semua civitas Puskopsyah Alkamil Jawa Timur, khususnya Bapak Rudhy Dwi Chrysnaputra, SE (Ketua Puskopsyah), Bapak Irawan Ponco Winarko, SE (Sekretaris), Bapak Irwan Sa'ban (Bendahara), Ibu Ismi Rita, SE (Kabag Operasional Assa'adah Singosari), Ibu Ekky Amalia (Kabag Operasional Assa'adah Sejahtera Gondanglegi), Ibu Hujati Ismail, ST (Kabag Operasional Albaasith Mertojoyo Malang), Ibu Dian Faizah (Assisten Kabag Operasional Ahmad Yani Malang), dan Ibu Lisanawati, SE (Kabag Operasional Al-Jabbar Muamalah Malang) yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi dalam penelitian.
10. Kedua Orang Tua, Ayahanda Abdul kadir dan Ibunda Husnah yang tidak henti-hentinya memberikan doa, motivasi, dan materiil sehingga menjadi dorongan dalam menyelesaikan studi, semoga menjadi amal yang diterima disisi Allah Swt. Aamiin.
11. Semua keluarga, kakak, adik, sahabat dan teman-teman yang telah memberi inspirasi, support, dan motivasi untuk lebih baik.
12. Organisasi-organisasi Forum Gerakan Ekonomi Syariah (Forgres), Ekonomi Syariah Fans Club (Eksfan'c), Yayasan Al-Falah Puncak Permata Sengkaling, Kerukunan Mahasiswa Balangan (KMB), dan Pioners Balangan yang telah mendidik, membimbing, dan memberi banyak pengalaman.

Batu, 23 Januari 2017
Hormat Saya

Supian Sauri

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Batasan Penelitian	12
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Empirik	13
B. Tinjauan Teoritis	20
1. Kualitas Pelayanan Islami.....	20
a. Pengertian Kualitas Pelayanan Islami	20
b. Urgen-Nya Kualitas Pelayanan Islami	21

c. Indikator Kualitas Pelayanan Islami	22
1). Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	22
2). Keandalan (<i>Reliability</i>)	22
3). Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	27
4). Jaminan (<i>Assurance</i>)	30
5). Empati (<i>Empathy</i>)	34
6). Kepatuhan Syariah (<i>Sharia Compliance</i>)	37
d. Kualitas Pelayanan dalam Islam	41
2. Kepuasan Anggota	45
a. Pengertian Kepuasan Anggota	45
b. Faktor-faktor Kepuasan Anggota	46
c. Indikator Kepuasan Anggota	48
d. Kepuasan Anggota menurut Islam	49
3. Kepercayaan Anggota	51
a. Pengertian Kepercayaan Anggota	51
b. Faktor-faktor Kepercayaan Anggota	52
c. Indikator Kepercayaan Anggota	55
d. Kepercayaan dalam Islam	56
C. Kerangka Konseptual	59
D. Hipotesis Penelitian	59
1. Hubungan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Anggota	59
2. Hubungan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepercayaan Anggota	59
3. Hubungan Kepuasan terhadap Kepercayaan Anggota	60
4. Hubungan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepercayaan Melalui Kepuasan Anggota	61
E. Model Hipotesis Penelitian	61

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	63
B. Lokasi Penelitian	64
C. Populasi dan Sampel	64
D. Definisi Operasional Variabel	66
E. Skala Pengukuran	70
F. Pengumpulan Data	71
G. Metode Pengumpulan Data	72
H. Instrumen Penelitian.....	73
I. Metode Analisis Data	74
1. Uji Validitas	74
2. Uji Reliabilitas	75
3. Uji Asumsi Klasik	76
4. Analisis Statistik Deskriptif	78
5. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	79

BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Pusat Koperasi Syariah Alkamil Jawa Timur	82
1. Selayang Pandang	82
2. Sejarah Pusat Koperasi Syariah Alkamil Jawa Timur	84
3. Visi dan Misi	85
4. Kantor Cabang Layanan	88
5. Struktur Organisasi	88
6. Unit Jasa Keuangan Syariah	88
7. Unit Baitul Maal.....	90
8. Unit Riil	91
B. Hasil Penelitian	92
1. Gambaran Umum Responden	92
a. Karakteristik Responden	95
b. Deskripsi Variabel Penelitian	104

2. Uji Validitas dan Reliabilitas	118
3. Uji Asumsi Klasik	119
4. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	123

BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Analisis Variabel Penelitian	136
1. Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Anggota	136
2. Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepercayaan Anggota	144
3. Kepuasan terhadap Kepercayaan Anggota	151
4. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kualitas Pelayanan Islami, Kepuasan Anggota, dan Kepercayaan Anggota	155

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	161
B. Saran-saran	163
1. Bagi Pusat Koperasi Syariah Alkamil Alkamil Jawa Timur	163
2. Bagi Para Teoritis	164

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perkembangan Total Asset dan SHU Puskosyah Alkamil	6
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian dengan Penelitian Sebelumnya	17
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	68
Tabel 4.1 Deskripsi Responden	93
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	95
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	96
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	98
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Agama	99
Tabel 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	100
Tabel 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota	101
Tabel 4.8 Distribusi Responden Berdasarkan Produk Digunakan	102
Tabel 4.9 Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	103
Tabel 4.10 Distribusi Item Variabel Kualitas Pelayanan Islami	106
Tabel 4.11 Distribusi Item Variabel Kepuasan Anggota	114
Tabel 4.12 Distribusi Item Variabel Kepercayaan Anggota	116
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	118
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	119
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	120
Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi	121
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas	122
Tabel 4.18 Hasil Uji Linieritas	123
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi X1 terhadap X2	124
Tabel 4.20 Hasil Analisis Regresi X1 terhadap Y	126
Tabel 4.21 Hasil Analisis Regresi X2 terhadap Y	128
Tabel 4.22 Hasil Analisis Regresi X1 dan X2 terhadap Y	130
Tabel 4.22 Hasil Analisis Regresi X1 dan X2 terhadap Y	130
Tabel 4.23 Pengaruh Langsung & Tak Langsung X1 dan X2 terhadap Y	134

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	59
Gambar 2.2 Model Hipotesis Penelitian	62
Gambar 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	97
Gambar 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	97
Gambar 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	98
Gambar 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Agama	99
Gambar 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	100
Gambar 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota	101
Gambar 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Produk Digunakan	102
Gambar 4.8 Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	103
Gambar 4.9 Diagram Jalur	134

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner Penelitian	1
2. Surat Izin Penelitian	2
3. Kantor Cabang Layanan Puskopsyah Alkamil Jawa Timur	3
4. Struktur Organisasi Puskopsyah Alkamil Jawa Timur	4
5. Data Penelitian	5
6. Statistik Deskriptif	6
7. Uji Validitas	7
8. Uji Reliabilitas	8
9. Uji Asumsi Klasik	9
10. Path <i>Analysis</i>	10
11. Foto-foto Penelitian	11
12. Riwayat Hidup	12

ABSTRAK

Sauri, Supian. 2017. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Anggota di Pusat Koperasi Syariah Alkamil Jawa Timur*, Tesis, Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, pembimbing (1) Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si (2) Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, S.E., M.Si.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan Islami, Kepuasan Anggota, dan kepercayaan Anggota

Pusat Koperasi Syariah Alkamil Jawa Timur sebagai lembaga keuangan mikro dengan tata kelola syariah sangat strategis dalam upaya pengembangan ekonomi umat dalam skala mikro, kecil, dan menengah. Salah satu permasalahan yang dihadapi rendahnya kepercayaan anggota dan pemodal terhadap koperasi. Solusi yang dianjurkan dengan mengukur dan meningkatkan kualitas pelayanan Islami dalam rangka tetap mempertahankan dan meningkatkan kepuasan dan kepercayaan anggota.

Tujuan penelitian ini, *Pertama*, Menguji dan menganalisis pengaruh langsung antara kualitas pelayanan Islami terhadap kepuasan anggota. *Kedua*, Menguji dan menganalisis pengaruh langsung antara kualitas pelayanan Islami terhadap kepercayaan anggota. *Ketiga*, Menguji dan menganalisis pengaruh langsung antara kepuasan terhadap kepercayaan anggota. Dan *Keempat*, menguji dan menganalisis pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan Islami terhadap kepercayaan anggota melalui variabel kepuasan anggota di Puskopsyah Alkamil Jawa Timur.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian. Adapun sampel dalam penelitian ini berjumlah 155 responden yang merupakan anggota Puskopsyah Alkamil Jawa Timur tersebar di lima kantor layanan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas pelayanan Islami (X1) mempunyai pengaruh langsung terhadap kepuasan anggota (X2) sebesar 0,764. (2) Kualitas pelayanan Islami (X1) mempunyai pengaruh langsung terhadap kepercayaan anggota (Y) sebesar 0,346. (3) Kepuasan anggota (X2) mempunyai pengaruh langsung terhadap kepercayaan anggota (Y) sebesar 0,424. Dan (4) dengan analisis jalur Kualitas Pelayanan Islami (X1) berpengaruh secara tidak langsung terhadap Kepercayaan Anggota (Y) melalui kepuasan anggota sebesar 0,594.

ABSTRACT

Sauri, Supian. 2017. *Analysis of Islamic Service Quality on Member Satisfaction and Member Trust in Center of Sharia Cooperative Alkamil East Java*, Thesis, Program Sharia Economics Graduate Program of The State Islamic University of Malang, Supervisor (1) Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si (2) Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, S.E., M.Si.

Keywords : Islamic Service Quality, Member Satisfaction, and Member Trust

Center of Sharia Cooperative (Puskopsyah) Alkamil East Java as a microfinance institution with a very strategic syariah governance in community economic development efforts in the micro, small, and medium enterprises. One of the problems faced by low trust of the member cooperative and financiers. The recommended solution to measure and improve Islamic service quality in order to retain and increase member satisfaction and member trust.

The purpose of this study, *First*, testing and analyzing the direct influence of the Islamic service quality to satisfaction of members. *Second*, testing and analyzing the direct influence of the Islamic service quality of the member trust. *Third*, testing and analyzing the direct influence of satisfaction on member trust. And *Fourth*, examine and analyze the indirect influence of Islamic service quality of the member trust through member satisfaction variables in Center of Sharia Cooperative Alkamil (Puskopsyah) East Java.

This study used quantitative research methods. Data was collected through questionnaires used to answer the research problems. The sample in this study amounted to 155 respondents who were members of the Center of Sharia Cooperative Alkamil (Puskopsyah) East Java spread across five service offices. Data analysis method used was path analysis.

The results showed that: (1) Islamic service quality (X1) has a direct impact on member satisfaction (X2) of 0.764. (2) Islamic service quality (X1) has a direct influence on the member trust (Y) of 0.346. (3) Member satisfaction (X2) has a direct influence on the member trust (Y) of 0.424. And (4) with path analysis Islamic service quality (X1) indirect effect on Member Trust (Y) through member satisfaction by 0.594.

الملخص

الثوري، سفيان. ٢٠١٧. تحليل تأثير جودة الخدمة الإسلامية على الرضى وثقة الأعضاء في مركز التعاون الإسلامي الكامل جاوا الشرقية، الأطروحة، برنامج الدراسة الاقتصادية الشرعية كلية الدراسات العليا جامعة الإسلامية الحكومية مولنا مالك إبراهيم مالانج، المشرف (١) الدكتورة إلفي نور ديانا الحاجه، (٢) الدكتور أحمد ساني سوبريانطو الحاج، الماجستير.

كلمات البحث : جودة الخدمة الإسلامية, رضى الأعضاء, وثقة الأعضاء

مركز التعاونية الشرعية الكامل جاوا الشرقية باعتبارها مؤسسة التمويل الأصغر مع الإدارة استراتيجية للغاية الشرعية في جهود التنمية الاقتصادية المجتمعية في الدقيقة والصغيرة والمتوسطة. واحدة من المشاكل التي تواجه هي خفض ثقة الأعضاء والممولين للتعاون. الحل المستحسن بالقياس وتحسين جودة الخدمة الإسلامية من أجل الاحتفاظ وزيادة الرضى وثقة الاعضاء.

أما الغرض من هذا البحث، الأول، الاختبار و تحليل التأثير المباشر بين جودة الخدمة الإسلامية على رضى الأعضاء. الثاني، الاختبار و تحليل التأثير المباشر بين جودة الخدمة الإسلامية على ثقة الأعضاء. الثالث، الاختبار و تحليل التأثير المباشر بين الرضى على ثقة الأعضاء. و الرابع، الاختبار و تحليل التأثير غير المباشر بين جودة الخدمة الإسلامية على ثقة الأعضاء من خلال المتغير رضى لأعضاء في مركز التعاون الإسلامي الكامل جاوا الشرقية.

استخدم هذا البحث أساليب البحث الكمي. وقد تم جمع البيانات من خلال الاستبيانات المستخدمة للجواب على المشاكل البحثية. و بلغت العينة في هذا البحث بعدد ١٥٥ مستطعلا الذين هم أعضاء مركز التعاون الإسلامي الكامل جاوا الشرقية. منتشرين في خمسة مكاتب الخدمة. كان أسلوب تحليل البيانات المستخدمة تحليل المسار (تحليل المسار).

أظهرت نتائج البحث أن : (١) جودة الخدمة الإسلامي (X1) لها تأثير مباشر على رضى الأعضاء (X2) بعدد ٠.٠٧٦٤. (٢) جودة الخدمة الإسلامية (X1) لها تأثير مباشر على ثقة الأعضاء (Y) بعدد ٠.٠٣٤٦. (٣) رضى الأعضاء (X2) لها تأثير مباشر على ثقة الأعضاء (Y) بعدد ٠.٠٤٢٤. و (٤) بتحليل المسار جودة الخدمة الإسلامية (X1) لها تأثير غير مباشر على ثقة الأعضاء (Y) من خلال رضا الأعضاء بعدد ٠.٥٩٤٠.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kualitas pelayanan (*Service Quality*) menjadi topik utama bisnis global seiring dengan meningkatnya kompleksitas dan tekanan persaingan yang dihadapi lembaga keuangan. Kualitas pelayanan juga faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan bisnis. Hal ini, dapat dilihat dari perhatian masyarakat dan ketatnya persaingan terhadap kualitas pelayanan yang ditawarkan berbagai lembaga keuangan dalam rangka mempertahankan pelanggannya.

Pada dasarnya dimensi kualitas pelayanan meliputi: bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan peduli (*empathy*).¹ Kelima dimensi tersebut apabila diterapkan di lembaga keuangan syariah cenderung menilai hal-hal normatif. Penambahan dimensi di dalam kualitas pelayanan agar lebih sesuai dengan industri syariah sangat diperlukan. Karena lembaga keuangan syariah memiliki karakteristik khusus dibandingkan dengan lembaga konvensional yaitu implementasi kepatuhan syariah (*compliance*) dalam aktivitasnya. Dalam penelitian Othman dan Owen² menambahkan satu dimensi dalam kualitas pelayanan sebagai perbaduan prinsip-prinsip syariah, yaitu dimensi kepatuhan syariah (*compliance*) yang berarti

¹ I Gede Yogi Pramana dan Ni Made Rastini, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali". E-Jurnal Manajemen Unud, 2016, Vol. 5, No.1, ISSN: 2302-8912, hlm. 706.

² Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen, "Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banking: A Case Study in Kuwait Finance House", Internasional Journal of Islamic Financial Services, 2001, Vol. 3 No. 1., hlm. 2.

mengukur kepatuhan perusahaan terhadap hukum-hukum Islam dan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Safitri³ dalam tesisnya juga memadukan kepatuhan syariah (*compliance*) sebagai bagian dari kualitas pelayanan yang dilakukan lembaga keuangan syariah. Hal yang sama juga dilakukan oleh Juniawan⁴ dengan menyebut keenam dimensi di atas sebagai kualitas pelayanan Islami.

Dalam penelitian yang dilakukan Ashraf⁵, menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak dapat dikesampingkan, karena dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dalam memperoleh kepuasan dan kepercayaan anggota. Begitu juga pernyataan Kertajaya⁶, kualitas pelayanan yang baik bukan sekedar menjadi tujuan, melainkan sebuah keharusan untuk mendapatkan kepuasan dan kepercayaan anggota. Senada dengan hal ini, Kaderi dan Marissa⁷ menyatakan keberhasilan proses produksi jasa sangatlah tergantung pada penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan pada hakekatnya harus melayani kepentingan anggota. Menurut Kotler dan Armstrong⁸, kepuasan pelanggan terhadap pembelian tergantung pada kinerja nyata atau layanan yang diberikan perusahaan. Hal ini

³ Junaidi Safitri, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan pada Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta, Tesis, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2004), hlm. 6.

⁴ Ambardi Juniawan, "Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Nasabah pada Bank Umum Syariah di Jakarta." *Jurnal Liquidity* Vol. 3, No. 1, Januari-Juni 2014, hlm. 51-59.

⁵ M.Ghafran Ashraf, "Include the Position of Islamic Banking, Service Quality, Satisfaction, Trust and Loyalty in the Context of an Integrated Model for Islamic Finance" *European Journal of Business and Management* ISSN 2222-1905 ISSN 2222-2839 Vol.6, No.17, 2014, hlm. 157.

⁶ Hermawan Kertajaya, *Wow Marketing*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2014), hlm. 215.

⁷ Kaderi, S. dan Diahmairissa, T., "Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Penerbangan, Studi Kasus : Garuda Indonesia kelas Ekonomi", *Jurnal Manajemen ITB*, 2003, 2(10): hlm. 13-23.

⁸ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 298.

sependapat dengan pernyataan Stepanus⁹ yang mengatakan kepuasan anggota terhadap kualitas pelayanan terlihat dari harapan terhadap tingkat pelayanan. Jika, harapan tersebut sesuai dengan pelayanan yang diterima, maka kepuasan didapatkan. Sebaliknya, bila kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari kualitas pelayanan yang diharapkan, maka kepuasan tidak akan didapatkan. Kepuasan ini akan menambah kepercayaan anggota pada lembaga tersebut.

Kepercayaan adalah asas utama bagi lembaga keuangan untuk berkembang. Menurut Iqmal dan Mirakhor¹⁰, mengatakan bahwa sebuah lembaga keuangan dengan kinerja terbaik adalah lembaga keuangan dengan level kepercayaan yang relatif tinggi dan institusi yang kuat. Pada lembaga keuangan berkinerja buruk, level kepercayaan rendah, dan institusinya lemah atau malah tidak ada. Hal ini senada dengan Fukuyama¹¹ yang secara khusus mengatakan level kepercayaan umum merupakan sebuah komponen penting dari *social capital*. Dia mengindikasikan level kepercayaan umum yang tinggi di masyarakat dikuatkan oleh institusi yang kuat. Masyarakat dengan kepercayaan tinggi menunjukkan sistem keuangan yang lebih berkembang.

Terdapat korelasi yang tinggi antara kepercayaan dan perkembangan lembaga keuangan. Jika kepercayaan tinggi, maka orang akan lebih menginvestasikan bagian kekayaan mereka dalam jumlah yang besar dibandingkan dengan tingkat kepercayaan yang rendah. Hal ini mengisyaratkan

⁹ Stefanus, T. "Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya." *Jurhal Manajemen F'akultas Ekonomi Universitas Kristen Petra*, 2008, hlm. 2.

¹⁰ Zamir Iqmal dan Abbas Mirakhor, *Pengantar Keuangan Islam: Teori dan Praktik*, Ed. 1 Cet. 1 (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 376.

¹¹ Francis Fukuyama, *Trust: The Social Virtues and The Creation of Prosperity*, (Yogyakarta: Qalam, 2002), hlm. 36-37.

bahwa dalam lembaga keuangan dengan kinerja rendah, bukan hanya level kepercayaan yang rendah, tetapi hak kepemilikan anggota juga tidak terlindungi dengan baik.¹² Oleh karena itu, lembaga keuangan perlu menerapkan kualitas pelayanan yang baik dalam rangka menciptakan kepercayaan anggota.

Kepercayaan juga memegang peran penting dalam menjalin hubungan dengan anggota dan *stakeholder*. Kepercayaan menjadi dasar penilaian dalam menentukan apakah suatu lembaga layak untuk dijadikan mitra. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ganesan¹³ menyatakan adanya pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan kepercayaan yang akhirnya akan mengarah pada terciptanya hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan anggota. Penelitian Kishada dan Wahab¹⁴ menyatakan bahwa kualitas pelayanan berhubungan positif terhadap kepercayaan dan penelitian Misbach, *et al.*,¹⁵ menyebutkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan. Sementara itu, hasil penelitian Ramadania¹⁶ menyebutkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan.

Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM (per 31 desember 2015), jumlah koperasi Indonesia tahun 2015 sebanyak 212.135 buah, terdiri dari

¹² Iqmal dan Mirakhor, *Pengantar Keuangan*, hlm. 377.

¹³ Shankar Ganesan, "Determinants of Long-term Orientation in Buyer-Seller Relationship", *Journal of Marketing*, (April, 1994) No. 58, hlm. 1-19.

¹⁴ Zeyad M. EM. Kishada dan Norailis Ab. Wahab, "Influence of Customer Satisfaction, Service Quality, and Trust on Customer Loyalty in Malaysian Islamic Banking". *International Journal of Business and Social Science* Vol. 6, No. 11; November 2015, hlm. 110-119.

¹⁵ Irwan Misbach, *et al.*, "Islamic Bank Service Quality and Trust: Study on Islamic Bank in Makassar Indonesia". *International Journal of Business and Management*; Vol. 8, No. 5; 2013 ISSN 1833-3850 E-ISSN 1833-8119, hlm. 48-61.

¹⁶ Ramadania, "Kepercayaan and Komitmen Sebagai Perantara Kunci Relationship Marketing Dalam Membangun Loyalitas (Survei Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Surabaya)". *Jurnal Riset Ekonomi and Manajemen*, 2002, Vol. 2 (1), hlm. 33-52.

150.223 koperasi aktif dan 61.912 koperasi tidak aktif.¹⁷ Jumlah ini terbagi dari koperasi-koperasi dengan tata kelola secara umum dan syariah. Penelitian yang dilakukan Syarif dan Asnur¹⁸, mengatakan bahwa salah satu permasalahan yang dihadapi koperasi adalah rendahnya kepercayaan anggota dan pemodal terhadap koperasi karena koperasi tidak dimasukkan dalam program pemerintah melalui Lembaga Penjaminan Simpanan (LPS). Koperasi syariah juga mempunyai tantangan berupa peningkatan layanan dan kapasitas lembaga-lembaga keuangan mikro yang masih terkendala biaya besar baik untuk sarana dan prasarana maupun investasi dalam sumber daya manusia.

Sementara menurut Pristiyanto, *et al.*, untuk meningkatkan kepercayaan dan investasi anggota terhadap Koperasi Syariah, diperlukan peningkatan kualitas pelayanan Koperasi Syariah melalui penyempurnaan *Standard Operational Prusedure* (SOP) dan audit independen oleh akuntan publik.¹⁹ Selanjutnya dalam meningkatkan kapasitas kelembagaan dan usaha, Koperasi Syariah perlu menjalin kemitraan/jaringan kerjasama produktif pada asosiasi/perhimpunan untuk meningkatkan kapasitas permodalan, standar-standar manajemen dan penerapan prinsip syariah serta pemanfaatan teknologi.

Lembaga keuangan yang sedang tren berkembang saat ini adalah Lembaga Keuangan Syariah (LKS) yang dibentuk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat muslim. Salah satu LKS yang dirancang menurut PINBUK (Pusat Inkubasi Bisnis

¹⁷ www.depkop.go.id/, diakses tanggal 30 Mei 2016.

¹⁸ Teuku Syarif dan Daniel Asnur, "Solusi Pemecahan Masalah Pemberdayaan Modal Koperasi Dengan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2012", Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UKMK, Kementerian Koperasi dan UKM, Jurnal INFOKOP, Juni 2013, Vol. 22 No. 1, hlm. 150.

¹⁹ Pristiyanto, *et al.*, "Strategi Pengembangan Koperasi Jasa Keuangan Syariah dalam Pembiayaan Usaha Mikro di Kecamatan Tanjungsari, Sumedang", Jurnal Manajemen IKM, Februari 2013 Vol. 8 No. 1 ISSN 2085-8418, hlm. 34.

Usaha Kecil) yang lebih sesuai dengan kondisi usaha mikro, kecil dan menengah adalah berbentuk Koperasi Syariah.²⁰ Peranan koperasi syariah sebagai lembaga keuangan mikro sangat strategis dalam upaya pengembangan ekonomi umat dalam skala kecil dan menengah. Untuk itu menjadi hal urgen mengukur kualitas pelayanan yang diberikan koperasi syariah dalam rangka tetap mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan anggota pada lembaga ini.

Salah satu Koperasi Syariah yang eksis di Indonesia, khususnya di Jawa Timur sampai saat ini adalah Pusat Koperasi Syariah (Puskopsyah) Alkamil. Menurut data awal yang diperoleh peneliti dari Chrysnaputra selaku Ketua Puskopsyah Alkamil disebutkan bahwa:²¹

“Pusat Koperasi Syariah Alkamil berdiri sejak tahun 2007 dimana Puskopsyah Alkamil adalah koperasi sekunder yang beranggotakan koperasi-koperasi Primer dengan manajemen tata kelola Syariah. Pembentukan Puskopsyah Alkamil diharapkan menjadi sebuah langkah strategis untuk mengorganisir dan saling bersinergi antara anggotanya yang pada dasarnya memiliki latar belakang budaya yang berbeda-beda. Pada tahun 2009 secara resmi badan hukum Puskopsyah Alkamil diresmikan oleh Menteri Koperasi dan UKM dengan nomer: 518.1/185/103/2009. Tahun demi tahun keanggotaan Puskopsyah Alkamil semakin berkembang sampai Desember 2015 tercatat Puskopsyah Alkamil memiliki 42 kantor layanan di seluruh Indonesia.”

Puskopsyah Alkamil juga mengalami perkembangan dari segi jumlah asset maupun Sisa Hasil Usaha (SHU) sebagaimana tabel dibawah ini:

Tabel 1.1
Perkembangan Total Asset dan SHU Puskosyah Alkamil

Perkembangan	2011	2012	2013	2014	2015
Total Asset	7.154.354.276	10.789.495.620	14.813.314.253	14.790.674.233	16.952.617.945
SHU	46.550.982	69.169.793	84.076.610	158.876.732	299.097.668

Sumber: Data Puskopsyah Alkamil, 2011-2015 (diolah)

²⁰ Ahdiyati Agus Susila, Strategi Kesuksesan Koperasi BMT Masalah dalam Pengembangan Usaha dan Pemberdayaan Ekonomi Umat, Tesis, (Yogyakarta: UIN Kalijaga, 2014), hlm. 18.

²¹ Rudhy Dwi Chrysnaputra, Profil Puskopsyah Alkamil, (Malang: Alkamil, 2015), hlm. 6.

Dalam rangka meningkatkan kinerja Puskopsyah Alkamil, terutama untuk memenuhi kebutuhan dana bagi anggota koperasi primer di tahun 2013 melakukan perjanjian kerjasama dengan PT Bank BNI Syariah dalam bidang *supporting* pendanaan dengan nilai plafon Rp 120.000.000.000,-. Perjanjian ini berlangsung Agustus 2013-Agustus 2020.²² Dalam usaha mempertahankan kepercayaan tersebut dan serta kepercayaan anggota, maka aktivitas Puskopsyah Alkamil memerlukan pelaksanaan kualitas pelayanan Islami yang baik.

Adanya Puskopsyah ini sejalan dengan firman Allah Swt, sebagaimana berikut:

..... وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ.....

Artinya: “.....Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini.....” (QS. Shaad [38]: 24)

Maksud kata *الْخُلَطَاءِ* pada pernyataan ayat diatas adalah mereka yang berserikat.²³ Kegiatan koperasi syariah merupakan perwujudan dari akad syirkah yang merupakan bentuk kerjasama, memenuhi kebutuhan, dan saling tolong-menolong dalam bidang ekonomi.²⁴ Syirkah hukumnya *ja'iz* (mubah).²⁵ Dalam riwayat hadits Qudsi, Abu Hurairah r.a menyatakan bahwa Rasulullah Saw bersabda:

²² Crysnaputra, Wawancara (Malang, 26 Februari 2016).

²³ ‘Aidh al-Qarni, *at-Tafsir al-Muyassar*, diterj. Tim Qisthi Press, (Jakarta: Qisthi Press, 2007), hlm. 562.

²⁴ Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer: Hukum Perjanjian, Ekonomi, Bisnis, dan Sosial*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), hlm. 292.

²⁵ Abdullah al-Mushlih dan Shalah ash-Shawi, *Ma La Yasa' at-Tajira Jahluhu*, terj. Abu Umar Basyir, (Jakarta: Darul Haq, 2015), hlm. 189.

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ سُلَيْمَانَ الْمِصْبِي حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الزُّبَيْرِ قَانَ عَنْ أَبِي حَيَّانَ التَّيْمِيِّ
عَنْ أَبِيهِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَفَعَهُ قَالَ : إِنَّ اللَّهَ يَقُولُ أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكَيْنِ مَا لَمْ يَخُنْ
أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ فَإِذَا خَانَ خَرَجْتُ مِنْ بَيْنِهِمْ (رواه ابو داود)²⁶

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Sulaiman Al Mishshishi, telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Az Zibriqan, dari Abu Hayyan At Taimi, dari ayahnya dari Abu Hurairah dan ia merafa'kannya. Ia berkata; sesungguhnya Allah berfirman: "Aku adalah pihak ketiga dari dua orang yang bersekutu, selama tidak ada salah seorang diantara mereka yang berkhianat kepada sahabatnya. Apabila ia telah mengkhianatnya, maka aku keluar dari keduanya." (HR. Abu Daud No. 2936)

Hadits ini menunjukkan bahwa kecintaan Allah Swt kepada hamba-hambanya yang melakukan *syirkah* selama menjunjung tinggi amanat kebersamaan yang telah disepakati dan menjauhi penghianatan antar pihak yang berserikat.

Berdasarkan kontradiksi (*research gap*), penelitian tentang kualitas pelayanan yang dilakukan Ashraf²⁷ menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak dapat dikesampingkan karena dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dalam memperoleh kepuasan dan kepercayaan anggota. Ganesan²⁸ menyatakan bahwa adanya pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan kepercayaan yang akhirnya akan mengarah pada terciptanya hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan anggota. Kishada dan Wahab²⁹ dan juga Misbach, *et al.*,³⁰ yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap

²⁶ Kitab 9 Imam hadist, HR. Abu Daud No. 2936.

²⁷ Ashraf, "Include, hlm. 157.

²⁸ Ganesan, "Determinants, hlm. 1-19.

²⁹ Kishada dan Wahab, "Influence, hlm. 110-119.

³⁰ Misbach, *et al.*, "Islamic Bank, hlm. 51.

peningkatan kepercayaan. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Ramadania³¹ menyebutkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan. Hasil ini didukung oleh penelitian Syarif dan Asnur³², yang mengatakan rendahnya kepercayaan anggota terhadap koperasi karena koperasi tidak dimasukkan dalam program pemerintah melalui Lembaga Penjaminan Simpanan (LPS). Senada dengan penelitian Hamzah, *et al.*,³³ menyebutkan salah satu masalah yang dihadapi Koperasi Syariah adalah kurang percayanya anggota terhadap kinerja Koperasi Syariah. Dan Mulyaningrum³⁴, mengatakan bahwa Tantangan Koperasi Syariah dalam merintis dan menjalankan sebuah Lembaga Keuangan Mikro (LKM) syariah yang melayani masyarakat bukanlah hal yang mudah mendapatkan kepercayaan dari anggota dalam mengelola dana tersebut. Terkait juga tantangan mendapatkan kepercayaan dan menjaga hubungan baik dengan lembaga mitra, sehingga kemudian anggota dan mitra menjadi percaya dan loyal pada lembaga bersangkutan. Dengan realita di lapangan bahwa Puskopsyah Alkamil mengalami kenaikan total asset dan SHU semenjak tahun 2011 s.d 2015.

Melihat permasalahan diatas, maka dalam tesis ini penulis mencoba mengkaji bagaimana pengaruh kualitas pelayanan Islami terhadap kepuasan dan kepercayaan anggota. Penulis rasa perlu dilakukan dengan cara menguji dan

³¹ Ramadania, "Kepercayaan, hlm. 33-52.

³² Syarif dan Asnur, "Solusi, hlm. 150.

³³ Hamzah, *et al.*, "Analysis Problem of Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Operation in Pekanbaru Indonesia Using Analytical Network Process (ANP) Approach," *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, August 2013, Vol. 3, No. 8 ISSN: 2222-6990, hlm. 7.

³⁴ Mulyaningrum, "Baitul Maal wat Tamwil: Peluang dan Tantangan dalam Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah," *Seminar on Islamic Finance Theme: Opportunity and Challenge on Islamic Finance Bakrie School of Management (BSM) & Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM) January 6, 2009*, hlm. 9.

menganalisisnya sehingga bisa menjadi dasar dalam penyempurnaan pelaksanaan kualitas pelayanan di masa depan. Oleh karena itu, penulis tuangkan dalam sebuah bentuk tesis dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Anggota di Pusat Koperasi Syariah Alkamil Jawa Timur.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas, penelitian ini memfokuskan pada permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan Islami berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan anggota di Puskopsyah Alkamil Jawa Timur?
2. Apakah kualitas pelayanan Islami berpengaruh secara langsung terhadap kepercayaan anggota di Puskopsyah Alkamil Jawa Timur?
3. Apakah kepuasan anggota berpengaruh secara langsung terhadap kepercayaan anggota di Puskopsyah Alkamil Jawa Timur?
4. Apakah kualitas pelayanan Islami berpengaruh secara tidak langsung terhadap kepercayaan melalui kepuasan anggota di Puskopsyah Alkamil Jawa Timur?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hal-hal di bawah ini:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh langsung antara kualitas pelayanan Islami terhadap kepuasan anggota di Puskopsyah Alkamil Jawa Timur.

2. Menguji dan menganalisis pengaruh langsung antara kualitas pelayanan Islami terhadap kepercayaan anggota di Puskopsyah Alkamil Jawa Timur.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh langsung antara kepuasan anggota terhadap kepercayaan anggota di Puskopsyah Alkamil Jawa Timur.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan Islami terhadap kepercayaan melalui kepuasan anggota di Puskopsyah Alkamil Jawa Timur.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat-manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis (Keilmuan/Akademis) adalah kegunaan hasil penelitian terhadap pengembangan keilmuan, berupa:
 - a. Bagi pembaca dan khususnya peneliti, untuk memperkaya khasanah dan wawasan kajian tentang kualitas pelayanan Islami terhadap kepuasan dan kepercayaan anggota pada Koperasi Syariah.
 - b. Bahan informasi ilmiah dalam ilmu ekonomi syariah.
 - c. Sumbangan pemikiran dalam rangka memperkaya khazanah literatur beberapa perpustakaan.
2. Manfaat Praktis adalah kegunaan hasil penelitian untuk kepentingan masyarakat penggunanya, berupa:
 - a. Memberikan kontribusi bagi lembaga bersangkutan dalam rangka meningkatkan kinerja kualitas pelayanan Islami pada Koperasi Syariah.

- b. Menjadi informasi bagi peneliti lain dan semua pihak yang berkepentingan.
- c. Dijadikan acuan bagi pengelola Koperasi Syariah dalam rangka meningkatkan kinerja Koperasi Syariah.
- d. Menjadi evaluasi terhadap kinerja kualitas pelayanan Islami Koperasi Syariah yang diterapkan selama ini, sehingga bisa menjadi saran serta masukan perbaikan kinerja di masa depan.
- e. Sumbangan pemikiran bagi peneliti lain yang berminat melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan Islami pada Koperasi Syariah.

E. Batasan Penelitian

Batasan penelitian tesis ini terkait pengambilan responden pada lima kantor layanan Puskopsyah Alkamil Jawa Timur di Malang-Raya, meliputi:

1. Kantor layanan Assa'adah Singosari
2. Kantor layanan Assa'adah Sejahtera Gondanglegi
3. Kantor layanan al-Baasith Mertojoyo Malang
4. Kantor layanan Ahmad Yani Malang
5. Kantor layanan al-Jabbar Muamalah Malang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Tinjauan Empirik (Penelitian Terdahulu)

Pada bagian ini, peneliti menyajikan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Peneliti menggambarkan persamaan dan perbedaan bidang kajian yang diteliti antara peneliti dengan peneliti-peneliti sebelumnya. Hal ini perlu dikemukakan untuk menghindari adanya pengulangan kajian terhadap hal-hal yang sama. Dengan demikian akan diketahui sisi-sisi apa yang membedakan antara penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu. Penelitian-penelitian yang memiliki kaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ambardi Juniawan³⁵, penelitian ini berjudul “*Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Nasabah pada Bank Umum Syariah di Jakarta*”. Penelitian ini terdapat dalam *Jurnal Liquidity* Vol. 3 No. 1, Januari-Juni 2014. Penelitian ini berbentuk kuantitatif dengan dua variabel, yaitu variabel independen (kualitas pelayanan Islami) dan variabel dependen (kepuasan nasabah). Dalam penelitian ini ditemukan hal-hal, sebagai berikut: *Pertama*, indikator kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah adalah *assurance, reliability, tangible, and empathy*. *Kedua*, indikator kualitas pelayanan yang tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah adalah *compliance* dan *responsiveness*.

³⁵ Juniawan, “Kualitas Pelayanan, hlm. 51-59.

Zeyad M. EM. Kishada dan Norailis Ab. Wahab³⁶, Faculty of Economics and Muamalat, Universiti Sains Islam Malaysia. Penelitian ini berbentuk jurnal dengan judul “*Influence of Customer Satisfaction, Service Quality, and Trust on Customer Loyalty in Malaysian Islamic Banking*”. Terdapat pada *International Journal of Business and Social Science* Vol. 6, No. 11; November 2015. Dalam penelitian ini, ditemukan: *Pertama*, kepuasan dipengaruhi melalui kualitas pelayanan yang fokus dan mempertimbangkan nasabah. *Kedua*, Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan. *Ketiga*, kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Dan *keempat*, bank seharusnya fokus pada tingkatan loyalitas nasabah dengan meninjau ulang strategi mempertahankan nasabah lama dan menarik nasabah baru yang potensial.

Rachmad Hidayat, *et al.*³⁷, Penelitian ini berbentuk jurnal dengan judul “*Effects Of Service Quality, Customer Trust And Customer Religious Commitment On Customer Satisfaction And Loyalty Of Islamic Banks In East Java.*” Terdapat dalam jurnal *Al-Iqtishad*: Vol. VII No. 2, Juli 2015. Menggunakan lima indikator kualitas pelayanan, yakni, *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Dalam penelitian ini menemukan: *Pertama*, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. *Kedua*, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, baik langsung maupun tidak langsung dengan dimediasi oleh kepuasan nasabah bank

³⁶ Kishada dan Wahab, “Influence, hlm. 110-119.

³⁷ Rachmad Hidayat, *et al.*, “Effects Of Service Quality, Customer Trust And Customer Religious Commitment On Customer Satisfaction And Loyalty Of Islamic Banks In East Java.” Jurnal *Al-Iqtishad*: Vol. VII No. 2, Juli 2015, hlm. 151-164.

syariah di Jawa Timur. Dan *ketiga*, komitmen beragama tidak berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah baik langsung maupun tidak langsung.

M. Ghafran Ashraf³⁸, penelitian ini berjudul “*Include the Position of Islamic Banking, Service Quality, Satisfaction, Trust and Loyalty in the Context of an Integrated Model for Islamic Finance*” Terdapat dalam *European Journal of Business and Management* ISSN 2222-1905 ISSN 2222-2839 Vol.6, No.17, 2014. Dalam penelitian ini ditemukan: *Pertama*, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kepercayaan yang di mediasi oleh indikator kepuasan nasabah; *Kedua*, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan namun tidak menjamin terhadap loyalitas nasabah. Dan *ketiga*, Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kepercayaan.

Luka Kiptai Cheserek, *et al.*,³⁹ School of Business and Economics Moi University. Penelitian ini berbentuk jurnal dengan judul “*Effect of Quality Financial Services on Customer Satisfaction by Commercial Banks in Kenya*”. Terdapat pada *International Journal of Humanities and Social Science* Vol. 5, No. 7; July 2015. Dalam penelitian ini ditemukan: *Pertama*, variabel *reliability, responsiveness, assurance and empathy* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan. *Kedua*, variabel *tangible* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pada *Commercial Banks* di Kenya.

³⁸ Ashraf, “Include the Position of Islamic Banking, hlm. 157-170.

³⁹ Luka Kiptai Cheserek, *et al.*, “Effect of Quality Financial Services on Customer Satisfaction by Commercial Banks in Kenya”. *International Journal of Humanities and Social Science* Vol. 5, No. 7; July 2015, hlm. 102-112.

Irwan Misbach, *et al.*,⁴⁰ penelitian ini berjudul “*Islamic Bank Service Quality and Trust: Study on Islamic Bank in Makassar Indonesia*”. Terdapat dalam *International Journal of Business and Management*; Vol. 8, No. 5; 2013 ISSN 1833-3850 E-ISSN 1833-8119. Penelitian ini menemukan: *Pertama*, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Dan *Kedua*, kepuasan yang dipengaruhi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah.

Muhammad Rizwan⁴¹, Department of Management Sciences, The Islamic University of Bahawalpur, Pakistan. Penelitian ini berbentuk jurnal dengan judul “*Incorporating Attitude towards Islamic Banking in an integrated Service Quality, Satisfaction, Trust and Loyalty Model*”. Terdapat dalam *International Journal of Accounting and Financial Reporting* ISSN 2162-3082 2014, Vol. 4, No. 2. Penelitian ini, menemukan: *Pertama*, sikap Bank Islam berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. *Kedua*, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan. *Ketiga*, kepuasan berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Dan *keempat*, kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

Lebih jelas pembahasan terkait penelitian-penelitian terdahulu akan disajikan pada tabel di bawah ini:

⁴⁰ Misbach, *et al.*, “Islamic, hlm. 48-61.

⁴¹ Muhammad Rizwan, “Incorporating Attitude towards Islamic Banking in an integrated Service Quality, Satisfaction, Trust and Loyalty Model”. *International Journal of Accounting and Financial Reporting* ISSN 2162-3082 2014, Vol. 4, No. 2, hlm. 456-473.

Tabel 2.1
Perbedaan Penelitian dengan Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti, Judul dan Tahun Penelitian	Hasilnya	Persamaan	Perbedaan	Orisinilitas Penelitian
1.	Ambardi Juniawan, "Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Nasabah pada Bank Umum Syariah di Jakarta". (2014).	<p>1. Indikator kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah adalah <i>assurance, reliability, tangible, and empathy</i>.</p> <p>2. Indikator kualitas pelayanan yang tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah adalah <i>compliance</i> dan <i>responsiveness</i>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Meneliti tentang Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan nasabah ➤ Metode kuantitatif ➤ Integrasi ekonomi syariah 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pengguna an variabel ➤ Lokasi penelitian 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kualitas Pelayanan Islami (X1), 6 indikator: <ul style="list-style-type: none"> a. <i>Tangible</i> b. <i>Responsiveness</i> c. <i>Reliability</i> d. <i>Empathy</i> e. <i>Assurance</i> f. <i>Sharia Compliance</i>
2.	Zeyad M. EM. Kishada dan Norailis Ab. "Influence of Customer Satisfaction, Service Quality, and Trust on Customer Loyalty in Malaysian Islamic Banking". (2015).	<p>1. Kepuasan dipengaruhi melalui kualitas pelayanan yang fokus dan mempertimbangkan nasabah.</p> <p>2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan</p> <p>3. Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Meneliti kepuasan, kualitas pelayanan, kepercayaan nasabah ➤ Metode kuantitatif 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pengguna an variabel ➤ Lokasi penelitian 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kepuasan Anggota (X2)
3.	Rachmad Hidayat, <i>et al.</i> "Effects Of Service Quality, Customer	<p>1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.</p> <p>2. Kualitas pelayanan dan kepercayaan</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Meneliti tentang kualitas pelayanan, kepercayaan, dan 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pengguna an variabel ➤ Lokasi penelitian 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kepercayaan Anggota (Y) ➤ Lokasi penelitian pada

	<i>Trust And Customer Religious Commitment On Customer Satisfaction And Loyalty Of Islamic Banks In East Java.</i> ” (2015).	berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, baik langsung maupun tidak langsung dengan dimediasi oleh kepuasan nasabah bank syariah di Jawa Timur. 3. Komitmen beragama tidak berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah baik langsung maupun tidak langsung.	kepuasan. ➤ Metode kuantitatif	
4.	M. Ghafran Ashraf, <i>“Include the Position of Islamic Banking, Service Quality, Satisfaction, Trust and Loyalty in the Context of an Integrated Model for Islamic Finance”</i> (2014)	1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kepercayaan yang di mediasi oleh indikator kepuasan nasabah; 2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan namun tidak menjamin terhadap loyalitas nasabah. 3. Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kepercayaan.	➤ Meneliti tentang Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Kepercayaan ➤ Metode kuantitatif ➤ Integrasi dengan Ekonomi Syariah	➤ Penggunaan variabel ➤ Lokasi penelitian
5.	Luka Kiptai Cheserek, <i>et al, “Effect of Quality Financial Services on Customer Satisfaction by Commercial Banks in Kenya”</i> . (2015)	1. Variabel <i>reliability, responsiveness, assurance and empathy</i> berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan. 2. Variabel <i>tangible</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.	➤ Meneliti Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah ➤ Metode kuantitatif	➤ Penggunaan variabel ➤ Lokasi penelitian ➤ Integrasi dengan Ekonomi Syariah.

6.	Irwan Misbach, <i>et al.</i> , “ <i>Islamic Bank Service Quality and Trust: Study on Islamic Bank in Makassar Indonesia</i> ” (2013).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah. 2. Kepuasan yang dipengaruhi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Meneliti tentang Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan ➤ Metode kuantitatif ➤ Integrasi dengan Ekonomi Syariah 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Penggunaan variabel ➤ Lokasi penelitian
7.	Muhammad Rizwan, “ <i>Incorporating Attitude towards Islamic Banking in an integrated Service Quality, Satisfaction, Trust and Loyalty Model</i> ”. (2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sikap Bank Islam berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. 2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan. 3. Kepuasan berpengaruh positif terhadap kepercayaan. 4. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Meneliti tentang Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan kepercayaan ➤ Metode Kuantitatif ➤ Integrasi dengan Ekonomi Syariah 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Penggunaan variabel ➤ Lokasi penelitian

Sumber: Data Sekunder, Oktober 2016 (diolah)

Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti tentang kualitas pelayanan Islami dengan 6 indikatornya terhadap kepuasan dan kepercayaan anggota pada Puskopsyah Alkamil. Penelitian ini akan mengambil populasi dan sampel anggota di koperasi primer yang tergabung dalam Puskopsyah Alkamil, yakni 155 responden. Oleh karena itu, penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu baik dari variabel yang digunakan maupun lokasi penelitian.

B. Tinjauan Teoritis (Kajian Teori)

1. Kualitas Pelayanan Islami

a. Pengertian Kualitas Pelayanan Islami

Parasuraman, Zeithml dan Berry mendefinisikan kualitas pelayanan (*Service Quality*) adalah suatu sikap, berkaitan tetapi tidak sama dengan kepuasan sebagai hasil dari perbandingan antara harapan dengan kinerja.⁴²

Menurut Kotler, kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.⁴³ Sementara, *American Society for Quality* dalam Ratnasari, kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten, dan dengan kata lain kualitas suatu produk/jasa adalah sejauh mana produk/jasa memenuhi spesifikasi-spesifikasinya.⁴⁴

Dari beberapa definisi diatas dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan Islami adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

⁴² A. Parasuraman, *et al.*, "The Behavioral Consequences of Service Quality", *Journal of Marketing*, Vol. 60 (April 1996), hlm. 31-46.

⁴³ Kotler dan Amstrong, *Prinsip*, hlm. 310.

⁴⁴ Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti Aksa, *Teori dan Kasus Manajemen Jasa*, Cet. 1 (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), *Teori*, hlm. 103.

b. Urgen-Nya Kualitas Pelayanan Islami

Menurut Hasan, untuk memaksimalkan daya saing jasa koperasi syariah dapat dilakukan melalui 3 cara, yaitu peningkatan kualitas produk, proses, dan persepsi anggota.⁴⁵

Pertama, kualitas produk jasa koperasi syariah sangat dapat mempengaruhi persepsi dan kepuasan anggota melalui ketepatan waktu pelayanan, ketersediaan produk dan layanan saat dibutuhkan, kebenaran janji promosi, kesesuaian pesanan, keamanan dan keselamatan, ketersediaan fasilitas, biaya administrasi, dan ketersediaan penyempurnaan produk layanan secara terus menerus. *Kedua*, kualitas itu bertitik tolak dari proses, *quality comes from the improvement of the process and no ourcome*. Oleh karenanya, keterlibatan manusia sangat diperlukan dalam mengikuti tuntutan anggota yang semakin lama semakin meningkat dan mengungguli perkembangan kualitas jasa layanan yang dihasilkan para pesaing. Dan *Ketiga*, menciptakan nilai yang yang diharapkan oleh anggota dan berupaya memenuhi keinginan tersebut dengan menyampaikan produk yang karakteristik cocok dengan karakteristik nilai yang diharapkan oleh anggota.

Kualitas pelayanan dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi anggota atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya yang diharapkan/diinginkan (*expected service*). Jika kenyataan lebih dari yang

⁴⁵ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*, (Bandung: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 88.

diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu, dan apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan tersebut memuaskan.⁴⁶

c. Indikator Kualitas Pelayanan Islami

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Lovelock, *et al.*, indikator kualitas pelayanan terbagi menjadi lima, yaitu bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan peduli (*empathy*). Sementara dalam penelitian Othman dan Owen⁴⁷ menambahkan satu indikator yaitu kepatuhan syariah (*compliance*). Hal ini disebabkan karena perbedaan budaya, daerah, agama, dan operasi Lembaga Keuangan Syariah (LKS) yang berdasarkan hukum Islam (syariah) dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional. Seperti larangan transaksi berdasarkan tingkat suku bunga, penyediaan produk dan jasa syariah, penyediaan produk investasi bagi hasil, dan persyaratan operasi LKS dilakukan sesuai dengan prosedur tertentu.

Alasan-alasan lain mengapa Othman dan Owen⁴⁸ menyatakan LKS harus menyadari akan pentingnya kualitas pelayanan. *Pertama*, Produk dan layanan LKS harus diterima sebagai produk dan layanan yang berkualitas tinggi oleh pelanggan. Konsep kerja dalam Islam dianggap

⁴⁶ Ratnasari dan Aksa, *Teori*, hlm. 107.

⁴⁷ Othman dan Owen, "Adopting", hlm. 3.

⁴⁸ Othman dan Owen, "Adopting", hlm. 3.

sebagai salah satu jenis ibadah. Nabi Saw bersabda: “*Dari Aisyah ra, bersabda Rasulullah Saw: “Allah ‘azza wa jalla menyukai jika salah seorang di antara kalian melakukan suatu amal (pekerjaan) secara itqan.”*⁴⁹ Kata *itqan* artinya mempersiapkan dan memberikan sesuatu dalam hal pengetahuan dan seni dalam rangka memberikan hasil terbaik atau melakukan segala sesuatu dengan kualitas tinggi. Menurut Juniawan,⁵⁰ seorang muslim haruslah memastikan bahwa apapun yang ia buat tidak menimbulkan kerugian bagi orang lain bahkan seharusnya memberikan kepuasan kepada orang lain. *Kedua*, adaptasi kualitas pelayanan dalam LKS menjadi penting karena hubungannya yang jelas dengan biaya, profitabilitas, kepuasan pelanggan, ingatan pelanggan, serta kata-kata positif dari mulut pelanggan.

Berdasarkan hal-hal diatas, maka dalam penelitian ini kualitas pelayanan bagi koperasi syariah adalah dengan menambahkan indikator kepatuhan syariah (*compliance*) sehingga menjadi enam indikator. Meminjam istilahnya Othman dan Owen⁵¹ keenam indikator ini disebut sebagai kualitas pelayanan Islami, yakni bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), peduli (*empathy*) dan kepatuhan syariah (*compliance*). Sehingga, dalam penelitian ini penulis mengambil 6 indikator kualitas pelayanan Islami, sebagai berikut:

⁴⁹ HR. Imam At-Tabrânî, dalam *al-Muġam al-Awsat*, No. 897, dan Imam Baihaqi dalam *Sya’bu al-Îmân*, No. 5312.

⁵⁰ Juniawan, *Kualitas*, hlm. 52.

⁵¹ Othman dan Owen, “Adopting”, hlm. 9.

1) Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik (*tangibles*) merupakan kemampuan dalam menampilkan fasilitas fisik, kondisi gedung yang bersih, nyaman dengan interior menarik, tempat parkir yang aman, keamanan, serta menjaga penampilan dan keterampilan pegawai.⁵² Ketidakmampuan perusahaan menampilkan bukti fisik dengan baik akan melemahkan citra serta dapat menciptakan persepsi negatif pada pelanggan.

Profesionalitas sebuah koperasi syariah dapat dilihat dari bukti fisik yang ditampilkan. Hal ini mengandung konsekuensi bahwa sebuah koperasi syariah belum dapat dikatakan profesional ketika koperasi tersebut belum mampu menampilkan bukti fisik yang dapat diindera oleh anggota dalam proses penyajian jasanya. Oleh karena itu, koperasi syariah harus mengkreasi bentuk fisik bangunan dan peralatan yang menunjang operasionalnya sedemikian rupa sehingga anggota merasa nyaman dan memiliki kepercayaan terhadap koperasi tersebut. Tampilan fisik yang bersih merupakan bagian dari hal ini. Sebagaimana sunnah Rasulullah Saw dalam sabdanya:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ بَشَّارٍ حَدَّثَنَا أَبُو عَامِرٍ الْعَقَدِيُّ حَدَّثَنَا خَالِدُ بْنُ الْيَاسِرِ عَنْ
صَالِحِ بْنِ أَبِي حَسَّانٍ قَالَ سَمِعْتُ سَعِيدَ بْنَ الْمُسَيَّبِ يَقُولُ إِنَّ اللَّهَ طَيِّبٌ
يُحِبُّ الطَّيِّبَ نَظِيفٌ يُحِبُّ النَّظَافَةَ كَرِيمٌ يُحِبُّ الْكِرَامَ جَوَادٌ يُحِبُّ الْجُودَ

⁵² Christopher Lovelock, et al., *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi*, (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 154.

فَنظَّفُوا أَرَاهُ قَالَ أَفْنَيْتِكُمْ وَلَا تَشَبَّهُوا بِالْيَهُودِ. قَالَ فَذَكَرْتُ ذَلِكَ لِمُهَاجِرِ
 بْنِ مِسْمَارٍ فَقَالَ حَدَّثَنِيهِ عَامِرُ بْنُ سَعْدِ بْنِ أَبِي وَقَّاصٍ عَنْ أَبِيهِ عَنِ النَّبِيِّ
 صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِثْلَهُ إِلَّا أَنَّهُ قَالَ نَظَّفُوا أُنْفَيْتِكُمْ⁵³

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Basyar telah menceritakan kepada kami Abu 'Amir Al 'Aqadi telah menceritakan kepada kami Khalid bin Ilyas dari Shalih bin Abu Hassan ia berkata; Aku mendengar Sa'id bin Al Musayyab berkata; "Sesungguhnya Allah Maha Baik, dan menyukai kepada yang baik, Maha Bersih dan menyukai kepada yang bersih, Maha Pemurah, dan menyukai kemurahan, dan Maha Mulia dan menyukai kemuliaan, karena itu bersihkanlah diri kalian, " aku mengiranya dia berkata; "Halaman kalian, dan janganlah kalian menyerupai orang-orang Yahudi, " Shalih bin Abu Hassan berkata; Hadits itu aku sampaikan kepada Muhajir bin Mismar, lalu dia berkata; " Amir bin Sa'ad bin Abu Waqqas telah menceritakannya kepadaku dari Ayahnya dari Nabi shallallahu 'alaihi wasallam dengan hadits yang semisal, Namun dalam hadits tersebut beliau bersabda: "Bersihkanlah halaman kalian." (HR. Tirmidzi, No. 2723)

Dalam hadits yang lain Rasulullah Saw bersabda:

عن ابن مسعود قال قال النبي صلى الله عليه وسلم: النَّظَافَةُ مِنَ الْإِيمَانِ

Artinya: “ Dari Ibnu Mas'ud, Rasulullah SAW bersabda: Kebersihan adalah sebagian dari iman” (HR. Ath-Tabrani)

Berdasarkan hadist di atas, maka tampilan fisik yang bersih mencerminkan nilai-nilai Islam. Tampilan fisik sebuah koperasi syariah juga perlu ditunjang dengan tersedianya mushala di dalam kantor, penampilan karyawan syar'i dan rapi, serta interior kantor yang indah dihiasi kaligrafi Islam. Sehingga, hal ini akan membuat anggota merasa nyaman dan percaya pada koperasi tersebut.

⁵³ Kitab 9 Imam Hadits, HR. Tirmidzi, Bab Adab No. 2723.

2) Keandalan (*Reliability*)

Keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan untuk meningkatkan pelayanan dengan segera, tepat waktu, akurat dan memuaskan, kemudahan proses transaksi di kasir, program promosi dilaksanakan sesuai program yang disosialisasikan, fasilitas kartu member/anggota dapat digunakan sesuai dengan fungsinya.⁵⁴

Begitu juga pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan anggota terhadap koperasi syariah. Dalam konteks ini, Allah Swt juga menghendaki setiap umat-Nya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan sebagaimana yang dinyatakan dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 91:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ
 جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya: “Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah sumpah itu), sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”. (QS. An-Nahl [16]: 91)

Tafsir Ibnu Katsir menjelaskan bahwa dalam ayat tersebut diperintahkan oleh Allah Swt untuk menepati janji dan ikatan serta

⁵⁴ Lovelock, *et al.*, *Pemasaran*, hlm. 154.

memelihara sumpah yang telah dikuatkan. Dalam firman-Nya; (وَلَا تَنْقُضُوا) “Dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (kamu) itu sesudah meneguhkannya.” Dimaksud dengan *al-aiman* dalam ayat diatas adalah sesuatu yang masuk ke dalam perjanjian dan ikatan, bukan sumpah-sumpah yang diucapkan untuk memberi perintah atau larangan. Selanjutnya dijelaskan bahwa (إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ) “sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.” Demikian itu merupakan tekanan sekaligus ancaman bagi orang-orang yang melanggar janji setelah dia menguatkannya.⁵⁵

Rasulullah Saw bersabda:

حَدَّثَنَا أَبُو كَامِلٍ أَنَّ يَزِيدَ بْنَ زُرَيْعٍ حَدَّثَهُمْ حَدَّثَنَا حُمَيْدٌ يَعْنِي الطَّوِيلَ عَنْ
يُوسُفَ بْنِ مَاهِكِ الْمَكِّيِّ قَالَ كُنْتُ أَكْتُبُ لِفُلَانٍ نَفَقَةَ أَيَّتَامٍ كَانَ وَلِيَّهُمْ
فَعَالَطُوهُ بِأَلْفِ دِرْهَمٍ فَأَدَّاهَا إِلَيْهِمْ فَأَدْرَكَتُ لَهُمْ مِنْ مَالِهِمْ مِثْلَيْهَا قَالَ قُلْتُ
أَقْبِضُ الْأَلْفَ الَّذِي ذَهَبُوا بِهِ مِنْكَ قَالَ لَا حَدَّثَنِي أَبِي. أَنَّهُ سَمِعَ رَسُولَ اللَّهِ
صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ أَدِّ الْأَمَانَةَ إِلَى مَنْ ائْتَمَنَكَ وَلَا تَخُنْ مَنْ خَانَكَ⁵⁶

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami Abu Kamil bahwa Yazid bin Zurai' telah menceritakan kepada mereka, telah menceritakan kepada kami Humaid Ath Thawil dari Yusuf bin Mahik Al Makki dia berkata, "Aku pernah mencatatkan untuk seseorang nafkah orang-orang yatim yang ia asuh. Kemudian anak asuh itu menipunya sebanyak seribu dirham. Lalu fulan itu

⁵⁵ Abdullah bin Muhammad bin ‘Abdurrahman bin Ishaq Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, diterj. M. Abdul Ghoffar E.M. *et al.*, jilid 8 (Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi’i, 2004), hlm. 99-100.

⁵⁶ Kitab 9 Imam Hadits, HR. Abu Daud, No. 3037.

memberikannya kepada anak-anak yatim. Setelah itu aku mendapati harta anak-anak yatim itu dua kali lipat. Yusuf melanjutkan; "Aku akan mengambil seribu (dirham) yang telah di bawa kabur oleh mereka darimu." Fulan berkata, "Tidak! Aku telah mendengar ayahku bahwa ia pernah mendengar Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Tunaikanlah amanah kepada orang yang mempercayaimu dan janganlah engkau mengkhianati orang yang mengkhianatimu!" (HR. Abu Daud, No. 3037)

Dari nash diatas, sudah semestinya baik koperasi syariah maupun anggota agar senantiasa menepati janji dan sumpah setia. Mereka berlindung dari pengkhianatan dan melanggar janji. Semoga dengan demikian mendapatkan taufik dari Allah Swt baik dalam perkataan dan perbuatan.

3) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap (*responsiveness*) merupakan kemampuan untuk meningkatkan kecepatan karyawan yang bertugas dalam menanggapi permintaan anggota, selalu siap dan bersedia membantu kesulitan anggota, kemampuan menyelesaikan keluhan anggota dengan tepat, memberikan informasi dengan jelas sesuai dengan kebutuhan anggota.⁵⁷

Daya tanggap merupakan bagian dari profesionalitas. Koperasi syariah yang profesional senantiasa berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik, dan bersungguh-sungguh dalam memberikan layanan. Allah Swt memerintahkan kepada setiap muslim untuk tertib

⁵⁷ Lovelock, *et al.*, *Pemasaran*, hlm. 154.

dalam setiap urusannya, serta memiliki daya tanggap dan bersungguh-sungguh dalam setiap aktifitasnya, sebagaimana firman Allah Swt dalam QS. Al-Insyirah [94]: 7 sebagai berikut

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

Artinya: "Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain." (QS. Al-Insyirah [94]: 7)

Dalam Tafsir Ibnu Katsir dijelaskan "Maka apabila kamu telah selesai [dari suatu urusan], kerjakanlah dengan sungguh-sungguh [urusan] yang lain." maksudnya, jika engkau telah selesai mengurus berbagai kepentingan dunia dan semua kesibukannya, maka bersungguh-sungguhlah untuk menjalankan ibadah serta melangkahlah kepadanya dengan penuh semangat, dengan hati yang kosong lagi tulus, serta niat karena Allah.⁵⁸

Selain itu, Menurut Diana, setiap muslim juga diperintahkan untuk memberikan pelayanan yang ramah dalam transaksi muamalah.⁵⁹ Sebagaimana sabda Rasulullah Saw:

حَدَّثَنَا عَلِيُّ بْنُ عِيَّاشٍ حَدَّثَنَا أَبُو غَسَّانَ مُحَمَّدُ بْنُ مُطَرِّفٍ قَالَ حَدَّثَنِي مُحَمَّدٌ

بْنُ الْمُنْكَدِرِ عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا. أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ

عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ رَجِمَ اللَّهُ رَجُلًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا اشْتَرَى وَإِذَا اقْتَضَى

⁵⁸ Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, hlm. 499.

⁵⁹ Ilfi Nur Diana, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Malang: UIN-Malang Press, 2008), hlm. 187.

Artinya : “Telah menceritakan kepada kami 'Ali bin 'Ayyasy telah menceritakan kepada kami Abu Ghossan Muhammad bin Muthorrif berkata, telah menceritakan kepada saya Muhammad bin Al Munkadir dari Jabir bin 'Abdullah radliallahu 'anhu bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Allah merahmati orang yang memudahkan ketika menjual dan ketika membeli dan juga orang yang meminta haknya". (HR. Bukhari, No. 1934)

Dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, seorang dikatakan profesional apabila dirinya bekerja sesuai dengan keahlian atau kemampuannya. Hal ini sesuai dengan sabda Rasulullah Saw:

عَنْ عَائِشَةَ، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: إِنْ اللَّهُ عَزَّ وَجَلَّ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتَّقِنَهُ

Artinya: “Dari Aisyah ra, bersabda Rasulullah Saw: “Allah ‘azza wa jalla menyukai jika salah seorang di antara kalian melakukan suatu amal secara itqan.” (HR. Imam At-Tabrânî, dalam *al-Mu'jam al-Awsat*, No. 897, dan Imam Baihaqi dalam *Sya'bu al-Îmân*, No. 5312.)

Pekerjaan akan dapat dilakukan dan diselesaikan dengan baik secara cepat dan tepat apabila dilakukan oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya. Kepercayaan yang diberikan anggota merupakan suatu amanat. Apabila amanat tersebut disia-siakan akan berdampak pada ketidakberhasilan dan kehancuran lembaga dalam memberikan pelayanan kepada anggota. Untuk itu kepercayaan anggota sebagai suatu amanat hendaknya tidak disia-siakan dengan memberikan pelayanan secara profesional melalui pegawai yang bekerja sesuai dengan bidangnya dan mengerjakan

pekerjaannya secara cepat dan tepat, sebagaimana yang dinyatakan dalam hadis Rasulullah Saw diriwayatkan oleh Bukhari, yaitu:⁶⁰

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ سِنَانٍ حَدَّثَنَا فُلَيْحُ بْنُ سُلَيْمَانَ حَدَّثَنَا هِلَالُ بْنُ عَلِيٍّ عَنْ عَطَاءِ بْنِ يَسَارٍ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِذَا ضِيَعَتِ الْأَمَانَةُ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ قَالَ كَيْفَ إِضَاعَتُهَا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ إِذَا أُسْنِدَ الْأَمْرُ إِلَى غَيْرِ أَهْلِهِ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ

Artinya: *"Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Sinan telah menceritakan kepada kami Fulaih bin Sulaiman telah menceritakan kepada kami Hilal bin Ali dari 'Atha' bin yasar dari Abu Hurairah radhilayyahu'anhu mengatakan; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Jika amanat telah disia-siakan, tunggu saja kehancuran terjadi." Ada seorang sahabat bertanya; 'bagaimana maksud amanat disia-siakan? 'Nabi menjawab; "Jika urusan diserahkan bukan kepada ahlinya, maka tunggulah kehancuran itu." (HR. Bukhari No. 6015)*

4) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (*assurance*) merupakan pengetahuan, adab pekerja, dan kemampuan pekerja dalam menghadirkan sifat yang dapat dipercaya dalam menanggapi keluhan anggota, memberikan pelayanan yang ramah dan sopan, kualitas produk yang dijual sesuai dengan yang dipromosikan, harga/biaya pemeliharaan produk sesuai dengan harga yang dipromosikan.⁶¹

Apabila pemberi layanan menunjukkan sikap respek, sopan santun dan kelemah-lembutan maka akan meningkatkan persepsi

⁶⁰ Kitab 9 Imam hadist, HR. Bukhari No. 6015.

⁶¹ Lovelock, *et al.*, *Pemasaran*, hlm. 154.

positif dan nilai bagi anggota terhadap koperasi syariah. *Assurance* ini akan meningkatkan kepercayaan, rasa aman, bebas dari risiko atau bahaya, sehingga membuat anggota merasakan kepuasan dan akan loyal terhadap koperasi syariah. Baik buruknya layanan yang diberikan akan menentukan keberhasilan koperasi syariah dalam pemberi jasa layanan. Dengan memberikan pelayanan yang menunjukkan kesopanan dan kelemah-lembutan akan menjadi jaminan rasa aman bagi anggota yang berdampak pada kesuksesan lembaga penyedia layanan jasa. Berkenaan dengan hal ini, Al-Qur'an Surat Ali Imran ayat 159 menyatakan bahwa:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ
 حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ
 فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka; mohonkanlah mapun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya”. (QS. Ali Imran [3]: 159)

Tafsir Ibnu Katsir menjelaskan Allah Swt berfirman ditujukan kepada Rasulullah Saw, mengingatkan atas karunia yang telah diberikan kepadanya dan kepada orang-orang yang beriman, tatkala Allah menjadikan hati beliau lembut kepada umatnya yang mengikuti

perintah dan meninggalkan larangannya serta menjadikan beliau bertutur kata baik kepada mereka. (فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ) “Maka disebabkan rahmat dari Allah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka.” Artinya tidak ada sesuatu yang menjadikan kamu bersikap lembah lembut kepada mereka kalau bukan rahmat Allah yang diberikan kepadamu dan kepada mereka.⁶²

Allah Swt juga berfirman (وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ) “Sekiranya kamu bersikap keras lagi kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu.” Yang dimaksud فَظًّا dan غَلِيظَ adalah ucapan kasar. Hal itu, sesuai dengan firman-Nya setelah itu (غَلِيظَ الْقَلْبِ) “berhati kasar”. Artinya, jika kamu mengeluarkan kata-kata buruk dan berhati kasar kepada mereka, niscaya mereka akan menjauh dan meninggalkanmu, tetapi Allah menyatukan mereka semua kepadamu. Dan Allah menjadikan sikapmu lembut kepada mereka dimaksudkan untuk menarik hati mereka. Sebagaimana yang dikatakan ‘Abdullah bin Amr. Aku melihat sifat Rasulullah Saw dalam kitab-kitab terdahulu seperti itu. Dimana beliau tidak bertutur kata kasar dan tidak berhati keras, tidak suka berteriak-teriak di pasar, tidak pernah membalas kejahatan dengan kejahatan, tetapi beliau itu senantiasa memberikan maaf.⁶³

⁶² Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid. 3, hlm. 173.

⁶³ Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid. 3, hlm. 173.

Pengetahuan dan kemahiran atas suatu produk akan diperoleh dari sebuah proses belajar yang tekun dan bersungguh-sungguh. Islam memerintahkan agar setiap muslim senantiasa belajar dengan tekun dan terus meningkatkan kemampuan dirinya. Hal ini berdasarkan firman Allah Swt tentang keutamaan orang yang berilmu, sebagaimana dalam QS. Al- 'Ankabūt [29]: 43, yakni:

..... وَمَا يَعْقِلُهَا إِلَّا الْعَالِمُونَ

Artinya: “.....Tiada yang memahaminya kecuali bagi orang-orang yang berilmu.” (QS. Al- 'Ankabūt [29]: 43)

Dalam tafsir Ibnu Katsir, dijelaskan bahwa tidak ada yang dapat memahami dan merenungkannya kecuali orang-orang yang mendalam ilmunya serta menguasainya.⁶⁴

Peningkatan pengetahuan karyawan sangatlah penting bagi koperasi syariah. Karyawan yang memiliki pengetahuan luas terhadap sebuah jasa, akan mampu berbicara lebih luas tentang jasa tersebut dan dapat menyampaikan jasa lebih baik kepada anggota. Proses penyampaian jasa yang baik dapat meningkatkan kepercayaan anggota terhadap koperasi, karena anggota akan membandingkan informasi yang dia dapat dengan pengalaman setelah menggunakan jasa. Apabila informasi yang didapat berbanding lurus dengan pengalaman, maka persepsi positif nasabah terhadap produk jasa tersebut akan semakin bertambah, dan selanjutnya dapat mendorong keputusan

⁶⁴ Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid. 6, hlm. 333.

anggota untuk menggunakannya kembali pada masa yang akan datang.

5) Empati (*Empathy*)

Empati (*empathy*) merupakan bentuk perhatian pribadi kepada anggota. Memahami kebutuhan anggota adalah faktor dominan dalam mempengaruhi tingkat kepuasan dan kepercayaan anggota sehingga terjalin hubungan emosional yang baik.⁶⁵

Kemauan ini yang ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, memahami dan perhatian terhadap kebutuhan serta keluhan anggota. Perwujudan dari sikap empati ini akan membuat anggota merasa kebutuhannya terpuaskan karena dirinya dilayani dengan baik. Sikap empati pegawai ini ditunjukkan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan anggota, melayani transaksi anggota dengan senang hati, membantu anggota ketika dirinya mengalami kesulitan dalam bertransaksi atau hal lainnya berkenaan dengan pelayanan lembaga. Kesiediaan memberikan perhatian dan membantu akan meningkatkan persepsi dan sikap positif anggota terhadap koperasi. Hal ini yang akan mendatangkan kesukaan, kepuasan dan meningkatkan kepercayaan anggota. Berkenaan dengan empati, Rasulullah Saw bersabda yang diriwayatkan oleh Muslim, menyatakan:⁶⁶

⁶⁵ Lovelock, *et al.*, *Pemasaran*, hlm. 154.

⁶⁶ Kitab 9 Imam hadist, HR. Muslim No. 1699.

حَدَّثَنَا أَبُو بَكْرِ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ وَأَبُو عَامِرٍ الْأَشْعَرِيُّ وَابْنُ نُمَيْرٍ وَأَبُو كُرَيْبٍ كُلُّهُمْ عَنْ أَبِي أُسَامَةَ قَالَ أَبُو عَامِرٍ حَدَّثَنَا أَبُو أُسَامَةَ حَدَّثَنَا بُرَيْدٌ عَنْ جَدِّهِ أَبِي بُرْدَةَ عَنْ أَبِي مُوسَى : عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِنَّ الْخَازِنَ الْمُسْلِمَ الْأَمِينَ الَّذِي يُنْفِذُ وَرَبَّمَا قَالَ يُعْطِي مَا أُمِرَ بِهِ فَيُعْطِيهِ كَامِلًا مُوَفَّرًا طَيِّبَةً بِهِ نَفْسُهُ فَيُدْفَعُهُ إِلَى الَّذِي أُمِرَ لَهُ بِهِ أَحَدُ الْمُتَصَدِّقِينَ

Artinya: *“Telah menceritakan kepada kami Abu Bakar bin Abi Syaibah dan Abu Amir Al Asy'ari dan Ibnu Numair dan Abu Kuraib semuanya dari Abu Usamah - Abu Amir berkata- Telah menceritakan kepada kami Abu Usamah Telah menceritakan kepada kami Buraid dari kakeknya Abu Burdah, dari Abu Musa dari Nabi shallallahu 'alaihi wasallam, beliau bersabda: "Seorang bendahara muslim yang melaksanakan tugasnya dengan jujur, dan membayar sedekah kepada orang yang diperintahkan oleh majikannya secara sempurna, dengan segera dan dengan pelayanan yang baik, maka ia mendapat pahala yang sama seperti orang yang bersedekah." (HR. Muslim No. 1699)*

Sebuah koperasi syariah harus senantiasa memberikan perhatian khusus terhadap masing-masing anggotanya yang ditunjukkan dengan sikap komunikatif yang diiringi kepekaan tentang kebutuhan anggota. Hal ini merupakan wujud kepatuhan koperasi syariah terhadap perintah Allah Swt untuk selalu peduli terhadap kondisi dan kebutuhan orang lain, sebagaimana firman-Nya dalam QS. An-Nahl [16]: 90, yakni :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: *“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia*

memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”(QS. An-Nahl [16]: 90)

Dalam tafsir Ibnu Katsir dijelaskan bahwa Allah Swt memberitahukan bahwa Dia memerintahkan hamba-hamba-Nya untuk berbuat adil, yakni mengambil sikap tengah dan penuh keseimbangan, serta menganjurkan untuk berbuat kebaikan. Allah Swt berfirman (وَالْإِحْسَانَ) (وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَى) “*dan memberi kepada kaum kerabat*”, maksudnya, Dia memerintahkan untuk menyambung silaturahmi. Dalam ayat ini juga terdapat kata (يَعْظُكُمْ) “*Dia memberi pengajaran kepadamu*”, yakni Dia menyuruh kalian berbuat kebaikan dan melarang kalian berbuat keburukan.⁶⁷

Firman Allah Swt dalam QS. Al-Qashash [28]: 77 menjelaskan bahwa:

...وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ...

Artinya: “...*dan berbuat baiklah sebagaimana Allah berbuat baik kepadamu...*” (QS. Al-Qashash [28]: 77)

Tafsir Ibnu Katsir menjelaskan makna ayat diatas, “*Dan berbuat baiklah sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu*” yaitu berbuat baiklah kepada makhluk-Nya sebagaimana Dia telah berbuat baik

⁶⁷ Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid. 5, hlm. 96-97.

kepadamu.⁶⁸ Begitu pula dalam sunnah Rasulullah Saw yang berbunyi sebagai berikut:

حَدَّثَنَا سُؤَيْدُ بْنُ نَصْرٍ أَخْبَرَنَا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ الْمُبَارَكِ عَنْ شُعْبَةَ عَنْ قَتَادَةَ عَنْ أَنَسٍ
عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ لَا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّى يُحِبَّ لِأَخِيهِ مَا يُحِبُّ
لِنَفْسِهِ

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami Suwaid bin Nashr telah mengkhabarkan kepada kami Abdullah bin Al Mubarak dari Syu'bah dari Qatadah dari Anas dari nabi Shallallahu 'alaihi wa Salam bersabda: "Salah seorang dari kalian tidak dianggap beriman hingga mencintai untuk saudaranya seperti yang ia mencintai untuk dirinya sendiri." (HR. Tirmidzi No. 2439)

Sifat empati yang dimiliki koperasi syariah dapat merekatkan hubungan antara koperasi dan anggotanya sehingga membentuk pola interaksi positif yang menguntungkan kedua belah pihak.

6) Kepatuhan Syariah (*Compliance*)

Menurut Arifin, makna kepatuhan syariah (*compliance*) adalah penerapan prinsip-prinsip Islam, syariah dan tradisinya dalam transaksi keuangan dan bisnis lain yang terkait.⁶⁹ Sedangkan menurut Sutedi, makna kepatuhan syariah secara operasional adalah kepatuhan kepada Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) karena Fatwa DSN merupakan perwujudan prinsip dan aturan syariah yang harus ditaati oleh LKS.⁷⁰

⁶⁸ Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid 6, hlm. 298.

⁶⁹ Zainal Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, (Tangerang: Aztera Publisher, 2009), hlm. 2.

⁷⁰ Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah, Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), hlm. 145.

Dari beberapa definisi yang telah dijelaskan oleh pakar di atas, dapat dipahami bahwa kepatuhan syariah (*compliance*) merupakan penerapan nilai-nilai syariah di lembaga keuangan syariah (dalam hal ini koperasi syariah) yang menjadikan fatwa DSN-MUI dan peraturan-peraturan Islam sebagai alat ukur pemenuhan prinsip syariah, baik dalam produk, transaksi, dan operasional di koperasi syariah. Allah Swt berfirman dalam QS. Al-Māidah [5]: 48 tentang kewajiban menjalankan syariah, yakni:

وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ الْكِتَابِ وَمُهَيْمِنًا عَلَيْهِ
فَاحْكُم بَيْنَهُم بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ عَمَّا جَاءَكَ مِنَ الْحَقِّ لِكُلِّ
جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَا جَا.....

Artinya: “Kami telah menurunkan Kitab (*Al-Qur’an*) kepadamu dengan membawa kebenaran, yang membenarkan kitab-kitab yang diturunkan sebelumnya dan menjaganya maka putuskanlah mereka menurut apa yang telah diturunkan Allah dan janganlah kamu mengikuti keinginan mereka dengan meninggalkan kebenaran yang telah datang padamu. Untuk setiap umat diantara kamu, Kami berikan aturan dan jalan yang terang.....”(QS. Al-Māidah [5]: 48)

Tafsir Ibnu Katsir menjelaskan (وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ) “Dan kami telah turunkan kepadamu *al-Qur’an* dengan membawa kebenaran.” Yaitu dengan kebenaran yang tidak diragukan bahwa ia benar-benar berasal dari sisi Allah. (مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ الْكِتَابِ) “Yang membenarkan apa yang sebelumnya” yang memuat penyebutan dan pujian terhadap kitab al-

Qur'an; kitab itu akan diturunkan dari sisi Allah Swt kepada hamba-Nya dan Rasul-Nya, Muhammad Saw. Maka turunnya al-Qur'an adalah sesuai dengan apa yang diberitakan di dalam kitab-kitab tersebut. Hal itu akan menambah kebenarannya bagi pembacanya, dari kalangan orang-orang yang berpikir, yang tunduk kepada perintah Allah Swt, dan mengikuti syariat-syariat-Nya serta membenarkan para Rasul-Nya.⁷¹

Firman-Nya (وَمُهَيِّبًا عَلَيْهِ) *“Dan batu ujian terhadap kitab-kitab yang lain itu.”* Sufyan ats-Tsauri dan ulama lainnya mengatakan dari Ibnu Abbas yakni yang menjaminkannya. Maka, al-Qur'an itu dapat dipercaya, menjadi saksi, dan sebagai hakim atas kitab-kitab yang turun sebelumnya. Allah Swt menjadikan al-Qur'an yang agung ini diturunkan paling akhir, dan sebagai penutup kitab-kitab-Nya. Sebagai kitab yang paling lengkap, paling agung, dan paling sempurna dari kitab-kitab sebelumnya. Allah mengumpulkan di dalamnya berbagai kebaikan yang ada pada kitab-kitab sebelumnya. Allah mengumpulkan di dalamnya berbagai kebaikan yang ada pada kitab-kitab sebelumnya, dan menambahkannya dengan berbagai kesempurnaan yang tidak dijumpai dalam kitab-kitab lainnya. Oleh karena itu, Allah menjadikan al-Qur'an sebagai saksi, penjamin, dan yang menghakimi kitab-kitab sebelumnya secara keseluruhan.

Firman-Nya (فَأَحْكُمْ بَيْنَهُمْ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ) *“Maka putuskanlah perkara mereka menurut apa yang Allah turunkan.”* Maksudnya Hai Muhammad berikanlah keputusan di antara umat manusia, baik bangsa Arab maupun

⁷¹ Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid 3, hlm. 101.

non Arab, yang buta huruf maupun yang pandai membaca. Keputusan menurut apa yang diturunkan Allah Swt kepadamu di dalam kitab yang agung ini, dan menurut apa yang Allah tetapkan bagimu berupa hukum bagi para Nabi sebelumnya, yang belum dinasakh di dalam syariatnya.

Firman-Nya (وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ عَمَّا جَاءَكَ مِنَ الْحَقِّ) *“Dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu mereka dengan meninggalkan kebenaran yang telah datang kepadamu.”* Maksudnya, janganlah engkau berpaling dari kebenaran yang telah diperintahkan Allah kepadamu, menuju kepada hawa nafsu orang-orang bodoh lagi celaka tersebut. Selanjutnya (لِكُلِّ جَعَلْنَا) *“Untuk tiap-tiap ummat di antara kamu, kami berikan aturan dan jalan yang terang.”* Yaitu jalan dan sunnah (tuntunan). Syir’ah itu adalah syariat itu sendiri, yaitu sesuatu yang menjadi permulaan dalam menuju kepada sesuatu.⁷²

Ketentuan Kepatuhan Syariah merupakan jaminan kepatuhan syariah (*compliance assurance*) atas keseluruhan aktivitas koperasi syariah merupakan hal yang sangat penting bagi investor, anggota dan masyarakat. Beberapa ketentuan yang dapat digunakan sebagai ukuran secara kualitatif untuk menilai ketaatan syariah di dalam lembaga keuangan syariah, antara lain sebagai berikut:⁷³

⁷² Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid 3, hlm. 102.

⁷³ Sutedi, *Perbankan Syariah*, hlm.146.

- a) Akad atau kontrak yang digunakan untuk pengumpulan dan penyaluran dana sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan aturan syariah yang berlaku.
- b) Dana zakat dihitung dan dibayar serta dikelola sesuai dengan aturan dan prinsip-prinsip syariah.
- c) Seluruh transaksi dan aktivitas ekonomi dilaporkan secara wajar sesuai dengan standar akuntansi syariah yang berlaku.
- d) Lingkungan kerja dan *corporate culture* sesuai dengan syariah.
- e) Bisnis usaha yang dibiayai tidak bertentangan dengan syariah.
- f) Terdapat Dewan Pengawas Syariah (DPS) sebagai pengarah syariah atas keseluruhan aktivitas operasional bank syariah.
- g) Sumber dana berasal dari sumber yang sah dan halal menurut syariah.

d. Kualitas Pelayanan dalam Islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik harus memberikan pelayanan yang baik, jangan memberikan pelayanan yang buruk kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah [2]: 267

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari

apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.” (QS. Al-Baqarah [2]: 267)

Ibnu ‘Abbas dalam Ibnu Katsir mengemukakan bahwa mereka diperintahkan untuk menginfakkan harta kekayaan yang paling baik, paling bagus, dan paling berharga. Dan Dia melarang berinfak dengan hal-hal yang remeh dan hina. Dan itulah yang dimaksud dengan (الْخَبِيثَ) pada ayat itu. Oleh karena itu, Dia berfirman (وَلَا تَيَّمَّمُوا الْخَبِيثَ) “Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk”. Maksudnya sengaja memberikan yang buruk-buruk. (مِنْهُ تُتَفَقَّحُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ) “Lalu kamu nafkahkan darinya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya.” Maksudnya, seandainya hal itu diberikan kepada kalian, niscaya kalian tidak akan mengambilnya dan bahkan akan memicingkan mata. Sesungguhnya Allah Swt lebih tidak membutuhkan hal semacam itu dari kalian. Maka janganlah kalian memberikan kepada Allah Swt apa-apa yang kalian tidak sukai.⁷⁴

Firman-Nya (وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ) “Dan ketahuilah bahwa Allah maha kaya lagi maha terpuji.” Maksudnya, meskipun Allah Swt memerintahkan kalian bersedekah dengan yang baik-baik, namun Dia

⁷⁴ Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid. 1, hlm. 535.

maha kaya dan tidak membutuhkan hal tersebut, perintah itu tidak lain hanyalah untuk menyamakan antara orang kaya dan miskin.⁷⁵

Pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Namun, pelayanan berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaiannya akan mengenai *heart share* anggota dan pada akhirnya memperkokoh *mind share* anggota. Dengan adanya *heart share* dan *mind share* yang tertanam, kepercayaan seorang anggota terhadap lembaga tidak akan diragukan.

Adiwarman karim menjelaskan bahwa baik buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses-gagalnya bisnis yang dijalankan.⁷⁶ Sebagaimana dalam QS. Ali Imran ayat 159 menjelaskan:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ
يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu^[246]. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.” (QS. Ali Imran [3]: 159)

⁷⁵ Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid. 1, hlm. 536.

⁷⁶ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta: RajaGrafindo, 2003), hlm. 73.

Ibnu Katsir menjelaskan ayat ini mengingatkan atas karunia yang telah diberikan kepadanya dan kepada orang-orang yang beriman, tatkala Allah menjadikan hati beliau lembut kepada umatnya yang mengikuti perintah dan meninggalkan larangannya serta menjadikan beliau bertutur kata baik kepada mereka: (فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ) *“Maka disebabkan rahmat dari Allah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka.”* Artinya, tidak ada sesuatu yang menjadikan kamu bersikap lemah lembut kepada mereka kalau bukan rahmat Allah yang diberikan kepadamu dan kepada mereka.⁷⁷

Allah juga berfirman, (وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ) *“Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingnya.”* Yang dimaksud dengan “فَظًّا” dan “غَلِيظَ” di sini adalah ucapan kasar.” Artinya, jika kamu mengeluarkan kata-kata buruk dan berhati kasar kepada mereka, niscaya mereka akan menjauh dan meninggalkanmu, tetapi Allah menyatukan mereka semua kepadamu. Dan Allah menjadikan sikapmu lembut kepada mereka dimaksudkan untuk menarik hati mereka.⁷⁸

Berdasarkan ayat diatas, jelas bahwa manusia dituntun untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan dimana anggota banyak pilihan, bila pelaku koperasi syariah tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemah lembutan maka anggota akan berpindah ke perusahaan lain.

⁷⁷ Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid 2, hlm. 172.

⁷⁸ Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid 2, hlm. 173.

Pelaku bisnis dalam memberikan layanan harus menghilangkan jauh-jauh sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada anggota agar anggota terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.

2. Kepuasan Anggota

a. Pengertian Kepuasan Anggota

Menurut Kotler, kepuasan anggota adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja suatu produk yang ia rasakan atau alami terhadap harapannya.⁷⁹ Tjipjono mendefinisikan kepuasan anggota adalah evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan anggota, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.⁸⁰

Menurut Hasan, kepuasan anggota adalah perbandingan antara harapan dan persepsi dari suatu produk.⁸¹ Kepuasan anggota dalam ekonomi syariah tidak hanya kinerja produk sesuai dengan harapan secara material, tetapi juga kinerja produk dengan harapan secara spritual. Misalnya: untuk masyarakat muslim, harapan menggunakan produk halal. Jika produk itu bersifat haram, mereka tidak akan menggunakannya dan cenderung menghindari.

⁷⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, diterjemah. Hendra Teguh dan Antonius Rusli, (Jakarta: Prenhallindo, 1997), hlm. 36.

⁸⁰ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian* (Surabaya: Andi Publisher, 2014), hlm. 349.

⁸¹ Hasan, *Marketing*, hlm. 15-16.

Anggota merasa puas terhadap pelayanan bila dapat memenuhi kebutuhan (*need*), keinginan (*wants*), dan pengharapan/ekspektasi (*expectation*).⁸² Begitu sebaliknya, jika pelayanan gagal memenuhi ekspektasi, maka anggota akan merasa tidak puas.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa secara umum pengertian kepuasan anggota merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara harapan (*expectation*) kinerja yang dirasakan dengan pelayanan yang diterima (kenyataan yang dialami).

b. Faktor-faktor Kepuasan Anggota

Menurut al-Arif, faktor utama yang menentukan kepuasan, adalah meliputi:

1. *Expectation* (apa yang diharapkan)
2. *Perceived performance* (pelayanan yang diterima)

Apabila *perceived performance* melebihi *expectation* maka nasabah akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya *perceived performance* jauh di bawah *expectation* maka anggota akan merasa tidak puas.⁸³

⁸² Mts. Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan: Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan agar Memuaskan Pelanggan*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2007), hlm. 170.

⁸³ M. Nur Rianto al-Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 193.

Makin besar jurang antara apa yang diharapkan dengan kinerja, makin besar ketidakpuasan anggota. Terciptanya kepuasan anggota dapat memberikan beberapa manfaat, meliputi:⁸⁴

1. Terjadinya hubungan harmonis antara anggota dan perusahaan.
2. Terciptanya kepercayaan anggota terhadap perusahaan.
3. Terjadinya suatu bentuk isu publik yang positif dari mulut ke mulut (*word of mouth*).
4. Terjadinya pembelian dan transaksi ulang (*repeated sales*).

Sementara itu, Menurut Kotler dan Keller, terdapat lima hal utama yang menjadi faktor-faktor kepuasan nasabah, yaitu:⁸⁵

1. Kualitas produk

Anggota akan merasa puas apabila membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik.

2. Harga

Untuk anggota yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi. Bagi anggota yang tidak sensitif terhadap harga, komponen harga relatif tidak penting bagi mereka.

3. Kualitas pelayanan (*Service Quality*)

Kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sebesar 70%. Tidak mengherankan, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya

⁸⁴ al-Arif, *Dasar*, hlm. 199.

⁸⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Indonesia*, (Jakarta: PT. Prenhallindo, 2002), hlm. 54.

sulit ditiru. Pembentukan sikap dan perilaku yang seiring dengan keinginan perusahaan menciptakan, bukanlah pekerjaan mudah. Pembentukan harus dilakukan mulai dari proses, *recruitment*, pelatihan, budaya kerja, dan hasilnya biasanya baru terlihat setelah 3 tahun.

4. Faktor emosional (*emotional factor*)

Untuk beberapa produk yang berhubungan dengan gaya hidup, seperti mobil, kosmetik dan pakaian, faktor emosional tempat yang penting untuk menentukan kepuasan anggota. Rasa bangga, percaya diri, simbol sukses, bagian dari kelompok orang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh nilai emosional yang mendasari kepuasan anggota.

5. Biaya dan kemudahan

Anggota akan semakin puas apabila relatif murah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Peran *driver* pendorong kepuasan anggota tentunya tidak sama antara *driver* yang satu dengan *driver* yang lain, masing-masing *driver* memiliki bobotnya masing-masing sesuai dengan industri perusahaan dan kebutuhan dari anggota yang dimilikinya.

c. Indikator Kepuasan Anggota

Menurut Lupiyoadi, dalam menentukan kepuasan ada beberapa indikator yang harus diperhatikan oleh perusahaan antara lain:⁸⁶

1. Kualitas produk, yaitu anggota akan merasa puas bila hasil produk yang mereka gunakan berkualitas.

⁸⁶ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hlm. 175.

2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu anggota akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi, yaitu anggota akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau *self esteem* yang membuat anggota merasa puas terhadap merek tertentu.
4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada anggota.
5. Biaya, yaitu anggota yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Lupiyoadi⁸⁷ menyatakan bahwa kepuasan pelanggan yang tinggi mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasional, meningkatkan efektivitas iklan, dan reputasi bisnis. Faktor utama kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap pelayanan, seperti diukur melalui kualitas pelayanan yang diberikan, struktur harga, jasa tambahan, dan kenyamanan prosedur.

⁸⁷ Lupiyoadi, *Manajemen*, hlm. 192.

Kotler dan Keller mengungkapkan bahwa pelanggan yang puas biasanya tetap percaya dan setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, tidak terlalu memperhatikan merek pesaing, tidak terlalu sensitif terhadap harga, menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan, dan biaya pelayanannya lebih murah dibandingkan pelanggan baru karena transaksi dapat menjadi hal rutin.⁸⁸

d. Kepuasan Anggota Menurut Islam

Dalam Islam dijelaskan bahwa kepuasan anggota didapat dengan merasakan pelayanan yang baik. Al-Qur'an telah memerintahkan agar kaum muslim bersifat simpatik, lembut dengan sapaan yang baik dan sopan manakala ia berbicara dengan orang lain. Allah Swt berfirman dalam QS. al-Baqarah ayat 83:

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي
الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا
الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنْتُمْ مُّعْرِضُونَ

Artinya: “Dan (ingatlah), ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): Janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapak, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat.

⁸⁸ Kotler dan Keller, *Manajemen*, hlm. 140.

Kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling.” (QS. al-Baqarah [2]: 83)

Tafsir Ibnu Katsir menjelaskan (وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا) “*Dan ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia.*” Artinya ucapkanlah kepada mereka ucapan yang baik dan sikap yang lembut. Termasuk dalam hal ini adalah amar ma’ruf nahi munkar. Sebagaimana dikatakan oleh Hasan al-Bashri mengenai firman-Nya ini: “Termasuk ucapan yang baik adalah menyuruh berbuat baik dan mencegah berbuat munkar, bersabar, suka memberi maaf, serta berkata kepada manusia dengan ucapan yang baik, sebagaimana firman Allah di atas.⁸⁹

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah Swt menganjurkan kepada manusia untuk selalu berkata dengan baik dan dengan sikap yang baik. Hal ini, akan membuat lawan bicara merasa nyaman. Dengan perasaan nyaman itulah nasabah merasa terlayani dengan baik dan merasa puas. Perasaan puas yang dirasakan nasabah akan berdampak positif bagi lembaga keuangan, karena akan meningkatkan kepercayaan nasabah pada lembaga bersangkutan.

3. Kepercayaan Anggota

a. Pengertian Kepercayaan Anggota

Menurut Sunarto, kepercayaan anggota adalah semua pengetahuan yang dimiliki pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat tentang objek,

⁸⁹ Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid. 1, hlm. 174.

atribut, dan manfaat.⁹⁰ Dwyer, *et al.*, dalam Jasfar, menjelaskan kepercayaan anggota adalah sebagai bentuk keyakinan pelanggan terhadap sebuah janji perusahaan yang bersifat *reliable* dan juga merupakan alasan dasar untuk menjalin hubungan dengan perusahaan.⁹¹

Dari pengertian diatas dapat dikatakan bahwa kepercayaan merupakan penilaian yang diberikan pelanggan terhadap suatu produk sehingga menimbulkan tingkat kepercayaan. Tingkat kepercayaan berupa sangat percaya sekali, sangat percaya, percaya, tidak percaya, dan sangat tidak percaya.

Kepercayaan merupakan konsep penting yang menjadi pondasi dalam bertransaksi. Transaksi bisnis antara kedua belah pihak baik itu dalam bentuk *business to business* maupun *business to costomer*, akan terjadi apabila masing-masing dilandasi oleh kepercayaan. Dalam kerangka hubungan *business to costomer*, kepercayaan terbentuk karena pelanggan memiliki harapan tertentu yang terukur secara ekonomi yang mendorongnya melakukan transaksi bisnis dalam perusahaan. Dalam kondisi ini, ketika kepercayaan terbentuk akan terjadi peningkatan transaksi antara pelanggan dengan institusi, sebaliknya jika kepercayaan tidak terbentuk, transaksi bisnis tidak akan terjadi.

b. Faktor-faktor Kepercayaan Anggota

⁹⁰ Sunarto, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: AMUS, 2006), hlm. 153.

⁹¹ Farida Jasfar, *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: Sumber Daya Manusia, Inovasi, Dan Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hlm. 16.

Kepercayaan anggota tidaklah muncul begitu saja melainkan harus diupayakan melalui (fungsi manajemen; *Planning, Organizing, Actuating, and Controlling*). Melalui perencanaan yang matang dan baik dan diikuti dengan proses pengawasan dari segala apa yang telah direncanakan sudah barang tentu akan menciptakan output (barang/jasa) yang maksimal, sehingga nasabah akan cenderung memberikan respon yang positif terhadap perusahaan. Pelanggan akan cenderung menilai dan melihat apa yang sudah dirasakan dan dinikmati atau dikonsumsi.

Abdullah, *et al.*, mengatakan bahwa salah satu faktor yang menciptakan kepercayaan melalui peningkatan kualitas pelayanan.⁹² Saxton menyatakan bahwa kualitas pelayanan berhubungan positif terhadap kepercayaan.⁹³ Menurut Tjiptono dan Candra dengan kualitas pelayanan yang baik pelanggan akan merasa puas dan akan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Hal ini akan berdampak pada citra baik perusahaan.⁹⁴ Elrado, *et al.*, mengatakan bahwa ada beberapa hal yang menyebabkan nasabah akan percaya terhadap perusahaan, yaitu citra perusahaan dan perhatian melalui layanan.⁹⁵ Sementara itu, menurut Ashraf dalam jurnal yang ditulisnya menyebutkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kepercayaan yang di mediasi oleh indikator kepuasan nasabah.⁹⁶

⁹² F. Abdullah, *et al.*, "Bank Service Quality (BSQ) Index: An Indicator of Service Performance", *International Journal of Quality & Reliability Management* Vol. 28 No. 5 2011, hlm. 542-555.

⁹³ Todd Saxton, "The Effects of Partner and Relationship Characteristic on Alliance Outcomes", *Academy of Management Journal*, 1997, Vol.40, No.2, hlm. 443-461.

⁹⁴ Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra, *Service, Quality, & Satisfaction*, (Yogyakarta: ANDI, 2007), hlm. 119.

⁹⁵ Elrado H, *et al.*, "Pengaruh, hlm. 8.

⁹⁶ Ashraf, "Include the Position of Islamic Banking, hlm. 157.

Hal yang sama disampaikan Misbach, *et al.*, bahwa kualitas pelayanan sangat penting dalam mendukung kepuasan yang berpengaruh terhadap kepercayaan.⁹⁷

Kepercayaan ada jika para *stakeholders* percaya bahwa penyedia layanan jasa tersebut dapat dipercaya dan juga mempunyai derajat integritas yang tinggi.⁹⁸ Menurut Rofiq dalam jurnal Nurfarida dan Mustikowati mengatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan *stakeholders* untuk berpartisipasi dalam pertukaran dengan lembaga keuangan. Hal ini berarti bahwa *stakeholders* sudah mencapai kepercayaan tertentu, *stakeholders* akan melakukan transaksi dengan lembaga keuangan.⁹⁹

Kepercayaan juga faktor penting yang dapat mengatasi krisis dan kesulitan antara rekan bisnis. Selain itu merupakan asset penting dalam mengembangkan hubungan jangka panjang antar pelanggan. Suatu lembaga keuangan harus mampu mengenali faktor-faktor yang dapat membentuk kepercayaan agar dapat menciptakan, mengatur, memelihara, menyokong, dan mempertinggi hubungan dengan para *stakeholders*.

Kepercayaan timbul sebagai hasil atas persepsi kredibilitas dan kebaikan hati (kepedulian) perusahaan. Kredibilitas perusahaan menekankan pada kemampuan pemasok untuk memenuhi semua kewajibannya. Kebaikan

⁹⁷ Misbach, *et al.*, "Islamic, hlm. 48-61.

⁹⁸ Karsono, *Pemikiran-Pemikiran dalam Pembangunan Kesejahteraan Sosial* (Jakarta: Lembaga Penerbit FE-UI, 2006), hlm. 124.

⁹⁹ Iva Nurdiana Nurfarida dan Rita Indah Mustikowati, "Peranan Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan dalam Membangun Kepercayaan Nasabah Bank Syariah," *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, Vol. 1 No. 2 Tahun 2014, hlm. 66.

hati (kepedulian) menekankan pada seberapa jauh pihak perusahaan memiliki rasa kepedulian terhadap pembeli.¹⁰⁰

Timbulnya kepercayaan karena hasil dari keandalan dan integritas mitra yang ditunjukkan melalui sikap seperti konsisten, kompeten, adil, tanggung jawab, suka menolong dan memiliki kepedulian. Dengan kata lain, kepercayaan timbul karena perusahaan dapat menunjukkan kemampuan, keahlian, dan keahliannya.

Koperasi syariah yang fokus pada anggota adalah menjadi pilihan strategis bagi industri dan dunia usaha agar mampu bertahan di tengah situasi lingkungan ekonomi yang memperlihatkan kecenderungan fluktuasi, perubahan demi perubahan, persaingan tinggi dan semakin canggihnya kualitas hidup. Hal ini menjadi harga yang harus dibayar oleh perusahaan agar tetap bertahan dalam bisnisnya, yaitu dengan terus meningkatkan kualitas layanannya.¹⁰¹

c. Indikator Kepercayaan Anggota

McKnight *et al.*, dalam Adji dan Semuel menyatakan bahwa ada tiga elemen yang membangun persepsi pihak yang percaya (anggota) terhadap pihak yang dipercaya (koperasi syariah), yaitu sebagai berikut:¹⁰²

¹⁰⁰ Mulyo Budi Setiawan dan Ukudi, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Pd. Bpr Bank Pasar Kendal)," Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), September 2007, ISSN: 1412-3126, Vol. 14, No.2, hlm. 217.

¹⁰¹ Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hlm. 168.

¹⁰² McKnight *et al.*, "The Impact of Initial Consumer Trust on Intention to Transact with a Website: A Trusting Building Model." Jurnal sistem strategi informasi ,2002, hlm. 11 dalam Jennifer Adji dan Hatane Semuel, Pengaruh Satisfaction Dan Trust Terhadap Minat Beli

1. Kompetensi (*Competence*)

Kompetensi (*competence*) adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk membantu pelanggan dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan pelanggan tersebut. Esensi dari kompetensi adalah seberapa besar keberhasilan perusahaan untuk menghasilkan hal yang diinginkan oleh pelanggan. Inti dari kompetensi adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

2. Niat Baik (*Benevolence*)

Niat baik (*benevolence*) berarti seberapa besar seseorang percaya kepada perusahaan untuk berperilaku baik kepada pelanggan. *Benevolence* merupakan kesediaan perusahaan untuk melayani kepentingan pelanggan.

3. Integritas (*Integrity*)

Integritas (*integrity*) adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran perusahaan untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada pelanggan.

Hal ini juga dikemukakan oleh Yousafzai *et al.*, indikator yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu kemampuan (*ability*), niat baik (*benevolence*), dan integritas (*integrity*).¹⁰³

Pelanggan (*Purchase Intention*) Di Starbucks The Square Surabaya, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1, (2014), hlm. 5.

¹⁰³ Yousafzai, S. Y., *et al.*, "A Proposed Model of ETrust for Electronic Banking", Journal of Service Research Technovation. 2003, Vol. 23, hlm. 847-860.

d. Kepercayaan dalam Islam

Kepercayaan dalam Islam dikatakan sebagai amanah. Orang yang amanah diartikan dengan orang yang dapat dipercaya. Nabi Muhammad Saw sebelum mendapat tugas menyampaikan al-Quran diberi gelar oleh orang-orang dengan sebutan *al-Amin* (orang yang dapat dipercaya). Bahasa modern (bahasa Inggris) dari amanah yang biasa dipakai dalam istilah bisnis adalah *credible*. Orang yang dapat dipercaya disebut dengan istilah ‘orang yang sangat *credible*’. Dan secara syar’i, amanah bermakna: menunaikan apa-apa yang dititipkan atau dipercayakan. Itulah makna yang terkandung dalam firman Allah Swt:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا.....

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu untuk menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya.....*” (QS. An-Nisaa’ [4] : 58).

Ibnu Katsir menjelaskan Allah Swt mengabarkan, bahwa Dia memerintahkan untuk menunaikan amanat kepada ahlinya. Di dalam hadits al-Hasan dari Samurah, bahwa Rasulullah Saw bersabda yang artinya: “*Tunaikanlah amanah kepada yang memberikan amanah dan jangan khianati orang yang berkhianat kepadamu.*” (HR. Ahmad dan Ahlus Sunan)

Hal ini mencakup seluruh amanah yang wajib bagi manusia, berupa hak-hak Allah Swt terhadap para hamba-Nya, seperti sholat, puasa, zakat, kafarat, nadzar, dan selain dari itu, yang kesemuanya adalah amanah yang diberikan tanpa pengawasan hamba-Nya yang lain. Serta amanah yang berupa hak-hak sebagian hamba dengan hamba lainnya, seperti titipan dan

selanjutnya yang kesemuannya adalah amanah yang dilakukan tanpa pengawasan saksi. Itulah yang diperintahkan oleh Allah Swt untuk ditunaikan. Barang siapa tidak melakukannya di dunia ini, maka akan diminta pertanggung jawabannya di hari kiamat.

Ayat di atas menegaskan bahwa amanah tidak melulu menyangkut urusan material dan hal-hal yang bersifat fisik. Kata-kata adalah amanah. Menunaikan hak Allah adalah amanah. Memperlakukan sesama insan secara baik adalah amanah. Selanjutnya di dalam ayat lain, Allah Swt berfirman:

.... فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ....

Artinya: “.....Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya dan hendaklah ia bertaqwa kepada Allah, Rabb-Nya.....” (Al Baqarah : 283).

Dalam Ibnu Katsir dijelaskan (فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ)

“Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya)”.

Selanjutnya Imam asy-Sya’bi mengatakan “Jika kalian saling mempercayai, maka tidak ada dosa bagi kalian untuk tidak menulis, dan tidak mengambil kesaksian. Lebih lanjut firman Allah Swt (وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ) “dan hendaklah ia bertaqwa kepada Allah, Rabb-Nya” yakni orang yang dipercaya (untuk memegang amanat, hendaklah bertaqwa kepada Allah).¹⁰⁴

Terdapat juga dalam QS. an-Anfal ayat 27 sebagai berikut:

¹⁰⁴ Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid.1, hlm. 570.

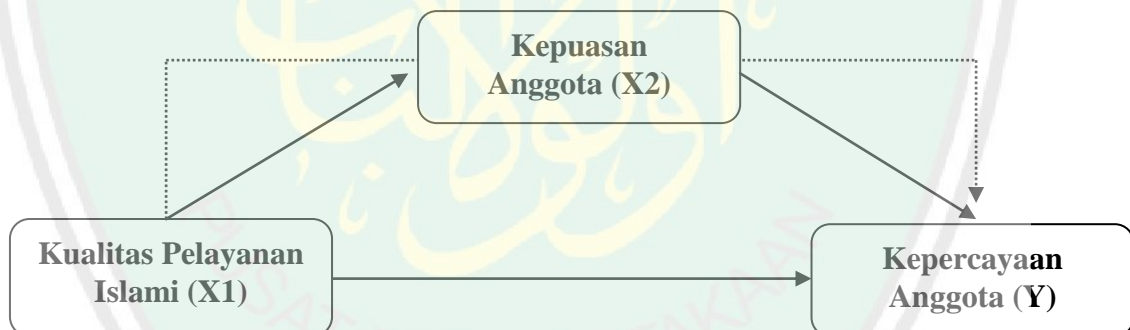
يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.*” (QS. al-Anfal [8] : 27).

Turunlah firman-Nya: “*Hai orang-orang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul, dan Janganlah “kamu mengkhianati amanat-amanat”* maksudnya apa-apa yang dipercayakan kepadamu, seperti agama dan sebagainya “*sedang kamu mengetahui.*”¹⁰⁵

C. Kerangka Konseptual

Pada bagian ini, peneliti membentuk kerangka berpikir yang diambil dari kajian pustaka dan teori, sebagai berikut:



Gambar 2.1: Kerangka Konseptual

D. Hipotesis Penelitian

1. Hubungan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Anggota

¹⁰⁵ Al-Imam Jalaluddin bin Ahmad bin Muhammad al-Mahalli al-Imam Jalaluddin Abdirrahman bin Abu Bakar as-Suyuthi, *Tafsir Jalalain*, diterjmh. Najib Junaidi. (Surabaya: Pustaka eLBA, 2010), hlm. 693.

Kotler dan Armstrong¹⁰⁶, menyatakan lembaga keuangan harus memahami dan memenuhi kebutuhan anggota sehingga anggota merasa puas terhadap layanan yang diterima. Hidayat, *et al.*,¹⁰⁷ menyatakan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Kishada dan Wahab,¹⁰⁸ menyatakan ada korelasi positif dan signifikan antara indikator kualitas pelayanan dengan kepuasan. Ashraf¹⁰⁹ menyatakan ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan. Juniawan¹¹⁰ menyatakan indikator kualitas pelayanan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan adalah *assurance, reliability, tangible, and empathy*. Dan Rizwan¹¹¹, mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan.

H1 : Semakin baik kualitas pelayanan Islami maka semakin meningkat kepuasan anggota di Puskopsyah Alkamil Jawa Timur

2. Hubungan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepercayaan Anggota

Ganesan¹¹² mengatakan terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan kepercayaan yang pada akhirnya akan mengarah pada terciptanya hubungan jangka panjang antara lembaga dengan pelanggan. Abdullah, *et al.*,¹¹³ mengatakan bahwa salah satu faktor yang menciptakan kepercayaan melalui peningkatan kualitas pelayanan. Hasil penelitian

¹⁰⁶ Kotler dan Armstrong, *Principle of Marketing*, hlm. 34.

¹⁰⁷ Hidayat, "Effect of Service Quality, hlm. 151.

¹⁰⁸ Kishada dan Wahab, "Influence, hlm. 110-119.

¹⁰⁹ Ashraf, "Include the Position of Islamic Banking, hlm. 157.

¹¹⁰ Juniawan, "Kualitas Pelayanan, hlm. 51.

¹¹¹ Rizwan, "Incorporation Attitude, hlm. 456.

¹¹² Ganesan, "Determinants of Long-term Orientation, hlm. 1.

¹¹³ F. Abdullah, *et al.*, "Bank, hlm. 542-555.

Saxton¹¹⁴ menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berhubungan positif terhadap kepercayaan. Kishada dan Wahab¹¹⁵ menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Begitu juga dengan pernyataan Misbach, *et al.*,¹¹⁶ kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan.

H2 : Semakin baik kualitas pelayanan Islami maka semakin meningkat kepercayaan anggota di Puskopsyah Alkamil Jawa Timur

3. Hubungan Kepuasan terhadap Kepercayaan Anggota

Kotler dan Keller¹¹⁷ mengungkapkan bahwa pelanggan yang puas biasanya tetap percaya dan setia untuk waktu yang lebih lama. Rizwan¹¹⁸ menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan. Ashraf¹¹⁹ menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kepercayaan.

H3 : Semakin tinggi kepuasan anggota maka semakin meningkat kepercayaan anggota di Puskopsyah Alkamil Jawa Timur

¹¹⁴ Saxton, "The Effects of Partner, hlm. 443.

¹¹⁵ Kishada dan Wahab, "Influence, hlm. 110-119.

¹¹⁶ Misbach, *et al.*, "Islamic Bank, hlm. 51.

¹¹⁷ Kotler dan Keller, *Manajemen*, hlm. 140.

¹¹⁸ Rizwan, "Incorporation Attitude, hlm. 456.

¹¹⁹ Ashraf, "Include the Position of Islamic Banking, hlm. 157.

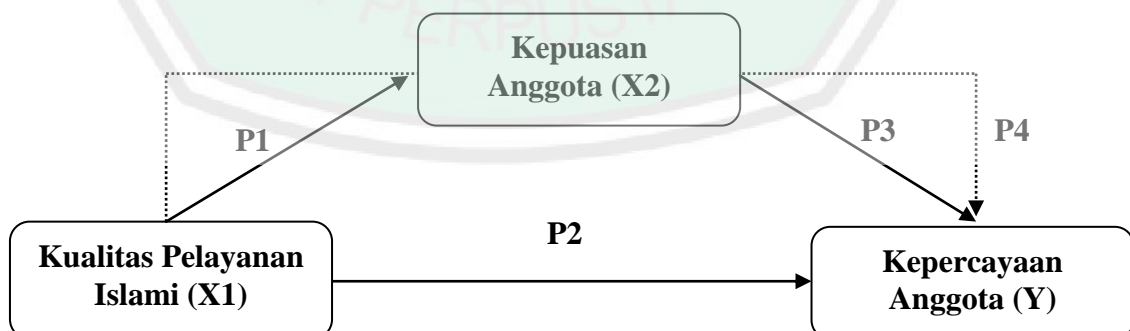
4. Hubungan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepercayaan melalui Kepuasan Anggota

Menurut Tjiptono dan Candra¹²⁰ dengan kualitas pelayanan yang baik pelanggan akan merasa puas dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Hal ini akan berdampak pada citra baik perusahaan. Ashraf¹²¹ menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kepercayaan yang di mediasi oleh indikator kepuasan anggota. Hal yang sama dinyatakan Misbach, *et al.*,¹²² bahwa kualitas pelayanan sangat penting dalam mendukung kepuasan anggota yang berpengaruh terhadap kepercayaan anggota.

H4 : Semakin baik kualitas pelayanan Islami maka semakin meningkat kepuasan anggota yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan anggota di Puskopsyah Alkamil Jawa Timur

E. Model Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konsep dan hipotesis penelitian di atas, pada bagian ini disusun model hipotesis penelitian seperti terlihat pada gambar 2.2 berikut ini:



Gambar 2.2: Model Hipotesis Penelitian

¹²⁰ Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra, *Service*, hlm. 119.

¹²¹ Ashraf, "Include the Position of Islamic Banking, hlm. 157.

¹²² Misbach, *et al.*, "Islamic Bank, hlm. 51.

Keterangan:

P : Koefisien *Path* (Jalur)

→ : Arah koefisien jalur langsung

.....→ : Arah koefisien jalur tidak langsung

H1 : Kotler dan Armstrong (1999), Hidayat, *et al.*, (2015), Kishada dan Wahab (2015), Ashraf (2014), dan Juniawan (2014).

H2 : Ganesan (1994), Abdullah (2011), Saxton (1997), Kishada dan Wahab (2014), dan Misbach *et al.*, (2013)

H3 : Kotler dan Keller (2002), Rizwan (2014), dan Ashraf (2014).

H4 : Tjiptono dan Candra (2007), Ashraf (2014), dan Misbach *et al.*, (2013).



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini dimaksudkan sebagai strategi untuk memperoleh data yang tepat sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif yaitu penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data berupa angka. Data tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut.¹²³

Penelitian sebagai suatu kegiatan yang dilakukan secara terencana dan sistematis untuk mendapatkan jawaban terhadap rumusan masalah dan hipotesis antar variabel. Dibuatlah dalam penelitian ini alat ukur berupa kuesioner. Data yang diperoleh berupa jawaban dari kuesioner oleh responden terhadap pernyataan dan butir-butir yang diajukan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian ekplanatoris (*eksplanatory research*)¹²⁴ berupa penelitian yang mengidentifikasi pengaruh variabel-variabel kualitas pelayanan Islami terhadap kepuasan dan kepercayaan anggota di Puskopsyah Alkamil.

¹²³ Murti Sumarni dan Salamah Wahyuni, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: ANDI, 2005), hlm. 47.

¹²⁴ Masyhuri dan M. Zainuddin, *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dan Aplikatif*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2008), hlm. 34.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Puskopsyah Alkamil yang berlokasi di Jl. Ampeldento, Ruko Ndalem Kalegan No 2-6, Pakis, Malang Jawa Timur. Dengan nomor telpon 0341-795304. Dengan penyebaran kuesiner di lima kantor cabang se-Malang Raya, yang meliputi:

1. Kantor layanan Assa'adah Singosari
2. Kantor layanan Assa'adah Sejahtera Gondanglegi
3. Kantor layanan al-Baasith Mertojoyo Malang
4. Kantor layanan Ahmad Yani Malang
5. Kantor layanan al-Jabbar Muamalah Malang.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekelompok unsur elemen yang menjadi objek penelitian.¹²⁵ Populasi sebagai kumpulan individu yang memiliki satu atau lebih sifat-sifat yang sama dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang ditentukan dan menjadi pusat perhatian peneliti.

Dikatakan pula bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Maka, Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota di Puskopsyah Alkamil.

¹²⁵ Suharsismi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), hlm. 134.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik tertentu yang diambil dari populasi tersebut dan diteliti secara rinci.¹²⁶ Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling*.¹²⁷ Penentuan sampel menggunakan *insidental sampling*, yang berarti teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.¹²⁸

Penentuan besarnya sampel dengan menggunakan Maholtra, yang menyatakan bahwa besarnya jumlah sampel yang diambil dapat ditentukan dengan cara mengalikan jumlah variabel item pertanyaan dengan 5 atau 5 kali jumlah variabel item pertanyaan.¹²⁹

Menurut Hair, *et al.*, dalam Prawira menyebutkan bahwa apabila populasi tidak diketahui, maka dia merekomendasikan jumlah sampel minimal adalah 5 kali dari jumlah item pertanyaan yang terdapat di kuesioner. Indikator dalam penelitian ini terdiri dari 1 variabel bebas, 1 variabel intervensi, dan 1 variabel terikat. Semua variabel ini membentuk beberapa item pertanyaan yang berjumlah 31 pertanyaan. Sehingga, minimal ukuran sampel dalam penelitian ini adalah $31 \times 5 = 155$

¹²⁶ John W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 218.

¹²⁷ Nur Asnawi dan Masyhuri, *Manajemen Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hlm. 128.

¹²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 122.

¹²⁹ Maholtra, N. K, *Riset Pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), hlm. 364.

pertanyaan. Jadi, besarnya sampel dalam penelitian ini adalah 155 responden.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah atribut penelitian yang akan diukur. Menjelaskan jenis dan jumlah variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti memadukan variabel antara teori kualitas pelayanan konvensional dengan teori-teori Islam, sehingga menghasilkan 6 variabel kualitas pelayanan Islami yang kemudian diuji dan dianalisis pengaruhnya terhadap kepuasan dan kepercayaan.

Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan Islami (X1)

Menurut Kotler, kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.¹³⁰ Sedangkan dalam penelitian ini yang dimaksud dengan kualitas pelayanan Islami adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Indikator dari kualitas pelayanan, meliputi:

¹³⁰ Kotler dan Amstrong, *Prinsip*, hlm. 310.

- 1) X1.1 : Bukti fisik (*Tangible*)
- 2) X1.2 : Keandalan (*Reliability*)
- 3) X1.3 : Daya Tanggap (*Responsiveness*)
- 4) X1.4 : Jaminan (*Assurance*)
- 5) X1.5 : Empati (*Empathy*)
- 6) X1.6 : Kepatuhan Syariah (*Compliance*)

2. Kepuasan Anggota (X2)

Menurut Kotler, kepuasan anggota adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja suatu produk yang ia rasakan atau alami terhadap harapannya.¹³¹ Indikator yang digunakan adalah terpenuhi sistem syariah, terpenuhi harapan, kepuasan fasilitas, dan kepuasan menggunakan produk dan jasa.

3. Kepercayaan Anggota (Y)

Menurut Dwyer, *et al.*, kepercayaan anggota adalah sebagai bentuk keyakinan pelanggan terhadap sebuah janji perusahaan yang bersifat *reliable* dan juga merupakan alasan dasar untuk menjalin hubungan dengan perusahaan.¹³² Indikator yang digunakan adalah kompetensi (*competence*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*).

Untuk mempermudah memahami, berikut tabel definisi operasional variabel akan dijelaskan dibawah ini:

¹³¹ Kotler, *Manajemen*, hlm. 36.

¹³² Dalam Jasfar, *Teori*, hlm. 16.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Konsep	Variabel	Indikator	Item
Kualitas Pelayanan Islami (X1)	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>) Parasuraman, <i>et al.</i> , (1996) dan Lovelock (2010)	1. Ruang ibadah 2. Penampilan karyawan 3. Kebersihan kantor 4. Interior kantor	1. Puskopsyah Alkamil memiliki ruang mushala di dalam kantornya 2. Karyawan Puskopsyah Alkamil berpenampilan syar'i dan rapi 3. Puskopsyah Alkamil memiliki ruang kantor yang bersih 4. Interior kantor Puskopsyah Alkamil indah dihiasi kaligrafi Islam
	Keandalan (<i>Reliability</i>) Parasuraman, <i>et al.</i> , (1996) dan Lovelock (2010)	1. Pelayanan sesuai janji 2. Pelayanan segera 3. Pelayanan tepat dan akurat	1. Pelayanan Puskopsyah Alkamil sesuai dengan janji yang diberikan 2. Puskopsyah Alkamil memberikan layanan dengan segera 3. Puskopsyah Alkamil memberikan layanan dengan tepat dan akurat
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) Parasuraman, <i>et al.</i> , (1996) dan Lovelock (2010)	1. Kesedian pengetahuan karyawan 2. Pemberitahuan waktu pelayanan 3. Ketepatan pelayanan 4. Kesiapan melayani	1. Puskopsyah Alkamil memiliki pengetahuan ekonomi dan keuangan syariah dalam melayani anggota 2. Puskopsyah Alkamil memberitahu anggota kapan layanan diberikan 3. Puskopsyah Alkamil mampu menyelesaikan keluhan anggota 4. Puskopsyah Alkamil siap melayani kebutuhan anggota
	Jaminan (<i>Assurance</i>) Parasuraman, <i>et al.</i> , (1996) dan Lovelock (2010)	1. Keyakinan terhadap kemampuan karyawan 2. Ramah dan santun 3. Rasa aman bertransaksi 4. Produk sesuai promosi	1. Puskopsyah Alkamil mampu memberikan konsultasi ekonomi dan keuangan syariah kepada anggota 2. Karyawan Puskopsyah Alkamil ramah dan santun saat melayani 3. Anggota merasa aman saat bertransaksi dengan Puskopsyah Alkamil 4. Produk Puskopsyah Alkamil sesuai dengan yang dipromosikan
	Empati (<i>Empathy</i>) Parasuraman, <i>et al.</i> , (1996) dan Lovelock (2010)	1. Menyapa anggota dengan nama 2. Meminta maaf atas kesalahan layanan	1. Karyawan Puskopsyah Alkamil menyapa anggota dengan nama 2. Puskopsyah Alkamil segera meminta maaf saat terjadi kesalahan layanan 3. Karyawan Puskopsyah Alkamil memahami kebutuhan anggota

		<ul style="list-style-type: none"> 3. Memahami kebutuhan anggota 4. Pelayanan dengan senang hati 	4. Karyawan Puskopsyah melayani anggota dengan senang hati
	<p>Kepatuhan Syariah (<i>Compliance</i>)</p> <p>Othman dan Owen (2001), Safitri (2004), dan Juniawan (2014)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1. Produk bagi hasil 2. Produk dan Jasa Syariah 3. Tidak ada unsur riba, gharar, dan maysir 4. ZIS 5. Budaya Perusahaan. 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Puskopsyah Alkamil menyediakan produk investasi bagi hasil 2. Puskopsyah Alkamil Memberikan layanan produk dan jasa syariah 3. Tidak ada unsur riba, gharar, dan maysir dalam produk Puskopsyah Alkamil 4. Pelaksanaan Zakat, Infaq, dan Shadaqoh (ZIS) yang amanah oleh Puskopsyah Alkamil. 5. Puskopsyah Alkamil memiliki budaya kerja Islami
Kepuasan Anggota (X2)	<p>Kepuasan Anggota</p> <p>Kotler dan Keller (2008), dan Lupiyoadi (2008)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1. Terpenuhi sistem syariah 2. Terpenuhi harapan anggota 3. Kepuasan terhadap fasilitas 4. Kepuasan menggunakan produk dan jasa 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Sistem syariah yang diterapkan Puskopsyah Alkamil membuat anggota merasa tenang 2. Pelayanan yang diberikan Puskopsyah Alkamil memenuhi harapan anggota 3. Fasilitas, sarana dan prasarana Puskopsyah Alkamil membantu anggota 4. Produk dan jasa Puskopsyah Alkamil membantu anggota.
Kepercayaan Anggota (Y)	<p>Kepercayaan Anggota</p> <p>McKnight <i>et al.</i>, (2002) Adji dan Semuel (2014), dan Yousafzai (2003)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1. Kompetensi (<i>Competence</i>) 2. Niat baik (<i>Benevolence</i>) 3. Integritas (<i>Integrity</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Kredibilitas dan kemampuan kualitas pelayanan yang diberikan Puskopsyah Alkamil bermutu 2. Perilaku baik dan layanan Puskopsyah Alkamil memberikan kepuasan dan kepercayaan anggota 3. Sikap amanah, jujur, bertanggung jawab, dan peduli yang ditunjukkan Puskopsyah Alkamil membantu anggota.

Sumber: Data Sekunder (diolah)

E. Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala Likert mempunyai dua bentuk pertanyaan: Pertama, pertanyaan positif diberi skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju, skor 2 untuk jawaban tidak setuju, skor 3 untuk jawaban netral, skor 4 untuk jawaban setuju, dan skor 5 untuk jawaban sangat setuju. Sementara untuk pernyataan negatif diberi skor 1 untuk jawaban sangat setuju, skor 2 untuk jawaban setuju, skor 3 untuk jawab netral, skor 4 untuk jawaban tidak setuju dan skor 5 untuk jawaban sangat tidak setuju.¹³³

Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, berupa.

- a. Skor 5 : Sangat Setuju (SS)
- b. Skor 4 : Setuju (S)
- c. Skor 3 : Netral (N)
- d. Skor 2 : Tidak Setuju (TS)
- e. Skor 1 : Sangat Tidak Setuju (STS).

¹³³ Achmad Sani Supriyanto dan Vivin Maharani, *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori, Kuesioner, dan Analisis Data*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2013), hlm. 43.

F. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam kegiatan penelitian sangatlah penting karena berkaitan dengan tersedianya data yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian, sehingga simpulan yang diambil adalah benar. Oleh karena itu dalam penelitian, pengumpulan data harus dilakukan dengan tepat.

Data dalam penelitian ini dibagi menjadi 2, sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara).¹³⁴ Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari survei yang dilakukan oleh peneliti. Dimana survei ini dilakukan dengan membagikan kuesioner untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kepuasan dan kepercayaan anggota di Puskopsyah Alkamil Jawa Timur.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara yang diperoleh dan dicatat oleh pihak lain.¹³⁵ Data sekunder dalam penelitian ini berupa laporan yang diterbitkan oleh Puskopsyah Alkamil.

¹³⁴ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Press, 2008), hlm. 103.

¹³⁵ Achmad Sani Supriyanto dan Masyhuri Machfudz, *Metodologi Riset: Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2010), hlm. 194.

G. Metode Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner (Angket) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.¹³⁶

Kuesioner tersebut merupakan kuesioner tertutup yang terdiri dari dua bagian, yaitu bagian pertama yang terdiri atas pertanyaan-pertanyaan untuk memperoleh data pribadi responden dan bagian kedua digunakan untuk mendapatkan data tentang dimensi-dimensi dari konstruk-konstruk yang dikembangkan dalam penelitian ini. Pernyataan-pernyataan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skala *Likert*. Kuesioner yang digunakan dalam hal ini adalah kuesioner tertutup yakni kuesioner yang sudah disediakan jawabannya, sehingga responden tinggal memilih dan menjawab secara langsung.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, dan sebagainya. Dalam penelitian ini data yang diambil dari metode dokumentasi antara lain: sejarah perkembangan perusahaan, struktur organisasi perusahaan, tugas dan wewenang dari setiap personil, jumlah seluruh karyawan.

¹³⁶ Sugiyono, *Metode*, hlm. 199.

3. Wawancara

Melalui tanya jawab langsung dengan pihak terkait, khususnya Puskopsyah Alkamil Jawa Timur yang meliputi lokasi, kantor layanan, serta data lainnya dengan maksud memperoleh tambahan informasi lainnya.

H. Instrumen Penelitian

Dalam pelaksanaan kegiatan penelitian diperlukan alat bantu berupa instrumen penelitian, yang meliputi:

1. Kuesioner

Kuesioner berupa pertanyaan-pertanyaan sebagai alat ukur untuk masing-masing variabel, yang meliputi variabel kualitas pelayanan Islami terdiri dari 6 variabel, yaitu bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), peduli (*empathy*) dan kepatuhan syariah (*compliance*), serta variabel kepuasan anggota (*satisfaction*) dan variabel kepercayaan anggota (*trust*).

2. Pedoman wawancara

Daftar berisi pertanyaan yang akan diajukan khususnya pada Puskopsyah Alkamil Jawa Timur berupa lokasi, kantor layanan, komposisinya dan data lainnya.

I. Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan perhitungan komputerisasi program *Statistical Program for Social Science* (SPSS) versi 21 yaitu suatu program komputer statistik yang mampu memproses data statistik secara tepat dan cepat, menjadi berbagai output yang dikehendaki para pengambil keputusan. Analisis data adalah pengolahan data yang diperoleh dengan menggunakan rumus atau dengan aturan-aturan yang ada sesuai dengan pendekatan penelitian.

Analisis data dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis dalam rangka penarikan simpulan. Pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan tujuan mengetahui ketepatan dan kehandalan kuesioner yang mempunyai arti bahwa kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Hasil dari uji ini cukup mencerminkan topik yang sedang diteliti. Uji validitas diuji dengan program SPSS versi 21 dengan melihat korelasi *Pearson's's Product Moment* untuk masing-masing item pertanyaan dengan skor uji total. Dengan rumus:¹³⁷

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2] - [[N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

X : Skor item

Y : Skor total

¹³⁷ Supriyanto dan Machfudz, *Metodologi*, hlm. 249.

XY : Skor pernyataan

N : Jumlah responden

r : Koefisien korelasi *product moment*.

Adapun dasar pengambilan keputusan suatu item valid atau tidak valid menurut Sugiyono, dapat diketahui dengan cara mengorelasikan antara skor butir dengan skor total bila korelasi r diatas 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid sebaliknya bila korelasi r di bawah 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut tidak valid sehingga harus diperbaiki atau dilarang.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh sebuah alat ukur dapat diandalkan atau dipercaya. Apabilas suatu alat ukur digunakan berulang dan hasil yang diperoleh relatif konsisten maka alat ukur tersebut dianggap handal (reliabilitas). Pengujian reliabilitas terhadap semua item atau pernyataan yang dipergunakan pada penelitian ini menggunakan formula *Cronbach Alpha* (*Koefisien Alfa Cronbach*), dimana secara umum dianggap reliabel apabila nilai *Alfa Cronbach*-nya $> 0,6$. Pada penelitian ini, uji reliabilitas diuji menggunakan program SPSS versi 20. Dengan rumus:¹³⁸

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\Sigma \sigma_i^2}{\sigma_1^2} \right]$$

¹³⁸ Supriyanto dan Machfudz, *Metodologi*, hlm. 250.

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\Sigma\sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

$\Sigma\sigma_b^2$ = Varians total.

Apabila variabel yang diteliti mempunyai *cronbach's alpha* (α) > 60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliabel, sebaliknya *cronbach's alpha* (α) < 60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Dalam uji asumsi klasik dilakukan tahap-tahap seperti di bawah ini:¹³⁹

a. Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel independen. Salah satu cara untuk mengetahui gejala ini adalah dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai VIF tidak lebih dari 5, maka mengindikasikan bahwa dalam model tidak terdapat multikolinieritas.

¹³⁹ Supriyanto dan Maharani, *Metodologi*, hlm. 233.

b. Heteroskedastisitas

Supriyono dan Maharani mengatakan bahwa model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui gejala ini digunakan uji koefisien korelasi *Rank Spearman* yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel Independen. Apabila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti non heteroskedastisitas atau homoskedastisitas.

c. Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autorelasi. Uji ini menggunakan *Durbin-Watson* (D-W) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif yang perlu perbaikan
- 2) Angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak autokorelasi positif
- 3) Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

d. Normalitas

Normalitas artinya asumsi ini menginginkan model yang dihasilkan mempunyai nilai residual yang menyebar normal dengan nilai rata-rata sama dengan nol. Uji kenormalan ini dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Jika nilai signifikansi dari hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* $> 0,05$, maka asumsi normalitas terpenuhi.

e. Linieritas

Pengujian linieritas perlu dilakukan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linier atau tidak. Uji linieritas dilakukan dengan menggunakan *curve estimation*, yaitu gambaran hubungan variabel dependen dengan variabel independen. Jika nilai $\text{sig } f < 0,05$, maka variabel dependen memiliki hubungan linier dengan variabel independen.

4. Analisis Statistik Deskriptif

Metode ini digunakan untuk mengkaji variabel yang ada pada penelitian yaitu: Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan kepercayaan Anggota pada Puskopseyah Alkamil. Analisis statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah persentase, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Membuat tabel distribusi jawaban angket variabel X dan Y.
- b. Menentukan skor jawaban responden dengan ketentuan skor yang telah ditetapkan.

- c. Menjumlahkan skor jawaban yang diperoleh dari tiap-tiap responden.
- d. Memasukkan skor tersebut ke dalam rumus:

$$DP = \frac{n}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

DP : Deskripsi persentase

n : Jumlah skor yang diharapkan

N : Nilai persentase atau hasil

5. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Menurut Ridwan dan Kuncoro dalam Supriyanto, *path analysis* digunakan untuk menganalisis hubungan diantara variabel. Model ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien jalur (*path*) merupakan koefisien regresi yang distandarkan, yaitu koefisien regresi yang dihitung dari basis data yang telah diset dalam angka baku (Z – score).¹⁴⁰

Analisis jalur diolah dengan paket SPSS, dengan ketentuan uji F pada Alpha = 0,05 atau $p \leq 0,05$ sebagai taraf signifikansi (Sig. F) untuk melihat signifikansi pengaruh tidak langsung data variabel-variabel independen terhadap variabel tergantungnya digunakan uji T pada taraf

¹⁴⁰ Supriyanto dan Maharani, *Metodologi*, hlm. 74.

signifikansi Alpha = 0,05 atau $p \leq 0,05$ yang dimunculkan dalam kode (Sig.T).¹⁴¹

Menurut Solimun dalam Supriyanto, langkah-langkah analisis jalur adalah sebagai berikut:¹⁴²

- a. Merancang model berdasarkan konsep dan teori
- b. Pemeriksaan terhadap asumsi yang mendasar, sebagai berikut:
 - 1) Hubungan antar variabel bersifat linier dan adaptif (mudah menyesuaikan diri)
 - 2) Hanya model rekursif yang dapat dipertimbangkan, yaitu banyak sistem aliran causal satu arah. Sedangkan pada model yang mengandung causal resiprokal tidak dapat dilakukan analisis *path*.
 - 3) Variabel endogen setidaknya dalam ukuran interval.
 - 4) Observed variables diukur tanpa kesalahan (instrumen pengukuran valid dan reliabel).
 - 5) Model yang dianalisis dispesifikasikan (diidentifikasi) dengan benar berdasarkan teori-teori dan konsep-konsep yang relevan.
 - a) Pendugaan parameter atau perhitungan koefisien *path*.
 - b) Pemeriksaan validitas model. Sahih tidaknya suatu model tergantung pada terpenuhi atau tidak asumsi yang melandasinya.
- c) Terdapat dua indikator validitas model di dalam analisis *path*, yaitu koefisien determinan total dan *theory timing*.

¹⁴¹ Supriyanto dan Maharani, *Metodologi*, hlm. 233.

¹⁴² Supriyanto dan Maharani, *Metodologi*, hlm. 74-75.

(1) Koefisien determinan total

Total keragaman data yang dapat dijelaskan oleh model ini diukur dengan: $R^2_m = 1 - P^2_{e1} P^2_{e2} \dots P^2_{ep}$

Dalam hal ini interpretasi terhadap R^2_m sama dengan interpretasi koefisien determinan (R^2) pada analisis regresi.

(2) *Theory timing*

Uji validitas koefisien *path* pada setiap jalur untuk mengarah langsung adalah sama dengan pada regresi, menggunakan nilai p dari uji t, yaitu pengujian koefisien regresi variabel dilakukan secara parsial. Berdasarkan *theory timing*, maka jalur-jalur yang non signifikan dibuang, sehingga diperoleh model yang didukung oleh data empirik.

d) Interpretasi hasil analisis. Dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

- (1) Dengan memperhatikan hasil validitas model
- (2) Menghitung pengaruh total dari setiap variabel yang mempunyai pengaruh kausal ke variabel endogen.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Pusat Koperasi Syariah Alkamil Jawa Timur

1. Selayang Pandang Puskopsyah Alkamil Jawa Timur

Semangat dan konsistensi untuk menjadi mitra usaha yang dapat diandalkan merupakan sebuah dorongan bagi Pusat Koperasi Syariah Alkamil (Puskopsyah Alkamil) Jawa Timur untuk senantiasa memberikan yang terbaik dalam segala kegiatan usaha atau dalam pengertian yang lebih luas.

Dari sisi aktivitas usaha dan ridho Allah Swt semangat dan konsistensi tersebut telah mengantarkan Puskopsyah Alkamil kepada sebuah pencapaian dari tahun ke tahun dengan potensi yang terus berkembang dari waktu ke waktu. Setiap insan Puskopsyah Alkamil dituntut untuk terus mengapresiasi dinamika pergerakan ekonomi masyarakat untuk diarahkan setahap demi setahap menuju tatanan ekonomi yang berbasiskan al-Qur'an dan al-Hadits.

Dalam arti yang lebih luas dengan semangat dan konsistensi ini diharapkan membentuk daya juang yang terus tumbuh dari generasi ke generasi. Dan untuk menggerakkan dan membentuk unit usaha baru yang berlandaskan tata laksana syariah dengan tingkat pemberdayaan yang lebih laus wilayahnya dari desa, kabupaten, kota hingga nasional.

Tidak cukup sekedar menunggu kebijakan pemberdayaan dari pemerintah tetapi lebih pada menjadi gerakan mandiri dari hulu hingga hilir yang digerakkan oleh masyarakat secara langsung utamanya generasi muda Islam disetiap strata kehidupan dari kelompok wiraswasta, para pegawai baik negeri maupun swasta dan juga kalangan profesi.

Atas dasar itu, Puskopsyah Alkamil secara terus menerus memperjuangkan gagasan-gagasan dan ide-ide dengan harapan akan menjadi cakrawala baru dalam dunia wirausaha syariah yang mana baik pelaku dan sistem yang digunakan perpedoman pada al-Qur'an dan al-Hadits. Atau setidaknya Puskopsyah Alkamil dengan seluruh unit dan divisi usahanya dapat memberikan warna dari sekian warna pergerakan yang sudah ada di tanah air tercinta. Puskopsyah Alkamil menjalin kerjasama mengembangkan jejaring sesama komunitas pergerakan ekonomi syariah walaupun pola dan strateginya jauh berbeda.

Ukhuwah Islamiyah menjadi dasar utama untuk saling bersinergi dan terus mengedepankan perluasan jaringan sesama unit jasa keuangan syariah. Jejaring bersama akan membuat sebuah kondisi yang selalu inspiratif dan dinamis dalam membentuk *market building* layanan syariah secara bersama-sama.

Puskopsyah Alkamil sebagai salah satu mitra Bank Syariah disamping melakukan transaksi produk-produk Internal, juga melayani produk-produk Bank Syariah. Puskopsyah sadar betul untuk mengambil peran strategis dalam aktifitas edukasi dan transaksi produk Bank Syariah

di seluruh kantor layanannya. Ini sebagai salah satu pintu masuk ke dalam aktivitas layanan syariah yang lengkap dan maksimal kepada masyarakat. Dengan jalan ini diharapkan pemahaman masyarakat luas tentang lembaga bisnis yang berbasis syariah akan lebih terus meningkat seiring bertambahnya jumlah kantor layanan Puskopsyah Alkamil.¹⁴³

2. Sejarah Pusat Koperasi Syariah Alkamil

Pusat Koperasi Syariah Alkamil berdiri sejak tahun 2007 dimana Pusat Koperasi Syariah Alkamil ini beranggotakan koperasi-koperasi Primer dengan Sistem Syariah. Selain itu pembentukannya merupakan sebuah langkah strategis untuk mengorganisir dan saling bersinergi antara anggotanya yang pada dasarnya memiliki latar belakang budaya yang berbeda-beda.

Pada tahun 2009 secara resmi badan hukum Pusat Koperasi Syariah Alkamil disahkan oleh Menteri Koperasi dan UKM dengan nomer : No. 518.1/BH/XVI/185/103/2009 yang beralamatkan di Jl. Raya Ampeldento, Ruko Ndalem Kalegan No. 2-6, Pakis, Malang - Jawa Timur.¹⁴⁴

Tahun demi tahun keanggotaan Pusat Koperasi Syariah Alkamil terus berkembang sampai Desember 2015 tercatat jumlah 42 jumlah kantor layanan seluruh Indonesia. Dengan adanya kantor layanan yang terus bertambah diharapkan layanan kepada umat akan terus dapat

¹⁴³ Chrysnaputra, *Profil Puskopsyah*, hlm. 1.

¹⁴⁴ Chrysnaputra, *Profil Puskopsyah*, hlm. 2.

dikembangkan lebih jauh. Hal ini mengingat masyarakat muslim yang berada di wilayah Indonesia tentunya sangat membutuhkan sekali layanan jasa keuangan yang menggunakan sistem syariah.

Saat ini Pusat Koperasi Syariah Alkamil mencanangkan program “Pembukaan 50 kantor cabang baru sampai pada tahun 2020 “, tentunya dengan sebuah harapan bahwa masyarakat luas khususnya masyarakat Indonesia dapat memanfaatkan layanan produk-produk Syariah.

Dukungan dan partisipasi dari seluruh anggota primer dan semua lapisan masyarakat yang peduli akan sebuah gerakan Koperasi dengan system Syariah merupakan bagian dari kunci kesuksesan bersama dalam berwirausaha yang sesuai dengan kaidah Al-Qur’an dan Hadist menuju Ekonomi Islam Sejahtera yang Rahmatan Lil Alamin.

3. Visi dan Misi

a. Visi

“Menjadi Lembaga Keuangan Mikro Islam Nusantara”

b. Misi

- 1)Memperkuat Kelembagaan dan Jaringan Ukhuwah Islamiyah
- 2)Mengkoordinir Masyarakat dalam Persyarikatan Dagang
- 3)Menggerakkan dan Mengembangkan Baitul Maal.

c. Aktifitas

- 1) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian dan kelangsungan lingkungan sekitar
- 2) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa keuangan syariah
- 3) Memperkuat kelembagaan dan jaringan ukhuwah Islamiyah
- 4) Mengkoordinasi masyarakat dalam persyarikatan dagang
- 5) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor
- 6) Menciptakan sarana dan prasarana yang baik sebagai tempat untuk berkarya dan berprestasi bagi perwujudan Ibadah
- 7) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah
- 8) Menggerakkan dan mengembangkan Baitul Maal

d. Tata Nilai

Selain menjadi kegiatan usaha dan operasionalnya berdasarkan prinsip syariah, sosial dan budaya positif serta regulasi yang berlaku di Indonesia. Puskopsyah juga memiliki komitmen terhadap tata nilai yang menjadi panduan dalam setiap perilaku agar berkarya dengan dedikasi tinggi dalam kebersamaan dan persahabatan yang berlandaskan syariat Islam guna terwujudnya tata nilai perusahaan yang bermakna dan bermanfaat yang diridhai Allah Swt.

Dalam menjalankan roda organisasi Puskopsyah Alkamil berpedoman pada prinsip-prinsip syariah, sosial dan budaya positif serta regulasi yang berlaku di Indonesia. kami mempunyai tata nilai

yang dipegang teguh dalam menjalankan operasional Puskopsyah Alkamil, sebagai berikut:

1) Dedikasi

Setiap *crew* Puskopsyah Alkamil hendaknya memiliki rasa cinta yang mendalam kepada apa yang menjadi garis perjuangan Puskopsyah Alkamil dalam mengembangkan layanan kepada masyarakat luas.

2) Persahabatan

Setiap *crew* Puskopsyah Alkamil menjunjung tinggi persahabatan dan mengedepankan persaudaraan sesama Muslim dalam lingkup sesama *crew* dan yang lebih luas.

3) Kebersamaan

Setiap *crew* Puskopsyah Alkamil hendaknya menjaga kepedulian dan kekompakan dalam setiap tindakan baik di dalam organisasi ataupun di luar organisasi.

Dengan adanya tata nilai tersebut lingkungan organisasi akan menjadi nyaman dalam pergaulan dan komunikasinya baik antar *crew* puskopsyah Alkamil ataupun dalam interaksinya dengan masyarakat luas. Dedikasi, persahabatan, dan kebersamaan juga merupakan gerak langkah hati *crew* Puskopsyah Alkamil dalam mengawal perjalanan panjang lembaga.

4. Kantor Cabang Layanan

Terdapat 42 kantor layanan Pusat Koperasi Syariah Alkamil Jawa Timur. (*Lampiran 3*)

5. Struktur Organisasi

Struktur organisasi Pusat Koperasi Syariah Alkamil Jawa Timur. (*Lampiran 4*)

6. Unit Jasa Keuangan Syariah

Unit Jasa Keuangan Syariah (UJKS) adalah bagian utama dari Pusat Koperasi Syariah Alkamil sebagai salah satu pilar syiar ekonomi. UJKS merupakan aktivitas simpanan dan pinjaman yang dilakukan untuk melayani anggota dan masyarakat luas. UJKS bertujuan untuk menggerakkan aktivitas ekonomi masyarakat dengan pola transaksi yang sesuai syariah Islam. Sampai saat ini UJKS memiliki cabang 42 kantor layanan di seluruh Indonesia tersebar di Propinsi Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, dan Kalimantan Selatan. UJKS juga telah memiliki kerjasama permodalan dengan BNI Syariah sebesar Rp 120.000.000.000,- yang dimulai sejak tahun 2013.

UJKS memiliki *crew* sejumlah 300 orang dengan rata-rata lulusan strata sarjana dan SMK. Dalam sistem operasionalnya UJKS juga menitik beratkan pada akad jual beli yang dominan sebagai salah satu proses pembelajaran. Setiap dinamika kebutuhan masyarakat berupaya untuk

dipenuhi dalam transaksi UJKS. Salah satu jalan bersinergi produk dengan BNI Syariah. Dimana menjadi fungsi agen dari produk-produk BNI Syariah dengan imbalan pendapatan *fee* dan *ujroh*. Strategi ini menjadi salah satu cara menjaga eksistensi luasan layanan dari UJKS.

a. Produk dan Jasa UJKS

1) Al-Ailah

Al-Ailah merupakan Simpanan Berjangka dengan menggunakan akad Wadiah (titipan), minimal dana Rp 500.000,- Jangka waktu satu tahun (12 bulan). Mendapatkan bonus tahunan dan bonus bisa diambil setiap bulannya diseluruh ATM Bersama.

2) Murabahah

Murabahah adalah transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Pembayaran atas akad jual beli dapat dilakukan secara tunai maupun kredit.

3) Kafalah

Kafalah adalah Akad pemberian jaminan yang diberikan penanggung (kafil) kepada pihak lain dimana pemberi jaminan bertanggung jawab atas pembayaran suatu hutang yang menjadi hak penerima jaminan.

4) KPR Syariah

KPR syariah adalah perjanjian jual beli antara bank dan anggota, dimana bank membeli rumah yang diperlukan anggota

dan kemudian menjualnya kepada anggota sebesar harga beli ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati oleh bank dan anggota.

5) Layanan Modal Penyertaan

Modal penyertaan (Syirkah Inan) adalah transaksi bagi hasil atas penyertaan modal dari individu atau atas nama institusi/lembaga, dengan jumlah minimal Rp 1.000.000 per lembar syirkah.

Dengan produk ini maka pemilik lembar syirkah akan mendapatkan bagi hasil per tahunnya. setiap individu/lembaga boleh memiliki lebih dari satu lembar syirkah.

6) Al-Aila Sertifikat (Simpanan Sukarela Berjangka)

Simpanan anggota yang memiliki jangka waktu 3, 6, 12 bulan, dengan menggunakan akad wadiah (titipan) yang mana setiap anggota akan mendapatkan sertifikat sebagai bukti anggota menitipkan dananya, dimana anggota akan mendapatkan bonus bulanan.

7. Unit Baitul Maal

Unit Baitul Maal adalah unit yang sangat penting dalam rangka pemberdayaan umat. Dana Unit Baitul Maal bersumber dari Zakat, infaq, dan Shadaoh (ZIS) baik dari internal maupun dari masyarakat luas, seperti dana CSR.

Unit ini memobilisasi aktivitas sosial dengan pola pendekatan pembiayaan al-Qardh. Dimana penyaluran dana sosial dengan tujuan membentuk usaha-usaha kecil mandiri. Selain itu, unit ini juga memiliki kegiatan PAUD, TK, Hafal Al-Qur'an, majalah, dan pembangunan Masjid.

Dengan pengembangan Baitul Maal diharapkan terjalin ukhuwah antara saudara-saudara muslim yang mampu untuk ikut serta dalam pergerakan pemberdayaan sosial bagi saudara yang kurang mampu. Khusus untuk pembangunan Masjid, Baitul Maal mempunyai cita-cita memiliki Pondok Pesantren Modern berbasis kajian-kajian muamalah dan wirausaha bersama. Dan tentunya unit ini diharapkan mampu mendorong terwujudnya jaringan dakwah dibidang muamalah.

8. Unit Riil

Pasca Pusat Koperasi Syariah Alkamil berdiri. Dinamika untuk mendirikan sebuah perseroan terbatas muncul. Pemikiran ini dilandasi oleh semangat untuk memiliki institusi yang berperan sebagai penyuplai segala kebutuhan kantor-kantor primer. Baik kebutuhan rutinitas maupun kebutuhan untuk anggota.

Di samping itu, lembaga ini akan menjadi aplikasi dari segala aktivitas dari unit Riil Puskopsyah Alkamil. Maka, pada tanggal 18 Januari tahun 2000 berdirilah PT Alkamil Global. Sampai saat ini PT Alkamil Global mempunyai beberapa divisi bisnis, yaitu divisi Tour & Travel, layanan umroh dan haji plus, divisi lembaga pendidikan dan

pelatihan, divisi IT, divisi toko dan perdagangan, serta divisi persewaan. Semua divisi terintegrasi dengan Puskopsyah Alkamil dalam setiap gerak dan langkahnya.

B. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Responden

Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Jumlah kuesioner disebar kepada responden sebanyak 180 kuesioner. Jumlah yang kembali sebanyak 169 kuesioner. Namun, kuesioner yang lengkap dan digunakan peneliti dalam tesis ini sebanyak 155 kuesioner.

Responden dalam penelitian ini adalah anggota Puskopsyah Alkamil yang tersebar di lima kantor layanan se-Malang Raya, meliputi: Kantor layanan Assa'adah Singosari, kantor layanan Assa'adah Sejahtera Gondanglegi, kantor layanan al-Baasith Mertojoyo Malang, kantor layanan Ahmad Yani Malang, dan kantor layanan al-Jabbar Muamalah Malang. penelitian ini dilakukan pada tanggal 1 Agustus 2016 s.d 15 Oktober 2016. Berdasarkan penelitian maka dihasilkan distribusi responden, sebagaimana tabel di bawah ini:

Tabel 4.1
Deskripsi Responden

No	Deskripsi Responden	Keadaan	
		Frekuensi	Prosentase
1.	Jenis Kelamin		
	a. Laki-laki	51	32,9%
	b. Perempuan	104	67,1%
2.	Pendidikan		
	a. SD	2	1,3%
	b. SLTP	10	6,5%
	c. SLTA	50	32,3%
	d. D III	15	9,7%
	e. S1	65	41,9%
	f. S2	11	7,1%
	g. S3	2	1,3%
3.	Usia		
	a. 17 s.d 25 tahun	26	16,8%
	b. 26 s.d 35 tahun	48	31,0%
	c. 36 s.d 45 tahun	43	27,7%
	d. > 45 tahun	38	24,5%
4.	Agama		
	a. Islam	148	95,5%
	b. Khatolik	5	3,2%
	c. Kristen	2	1,3%
5.	Pekerjaan		
	a. Dosen	9	5,8%
	b. Guru	38	24,5%
	c. Karyawan	55	35,5%
	d. Mahasiswa	2	1,3%
	e. Petani	1	0,6%
	f. PNS	18	11,6%
	g. Wiraswasta	32	20,6%
6.	Lama Menjadi Anggota		
	a. Kurang dari 1 tahun	34	21,9%
	b. 1 sampai 3 tahun	89	57,4%
	c. 4 sampai 6 tahun	25	16,1%
	d. Lebih dari 6 tahun	7	4,5%
7.	Produk Digunakan		
	a. Pembiayaan	121	78,1%
	b. Simpanan	34	21,9%

8.	Penghasilan Tiap Bulan		
a.	< Rp 500.000,-	11	7,1%
b.	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-	38	24,5%
c.	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-	80	51,6%
d.	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-	24	15,5%
e.	> Rp 5.000.000,-	2	1,3%

Sumber: Data Primer, Nopember 2016 (diolah)

Berdasarkan tabel 4.1 pada BAB 4 dijelaskan bahwa distribusi 155 responden dalam penelitian ini menghasilkan gambaran sebagai berikut: *Pertama*, responden mayoritas berjenis kelamin perempuan yakni sebanyak 104 responden (67,1%). *Kedua*, responden mayoritas berusia 26 s.d 35 tahun sebanyak 48 responden (31%). Usia ini merupakan usia produktif seorang dalam bekerja. *Ketiga*, tingkat pendidikan responden mayoritas S1 yakni sebanyak 65 responden (41,9%), hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar anggota koperasi memiliki pendidikan. *Keempat*, responden sebagian besar beragama Islam yakni sebanyak 148 responden (95,5%), hal ini sesuai dengan *market share* koperasi syariah, yaitu umat muslim. *Kelima*, responden mayoritas bekerja sebagai karyawan yakni sebanyak 55 responden (35,5%), hal ini sesuai dengan konsep koperasi untuk kalangan menengah, kecil, dan mikro. *Keenam*, responden mayoritas menjadi anggota koperasi 1 sampai 3 tahun yakni sebanyak 89 responden (57,4%), hal ini menunjukkan pertambahannya dan berkembangnya jumlah anggota koperasi dalam beberapa tahun terakhir. *Ketujuh*, responden mayoritas menggunakan pembiayaan yakni sebanyak 121 responden (78,1%), hal ini memang menjadi salah satu motivasi dan kebutuhan anggota koperasi. Dan *kedelapan*, responden mayoritas berpenghasilan per bulan Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,- yakni

sebanyak 80 responden (51,6%), hal ini menunjukkan kisaran UMR kota Malang.

Berdasarkan distribusi terhadap 155 responden Puskopsyah Alkamil Jawa Timur diatas, maka dapat dikatakan bahwa hal ini sesuai dengan konsep koperasi yakni untuk mensejahterakan anggota dan masyarakat kalangan menengah, kecil, dan mikro sebagaimana dijelaskan dalam UUD Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian¹⁴⁵ dan Keputusan Menteri (Kepmen) Koperasi dan UKM Republik Indonesia Nomor 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tanggal 10 September 2004 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah.¹⁴⁶

a. Karakteristik Responden

1) Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabulasi data terhadap 155 responden menghasilkan gambaran distribusi responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

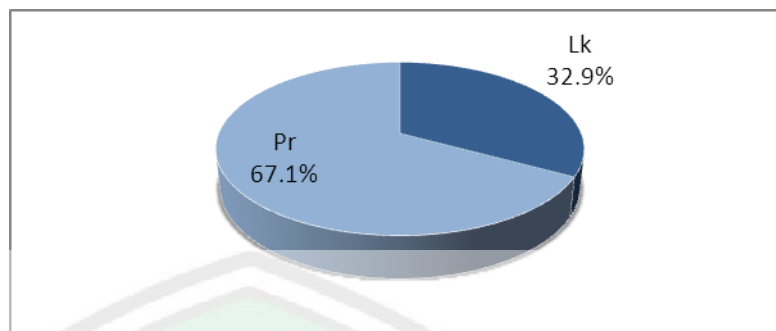
Tabel 4.2
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosentase
1	Laki-laki	51	32,9%
2	Perempuan	104	67,1%
Total		155	100,0%

Sumber: Data Primer, Nopember 2016 (diolah)

¹⁴⁵ Burhanuddin, *Koperasi Syariah dan Pengaturannya di Indonesia*, (Malang-UIN Maliki Press, 2013), hlm. 147.

¹⁴⁶ Ali Hamdan dan Saifuddin, *Koperasi Syariah*, (Surabaya: STAINA Press, 2015), hlm. 7.



Gambar 4.1: Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
(Sumber: Data Primer (diolah), Nopember 2016)

Berdasarkan pada tabel 4.2 dan gambar 4.1 dapat diketahui bahwa dari 155 responden terdapat 51 responden (32,9%) berjenis kelamin laki-laki dan 104 responden (67,1%) berjenis kelamin perempuan. Jadi, dapat dikatakan bahwa sebagian besar anggota Puskopsyah Alkamil berjenis kelamin perempuan.

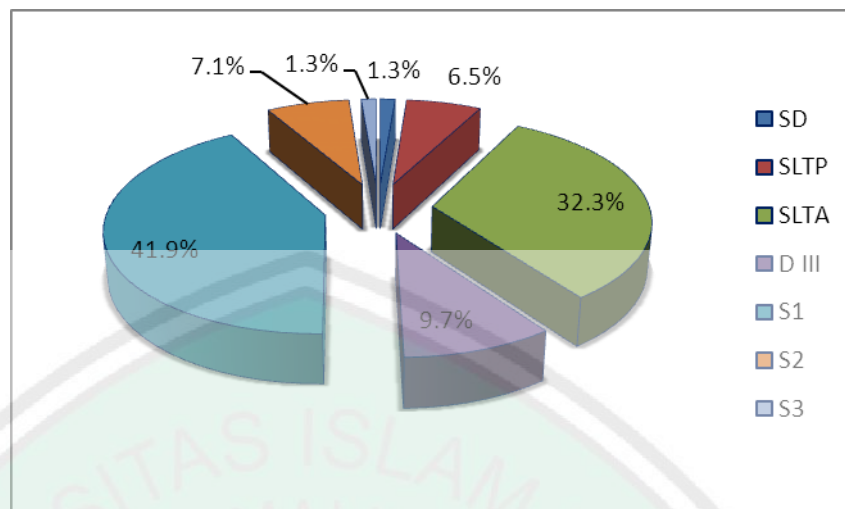
2) Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabulasi data terhadap 155 responden menghasilkan gambaran distribusi responden berdasarkan pendidikan sebagai berikut:

Tabel 4.3
Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Prosentase
1	SD	2	1,3%
2	SLTP	10	6,5%
3	SLTA	50	32,3%
4	D III	15	9,7%
5	S1	65	41,9%
6	S2	11	7,1%
7	S3	2	1,3%
Total		155	100,0%

Sumber: Data Primer, Nopember 2016 (diolah)



Gambar 4.2: Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan
(Data Primer (diolah), Nopember 2016)

Berdasarkan tabel 4.3 dan gambar 4.2 menyatakan bahwa distribusi 155 responden berdasarkan pendidikan menghasilkan tingkat pendidikan S1 sebanyak 65 responden (41,9%). Diikuti responden tingkat SLTA sebanyak 50 responden (32,3%), D III sebanyak 15 responden (9,7%), S2 sebanyak 11 responden (7,1%), SLTP sebanyak 10 responden (6,5%), serta SD dan S3 sama-sama sebanyak 2 responden dengan prosentase masing-masing 1,3%. Jadi, dikatakan bahwa mayoritas responden berpendidikan S1.

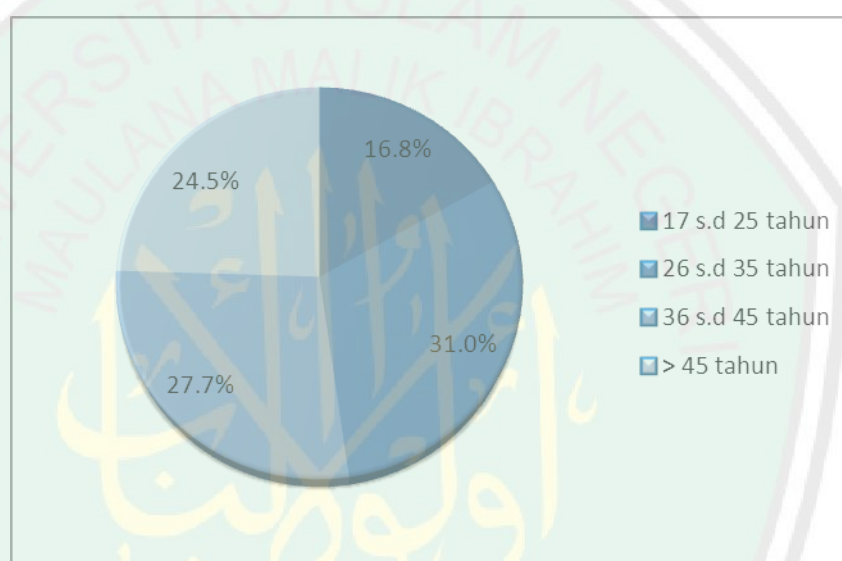
3) Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Tabulasi data terhadap 155 responden menghasilkan gambaran distribusi responden berdasarkan usia sebagai berikut:

Tabel 4.4
Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Prosentase
1	17 s.d 25 tahun	26	16,8%
2	26 s.d 35 tahun	48	31,0%
3	36 s.d 45 tahun	43	27,7%
4	> 45 tahun	38	24,5%
Total		155	100,0%

Sumber: Data Primer, Nopember 2016 (diolah)



Gambar 4.3: Distribusi Responden Berdasarkan Usia
(Data Primer (diolah), Nopember 2016)

Berdasarkan tabel 4.4 dan gambar 4.3 dinyatakan bahwa responden berdasarkan usia 26 s.d 35 tahun sebanyak 48 responden (31%), diikuti kemudian usia 36 s.d 45 tahun sebanyak 43 responden (27,7%), usia >45 tahun sebanyak 38 responden (24,5%), dan usia 17 s.d 25 tahun sebanyak 26 responden (16,8%). Jadi, mayoritas anggota Puskopsyah Alkamil berusia 26 s.d 35 tahun.

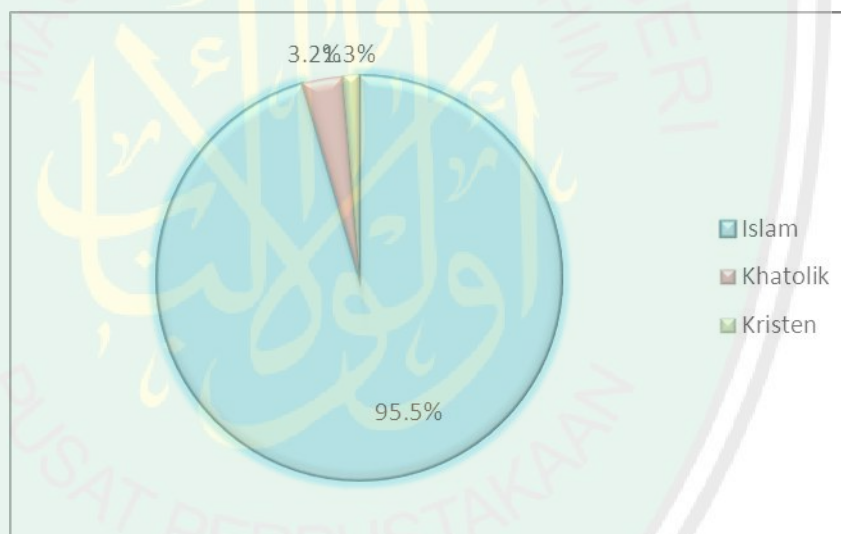
4) Distribusi Responden Berdasarkan Agama

Tabulasi data terhadap 155 responden menghasilkan gambaran distribusi responden berdasarkan agama sebagai berikut:

Tabel 4.5
Distribusi Responden Berdasarkan Agama

No	Agama	Frekuensi	Prosentase
1	Islam	148	95,5%
2	Khatolik	5	3,2%
3	Kristen	2	1,3%
Total		155	100,0%

Sumber: Data Primer, Nopember 2016 (diolah)



Gambar 4.4: Distribusi Responden Berdasarkan Agama
(Data Primer (diolah), Nopember 2016)

Tabel 4.5 dan gambar 4.4 menyatakan bahwa distribusi 155 responden berdasarkan agama, yakni agama Islam sebanyak 148 responden (95,5%), kemudian agama Khatolik sebanyak 5 responden (3,2%), dan agama Kristen sebanyak 2 responden (1,3%). Jadi, mayoritas anggota Puskopsyah beragama Islam.

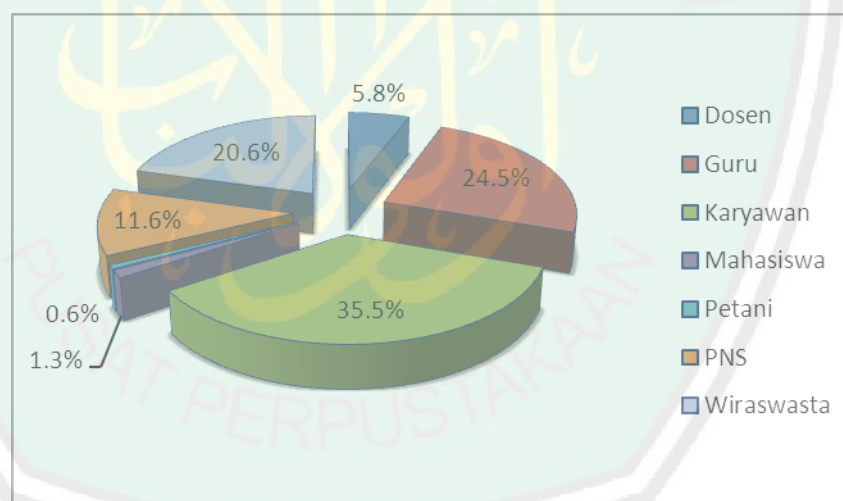
5) Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabulasi data terhadap 155 responden menghasilkan gambaran distribusi responden berdasarkan pekerjaan sebagai berikut:

Tabel 4.6
Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Prosentase
1	Dosen	9	5,8%
2	Guru	38	24,5%
3	Karyawan	55	35,5%
4	Mahasiswa	2	1,3%
5	Petani	1	0,6%
6	PNS	18	11,6%
7	Wiraswasta	32	20,6%
Total		155	100,0%

Sumber: Data Primer, Nopember 2016 (diolah)



Gambar 4.5: Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan
(Data Primer (diolah), Nopember 2016)

Tabel 4.6 dan gambar 4.5 menyatakan distribusi responden berdasarkan pekerjaan yakni karyawan sebanyak 55 responden (35,5%), guru sebanyak 38 responden (24,5%), wiraswasta sebanyak 32 responden (20,6%), PNS sebanyak 18 responden (11,6%), dosen sebanyak 9

responden (5,8%), mahasiswa sebanyak 2 responden (1,3%), dan petani sebanyak 1 responden (0,6%). Jadi, mayoritas anggota Puskopsyah Alkamil berprofesi sebagai karyawan.

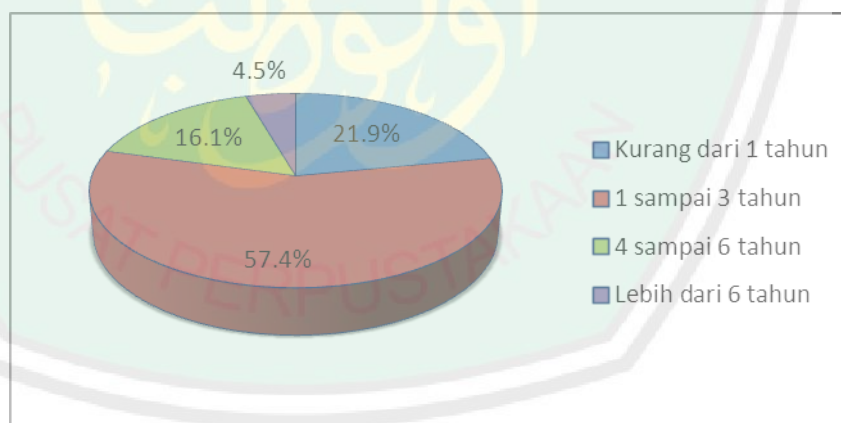
6) Distribusi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota

Tabulasi data terhadap 155 responden menghasilkan gambaran distribusi responden berdasarkan lama menjadi anggota sebagai berikut:

Tabel 4.7
Distribusi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota

No	Lama Menjadi Anggota	Frekuensi	Prosentase
1	Kurang dari 1 tahun	34	21,9%
2	1 sampai 3 tahun	89	57,4%
3	4 sampai 6 tahun	25	16,1%
4	Lebih dari 6 tahun	7	4,5%
Total		155	100,0%

Sumber: Data Primer, Nopember 2016 (diolah)



Gambar 4.6: Distribusi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota (Data Primer (diolah), Nopember 2016)

Tabel 4.7 dan gambar 4.6 menyatakan responden berdasarkan lama menjadi anggota yakni selama 1 sampai 3 tahun sebanyak 89 responden (57,4%), kurang dari 1 tahun sebanyak 34 responden (21,9%), 4 sampai 6 tahun sebanyak 25 responden (16,1%), dan lebih dari 6 tahun 7 responden

(4,5%). Jadi, mayoritas anggota Puskopsyah Alkamil menjadi anggota koperasi selama 1 sampai 3 tahun.

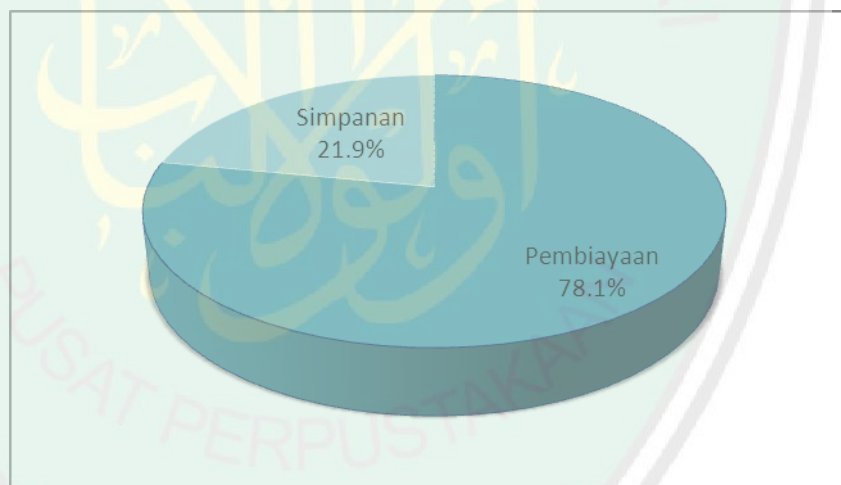
7) Distribusi Responden Berdasarkan Produk Digunakan

Tabulasi data terhadap 155 responden menghasilkan gambaran distribusi responden berdasarkan produk digunakan sebagai berikut:

Tabel 4.8
Distribusi Responden Berdasarkan Produk Digunakan

No	Produk Digunakan	Frekuensi	Prosentase
1	Pembiayaan	121	78,1%
2	Simpanan	34	21,9%
Total		155	100,0%

Sumber: Data Primer, Nopember 2016 (diolah)



Gambar 4.7: Distribusi Responden Berdasarkan Produk Digunakan
(Data Primer (diolah), Nopember 2016)

Tabel 4.8 dan gambar 4.7 menyatakan responden berdasarkan produk digunakan yakni produk pembiayaan sebanyak 121 responden (78,1%) dan produk simpanan sebanyak 34 responden (21,9%). Jadi, mayoritas anggota Puskopsyah Alkamil menggunakan produk pembiayaan.

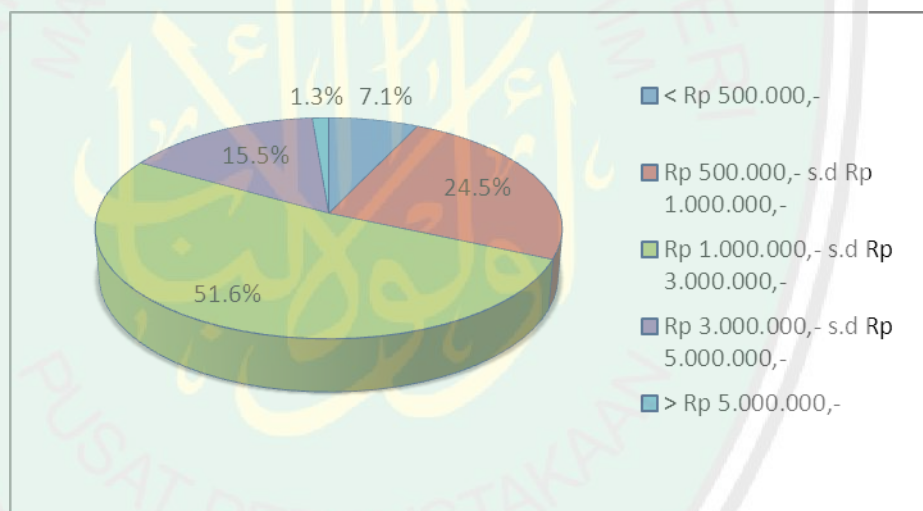
8) Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan Tiap Bulan

Tabulasi data terhadap 155 responden menghasilkan gambaran distribusi responden berdasarkan penghasilan tiap bulan sebagai berikut:

Tabel 4.9
Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan Tiap Bulan

No	Penghasilan Per Bulan	Frekuensi	Prosentase
1	< Rp 500.000,-	11	7,1%
2	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-	38	24,5%
3	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-	80	51,6%
4	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-	24	15,5%
5	> Rp 5.000.000,-	2	1,3%
Total		155	100,0%

Sumber: Data Primer, Nopember 2016 (diolah)



Gambar 4.8: Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan Tiap Bulan (Data Primer (diolah), Nopember 2016)

Tabel 4.9 dan gambar 4.8 menyatakan bahwa responden berdasarkan penghasilan per bulan yakni sebesar Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,- sebanyak 80 responden (51,6%), kemudian Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,- sebanyak 38 responden (24,5%), Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,- sebanyak 24 responden (15,5%), > Rp 5.000.000,- sebanyak

11 responden (7,1%), dan < Rp 500.000,- sebanyak 2 responden (1,3%). Jadi, mayoritas anggota Puskopsyah Alkamil berpenghasilan tiap bulan sebesar Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-

b. Deskripsi Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri dari tiga variabel yaitu kualitas pelayanan Islami (X1), kepuasan anggota (X2), dan kepercayaan anggota (Y). Pengukuran setiap item masing-masing variabel menggunakan skala *Likert* dengan skor 1-5. Di bawah ini akan dijabarkan mengenai frekuensi item masing-masing jawaban responden secara keseluruhan baik dalam jumlah orang (responden) maupun prosentase.

1) Variabel Kualitas Pelayanan Islami (X1)

Variabel kualitas pelayanan Islami (X1) meliputi: *tangible* (X1.1), *realibility* (X1.2), *responsiveness* (X1.3), *assurance* (X1.4), *empathy* (X1.5), dan *compliance* (X1.6).

Variabel-variabel ini terbagi menjadi beberapa item pertanyaan yang meliputi. *Pertama*, *tangible* (X1.1), meliputi Puskopsyah Alkamil memiliki ruang mushala di dalam kantornya (X1.1.1), karyawan Puskopsyah Alkamil berpenampilan syar'i rapi (X1.1.2), Puskopsyah Alkamil memiliki ruang kantor yang bersih (X1.1.3), dan interior kantor Puskopsyah Alkamil indah dihiasi kaligrafi Islam (X1.1.4). *Kedua*, *realibility* (X1.2) meliputi pelayanan Puskopsyah Alkamil sesuai dengan janji yang diberikan (X1.2.1), Puskopsyah

Alkamil memberikan layanan dengan segera (X1.2.2), dan Puskopsyah Alkamil memberikan layanan dengan tepat dan akurat (X1.2.3). *Ketiga, responsiveness* (X1.3) meliputi Puskopsyah Alkamil memiliki pengetahuan ekonomi dan keuangan syariah dalam melayani anggota (X1.3.1), Puskopsyah Alkamil memberitahu anggota kapan layanan diberikan (X1.3.2), Puskopsyah Alkamil mampu menyelesaikan keluhan anggota (X1.3.3), dan Puskopsyah Alkamil siap melayani kebutuhan anggota (X1.3.4). *Keempat, assurance* (X1.4) meliputi Puskopsyah Alkamil mampu memberikan konsultasi ekonomi dan keuangan syariah kepada anggota (X1.4.1), karyawan Puskopsyah Alkamil ramah dan santun saat melayani (X1.4.2), anggota merasa aman saat bertransaksi dengan Puskopsyah Alkamil (X1.4.3), dan produk Puskopsyah Alkamil sesuai dengan yang dipromosikan (X1.4.4). *Kelima, empathy* (X1.5) meliputi karyawan Puskopsyah Alkamil menyapa anggota dengan nama (X1.5.1), Puskopsyah Alkamil segera meminta maaf saat terjadi kesalahan layanan (X1.5.2), karyawan Puskopsyah Alkamil memahami kebutuhan anggota (X1.5.3), dan karyawan Puskopsyah melayani anggota dengan senang hati (X1.5.4), Dan *keenam, compliance* (X1.6) meliputi Puskopsyah Alkamil menyediakan produk investasi bagi hasil (X1.6.1), Puskopsyah Alkamil memberikan layanan produk dan jasa syariah (X1.6.2), tidak ada unsur riba, gharar, dan maysir dalam produk Puskopsyah Alkamil (X1.6.3), pelaksanaan Zakat, Infaq, dan

Shadaqoh (ZIS) yang amanah oleh Puskopsyah Alkamil (X1.6.4), dan Puskopsyah Alkamil memiliki budaya kerja Islami (X1.6.5).

Distribusi item variabel kualitas pelayanan Islami (X1) dijelaskan lebih lanjut dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.10
Distribusi Item Variabel Kualitas Pelayanan Islami (X1)

Item	STS		TS		N		S		SS		TOTAL		MEAN
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1.1	.	.	5	3,2	61	39,4	79	51	10	6,5	155	100	3,61
X1.1.2	.	.	3	1,9	33	21,3	96	61,9	23	14,8	155	100	3,90
X1.1.3	.	.	4	2,6	56	36,1	81	52,3	14	9	155	100	3,68
X1.1.4	.	.	17	11	77	49,7	53	34,2	8	5,2	155	100	3,34
X1.2.1	1	0,6	6	3,9	51	34,9	75	48,4	22	14,2	155	100	3,72
X1.2.2	.	.	7	4,5	55	35,5	63	40,6	30	19,4	155	100	3,75
X1.2.3	.	.	7	4,5	54	34,8	72	46,5	22	14,2	155	100	3,70
X1.3.1	.	.	2	1,3	41	26,5	92	59,4	20	12,9	155	100	3,84
X1.3.2	2	1,3	4	2,6	37	23,9	89	57,4	23	14,8	155	100	3,82
X1.3.3	.	.	4	2,6	53	34,2	81	52,3	17	11	155	100	3,72
X1.3.4	.	.	2	1,3	42	27,1	91	58,7	20	12,9	155	100	3,83
X1.4.1	.	.	1	0,6	64	41,3	73	47,1	17	11	155	100	3,68
X1.4.2	32	20,6	87	56,1	36	23,2	155	100	4,03
X1.4.3	42	27,1	81	52,3	32	20,6	155	100	3,94
X1.4.4	.	.	1	0,6	54	34,8	75	48,4	25	16,1	155	100	3,80
X1.5.1	.	.	10	6,5	50	32,3	70	45,2	25	16,1	155	100	3,71
X1.5.2	44	28,4	84	54,2	27	17,4	155	100	3,89
X1.5.3	.	.	2	1,3	56	36,1	76	49	21	13,5	155	100	3,75
X1.5.4	45	29	81	52,3	29	18,7	155	100	3,90
X1.6.1	.	.	3	1,9	59	38,1	75	48,4	18	11,6	155	100	3,70
X1.6.2	38	24,5	95	61,3	22	14,2	155	100	3,90
X1.6.3	1	0,6	3	1,9	41	26,5	88	56,8	22	14,2	155	100	3,82
X1.6.4	42	27,1	97	62,6	16	10,3	155	100	3,83
X1.6.5	29	18,7	99	63,9	27	17,4	155	100	3,99

Sumber: Data Primer, Nopember 2016 (diolah)

Variabel Kualitas Pelayanan Islami (X1) yang meliputi. *Pertama*, *tangible* (X1.1), meliputi item Puskopsyah Alkamil memiliki ruang

mushala di dalam kantornya (X1.1.1) sebanyak 10 responden (6,5%) menyatakan sangat setuju, 79 responden (51%) setuju, 61 responden (39,4%) netral, dan 5 responden (3,2%) tidak setuju dari 155 responden dengan nilai mean 3,61. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan Puskopsyah Alkamil memiliki ruang mushala di dalam kantornya.

Item karyawan Puskopsyah Alkamil berpenampilan syar'i dan rapi (X1.1.2) sebanyak 23 responden (14,8%) menyatakan sangat setuju, 96 responden (61,9%) setuju, 33 responden (21,3%) netral, dan 3 responden (1,9%) tidak setuju dari 155 responden dengan nilai mean 3,90. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan karyawan Puskopsyah Alkamil berpenampilan syar'i dan rapi.

Item Puskopsyah Alkamil memiliki ruang kantor yang bersih (X1.1.3) sebanyak 14 responden (9%) menyatakan sangat setuju, 81 responden (52,3%) setuju, 56 responden (36,1%) netral, dan 4 responden (2,6%) tidak setuju dari 155 responden dengan nilai mean 3,68. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan Puskopsyah Alkamil memiliki ruang kantor yang bersih.

Dan item interior kantor Puskopsyah Alkamil indah dihiasi kaligrafi Islam (X1.1.4) sebanyak 8 responden (5,2%) menyatakan sangat setuju, 53 responden (34,2%) setuju, 77 responden (49,7%) netral, dan 17 responden (11%) tidak setuju dari 155 responden dengan nilai mean 3,34.

Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi netral dengan pernyataan interior kantor Puskopsyah Alkamil indah dihiasi kaligrafi Islam.

Kedua, reliability (X1.2) meliputi pelayanan Puskopsyah Alkamil sesuai dengan janji yang diberikan (X1.2.1) sebanyak 22 responden (14,2%) menyatakan sangat setuju, 75 responden (48,4%) setuju, 51 responden (34,9%) netral, 6 responden (3,9%) tidak setuju, dan 1 responden (0,6%) sangat tidak setuju dari 155 responden dengan nilai mean 3,72. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan pelayanan Puskopsyah Alkamil sesuai dengan janji yang diberikan.

Item Puskopsyah Alkamil memberikan layanan dengan segera (X1.2.2) sebanyak 30 responden (19,4%) menyatakan sangat setuju, 63 responden (40,6%) setuju, 55 responden (35,5%) netral, dan 7 responden (4,5%) tidak setuju dari 155 responden dengan nilai mean 3,75. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan Puskopsyah Alkamil memberikan layanan dengan segera.

Dan item Puskopsyah Alkamil memberikan layanan dengan tepat dan akurat (X1.2.3) sebanyak 22 responden (14,2%) menyatakan sangat setuju, 72 responden (46,5%) setuju, 54 responden (34,8%) netral, dan 7 responden (4,5%) tidak setuju dari 155 responden dengan nilai mean 3,70. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju

dengan pernyataan Puskopsyah Alkamil memberikan layanan dengan tepat dan akurat.

Ketiga, responsiveness (X1.3) meliputi karyawan Puskopsyah Alkamil memiliki pengetahuan ekonomi dan keuangan syariah dalam melayani anggota (X1.3.1) sebanyak 20 responden (12,9%) menyatakan sangat setuju, 92 responden (59,4%) setuju, 41 responden (26,5%) netral, dan 2 responden (1,3%) tidak setuju dari 155 responden dengan nilai mean 3,84. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan karyawan Puskopsyah Alkamil memiliki pengetahuan ekonomi dan keuangan syariah dalam melayani anggota.

Item Puskopsyah Alkamil memberitahu anggota kapan layanan diberikan (X1.3.2) sebanyak 23 responden (14,8%) menyatakan sangat setuju, 89 responden (57,4%) setuju, 37 responden (23,9%) netral, 4 responden (2,6%) tidak setuju, dan 2 responden (1,3%) sangat tidak setuju dari 155 responden dengan nilai mean 3,82. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan Puskopsyah Alkamil memberitahu anggota kapan layanan diberikan.

Item Puskopsyah Alkamil mampu menyelesaikan keluhan anggota (X1.3.3) sebanyak 17 responden (11%) menyatakan sangat setuju, 81 responden (52,3%) setuju, 53 responden (34,2%) netral, dan 4 responden (2,6%) tidak setuju dari 155 responden dengan nilai mean 3,72. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju

dengan pernyataan Puskopsyah Alkamil mampu menyelesaikan keluhan anggota.

Dan item Puskopsyah Alkamil siap melayani kebutuhan anggota (X1.3.4) sebanyak 20 responden (12,9%) menyatakan sangat setuju, 91 responden (58,7%) setuju, 42 responden (27,1%) netral, dan 2 responden (1,3%) tidak setuju dari 155 responden dengan nilai mean 3,83. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan Puskopsyah Alkamil siap melayani kebutuhan anggota.

Keempat, assurance (X1.4) meliputi Puskopsyah Alkamil mampu memberikan konsultasi ekonomi dan keuangan syariah kepada anggota (X1.4.1) sebanyak 17 responden (11%) menyatakan sangat setuju, 73 responden (47,1%) setuju, 64 responden (41,3%) netral, dan 1 responden (0,6%) tidak setuju dari 155 responden dengan nilai mean 3,68. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan Puskopsyah Alkamil mampu memberikan konsultasi ekonomi dan keuangan syariah kepada anggota.

Item karyawan Puskopsyah Alkamil ramah dan santun saat melayani (X1.4.2) sebanyak 36 responden (23,3%) menyatakan sangat setuju, 87 responden (56,1%) setuju, dan 32 responden (20,6%) netral dari 155 responden dengan nilai mean 4,03. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan karyawan Puskopsyah Alkamil ramah dan santun saat melayani.

Item anggota merasa aman saat bertransaksi dengan Puskopsyah Alkamil (X1.4.3) sebanyak 32 responden (20,6%) menyatakan sangat setuju, 81 responden (52,3%) setuju, dan 42 responden (27,1%) netral dari 155 responden dengan nilai mean 3,94. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan anggota merasa aman saat bertransaksi dengan Puskopsyah Alkamil.

Dan item produk Puskopsyah Alkamil sesuai dengan yang dipromosikan (X1.4.4) sebanyak 25 responden (16,1%) menyatakan sangat setuju, 75 responden (48,4%) setuju, 54 responden (34,8%) netral, dan 1 responden (0,6%) tidak setuju dari 155 responden dengan nilai mean 3,80. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan produk Puskopsyah Alkamil sesuai dengan yang dipromosikan.

Kelima, empathy (X1.5) meliputi karyawan Puskopsyah Alkamil menyapa anggota dengan nama (X1.5.1) sebanyak 25 responden (16,1%) menyatakan sangat setuju, 70 responden (45,2%) setuju, 50 responden (32,3%) netral, dan 10 responden (6,5%) tidak setuju dari 155 responden dengan nilai mean 3,71. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan karyawan Puskopsyah Alkamil menyapa anggota.

Item Puskopsyah Alkamil segera meminta maaf saat terjadi kesalahan layanan (X1.5.2) sebanyak 27 responden (17,4%) menyatakan sangat setuju, 84 responden (54,2%) setuju, dan 44 responden (28,4%)

netral dari 155 responden dengan nilai mean 3,89. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan Puskopsyah Alkamil segera meminta maaf saat terjadi kesalahan layanan.

Item karyawan Puskopsyah Alkamil memahami kebutuhan anggota (X1.5.3) sebanyak 21 responden (13,5%) menyatakan sangat setuju, 76 responden (49%) setuju, 56 responden (36,1%) netral, dan 2 responden (1,3%) tidak setuju dari 155 responden dengan nilai mean 3,75. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan karyawan Puskopsyah Alkamil memahami kebutuhan anggota.

Dan item karyawan Puskopsyah melayani anggota dengan senang hati (X1.5.4) sebanyak 29 responden (18,7%) menyatakan sangat setuju, 81 responden (52,3%) setuju, dan 45 responden (29%) netral dari 155 responden dengan nilai mean 3,90. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan karyawan Puskopsyah melayani anggota dengan senang hati.

Dan *keenam, compliance* (X1.6) meliputi Puskopsyah Alkamil menyediakan produk investasi bagi hasil (X1.6.1) sebanyak 18 responden (11,6%) menyatakan sangat setuju, 75 responden (48,4%) setuju, 59 responden (38,1%) netral, dan 3 responden (1,9%) tidak setuju dari 155 responden dengan nilai mean 3,70. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan Puskopsyah Alkamil menyediakan produk investasi bagi hasil.

Item Puskopsyah Alkamil memberikan layanan produk dan jasa syariah (X1.6.2) sebanyak 22 responden (14,2%) menyatakan sangat setuju, 95 responden (61,3%) setuju, dan 38 responden (24,5%) netral dari 155 responden dengan nilai mean 3,90. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan Puskopsyah Alkamil memberikan layanan produk dan jasa syariah.

Item tidak ada unsur riba, gharar, dan maysir dalam produk Puskopsyah Alkamil (X1.6.3) sebanyak 22 responden (14,2%) menyatakan sangat setuju, 88 responden (56,8%) setuju, 41 responden (26,5%) netral, 3 responden (1,9%) tidak setuju, dan 1 responden (0,6% sangat tidak setuju) dari 155 responden dengan nilai mean 3,82. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan tidak ada unsur riba, gharar, dan maysir dalam produk Puskopsyah Alkamil.

Item pelaksanaan Zakat, Infaq, dan Shadaqoh (ZIS) yang amanah oleh Puskopsyah Alkamil (X1.6.4) sebanyak 16 responden (10,3%) menyatakan sangat setuju, 97 responden (62,6%) setuju, dan 42 responden (27,1%) netral dari 155 responden dengan nilai mean 3,83. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan pelaksanaan Zakat, Infaq, dan Shadaqoh (ZIS) yang amanah oleh Puskopsyah Alkamil.

Dan item Puskopsyah Alkamil memiliki budaya kerja Islami (X1.6.5) sebanyak 27 responden (17,4%) menyatakan sangat setuju, 99

responden (63,9%) setuju, dan 29 responden (18,7%) netral dari 155 responden dengan nilai mean 3,99. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan Puskopsyah Alkamil memiliki budaya kerja Islami.

2) Variabel Kepuasan Anggota (X2)

Distribusi item variabel kepuasan anggota (X2) meliputi sistem syariah yang diterapkan Puskopsyah Alkamil membuat anggota merasa tenang (X2.1), pelayanan yang diberikan Puskopsyah Alkamil memenuhi harapan anggota (X2.2), fasilitas, sarana dan prasarana Puskopsyah Alkamil membantu anggota (X2.3), produk dan jasa yang ada di Puskopsyah Alkamil membantu anggota (X2.4).

Tabel 4.11
Distribusi Item Variabel Kepuasan Anggota (X2)

Item	STS		TS		N		S		SS		TOTAL		MEAN
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X2.1	.	.	1	0,6	55	35,5	78	50,3	21	13,5	155	100	3,77
X2.2	.	.	1	0,6	50	32,3	73	47,1	31	20	155	100	3,86
X2.3	.	.	2	1,3	52	33,5	86	55,5	15	9,7	155	100	3,74
X2.4	55	35,5	85	54,8	15	9,7	155	100	3,74

Sumber: Data Primer, Nopember 2016 (diolah)

Variabel kepuasan anggota (X2) meliputi item sistem syariah yang diterapkan Puskopsyah Alkamil membuat anggota merasa tenang (X2.1) sebanyak 21 responden (13,5%) menyatakan sangat setuju, 78 responden (50,3%) setuju, 55 responden (35,3%) netral, dan 1 responden (0,6%) tidak setuju dari 155 responden dengan nilai mean 3,77. Jadi, dikatakan

bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan sistem syariah yang diterapkan Puskopsyah Alkamil membuat anggota merasa tenang.

Item pelayanan yang diberikan Puskopsyah Alkamil memenuhi harapan anggota (X2.2) sebanyak 31 responden (20%) menyatakan sangat setuju, 73 responden (47,1%) setuju, 50 responden (32,3%) netral, dan 1 responden (0,6%) tidak setuju dari 155 responden dengan nilai mean 3,86. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan pelayanan yang diberikan Puskopsyah Alkamil memenuhi harapan anggota.

Item Fasilitas, sarana dan prasarana Puskopsyah Alkamil membantu anggota (X2.3) sebanyak 15 responden (9,7%) menyatakan sangat setuju, 86 responden (55,5%) setuju, 52 responden (33,5%) netral, dan 2 responden (1,3%) tidak setuju dari 155 responden dengan nilai mean 3,74. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan Fasilitas, sarana dan prasarana Puskopsyah Alkamil membantu anggota.

Dan item produk dan jasa yang ada di Puskopsyah Alkamil membantu anggota (X2.4) sebanyak 15 responden (9,7%) menyatakan sangat setuju, 85 responden (54,8%) setuju, dan 55 responden (35,3%) netral dari 155 responden dengan nilai mean 3,74. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan produk dan jasa yang ada di Puskopsyah Alkamil membantu anggota.

3) Variabel Kepercayaan Anggota (Y)

Distribusi item variabel kepercayaan anggota (Y) meliputi kredibilitas dan kemampuan kualitas pelayanan yang diberikan Puskopsyah Alkamil bermutu (Y1), perilaku baik dan layanan Puskopsyah Alkamil memberikan kepuasan dan kepercayaan anggota (Y2), dan sikap amanah, jujur, bertanggung jawab, dan peduli yang ditunjukkan Puskopsyah Alkamil membantu anggota (Y3).

Tabel 4.12
Distribusi Item Variabel Kepercayaan Anggota

Item	STS		TS		N		S		SS		TOTAL		MEAN
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y1	49	31,6	86	55,5	20	12,9	155	100	3,81
Y2	1	0,6	1	0,6	49	31,6	85	54,8	19	12,3	155	100	3,77
Y3	.	.	1	0,6	50	32,3	78	50,3	26	16,8	155	100	3,83

Sumber: Data Primer, Nopember 2016 (diolah)

Variabel kepercayaan anggota (Y) meliputi item kredibilitas dan kemampuan kualitas pelayanan yang diberikan Puskopsyah Alkamil bermutu (Y1) sebanyak 20 responden (12,9%) menyatakan sangat setuju, 86 responden (55,5%) setuju, dan 49 responden (31,6%) netral dari 155 responden dengan nilai mean 3,81. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan kredibilitas dan kemampuan kualitas pelayanan yang diberikan Puskopsyah Alkamil bermutu.

Item perilaku baik dan layanan Puskopsyah Alkamil memberikan kepuasan dan kepercayaan anggota (Y2) sebanyak 19 responden (12,3%) menyatakan sangat setuju, 85 responden (54,8%) setuju, 49 responden (31,6%) netral, 1 responden (0,6%) tidak setuju, dan 1 responden (0,6%)

sangat tidak setuju dari 155 responden dengan nilai mean 3,77. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan perilaku baik dan layanan Puskopsyah Alkamil memberikan kepuasan dan kepercayaan anggota.

Dan item sikap amanah, jujur, bertanggung jawab, dan peduli yang ditunjukkan Puskopsyah Alkamil membantu anggota (Y3) sebanyak 26 responden (16,8%) menyatakan sangat setuju, 78 responden (50,3%) setuju, 50 responden (32,3%) netral, dan 1 responden (0,6%) tidak setuju dari 155 responden dengan nilai mean 3,83. Jadi, dikatakan bahwa sebagian besar anggota koperasi setuju dengan pernyataan sikap amanah, jujur, bertanggung jawab, dan peduli yang ditunjukkan Puskopsyah Alkamil membantu anggota.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Syarat penting yang berlaku pada kesahihan sebuah instrumen yaitu valid dan reliabel. Menurut Arikunto dalam Sani dan Maharani menjelaskan bahwa instrumen yang baik harus memenuhi dua syarat penting yaitu valid dan reliabel.¹⁴⁷ Untuk melihat valid dan reliabel sebuah instrumen, maka dilakukan uji Validitas dan Reliabilitas. Kuesioner dikatakan valid dengan membandingkan indeks korelasi *product moment* (r hitung) dan dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60. Sebagaimana tabel dibawah ini:

¹⁴⁷ Supriyanto dan Maharani, *Metodologi*, hlm. 184.

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Item	r	Ket	α	Ket
<i>Tangible</i> (X1.1)	X1.1.1	0,830	Valid	0,824	Reliabel
	X1.1.2	0,811	Valid		
	X1.1.3	0,836	Valid		
	X1.1.4	0,766	Valid		
<i>Reliability</i> (X1.2)	X1.2.1	0,932	Valid	0,929	Reliabel
	X1.2.2	0,945	Valid		
	X1.2.3	0,930	Valid		
<i>Responsiveness</i> (X1.3)	X1.3.1	0,838	Valid	0,870	Reliabel
	X1.3.2	0,879	Valid		
	X1.3.3	0,872	Valid		
	X1.3.4	0,805	Valid		
<i>Assurance</i> (X1.4)	X1.4.1	0,846	Valid	0,896	Reliabel
	X1.4.2	0,870	Valid		
	X1.4.3	0,921	Valid		
	X1.4.4	0,855	Valid		
<i>Empathy</i> (X1.5)	X1.5.1	0,723	Valid	0,805	Reliabel
	X1.5.2	0,840	Valid		
	X1.5.3	0,799	Valid		
	X1.5.4	0,841	Valid		
<i>Compliance</i> (X1.6)	X1.6.1	0,742	Valid	0,860	Reliabel
	X1.6.2	0,856	Valid		
	X1.6.3	0,801	Valid		
	X1.6.4	0,804	Valid		
	X1.6.5	0,818	Valid		
<i>Satisfaction</i> (X2)	X2.1	0,841	Valid	0,891	Reliabel
	X2.2	0,905	Valid		
	X2.3	0,848	Valid		
	X2.4	0,883	Valid		
<i>Trust</i> (Y)	Y1	0,926	Valid	0,921	Reliabel
	Y2	0,926	Valid		
	Y3	0,936	Valid		

Sumber: Data Primer, Nopember 2016 (diolah)

Hasil uji Validitas menyatakan bahwa masing-masing item pertanyaan mendapatkan nilai r lebih dari 0,3 sehingga seluruh instrumen penelitian

dikatakan valid. Sedangkan hasil uji Reliabilitas menyatakan bahwa nilai *Cronbach Alpha* variabel kualitas pelayanan Islami, kepuasan anggota, dan kepercayaan anggota lebih besar dari 0,60 sehingga dikatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel independen. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas bisa dilihat besaran *Variabel Inflation Factor* (VIF) masing-masing variabel independen. Apabila nilai VIF tidak lebih dari 5 maka tidak ada multikolinieritas.¹⁴⁸ Berikut ini hasil uji multikolinieritas:

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Statistik Kolinieritas		Multikolinieritas
	Toleransi	VIF	
Kualitas Pelayanan Islami (X1)	0,417	2,398	Tidak Terjadi
Kepuasan Anggota (X2)	0,417	2,398	Tidak Terjadi

Sumber: Data Primer, Nopember 2016 (diolah)

Berdasarkan data pada tabel 4.14, maka variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas karena nilai VIF X kurang dari 5 yaitu $2,398 < 5$ dan nilai VIF Z kurang dari 5 yaitu $2,398 < 5$.

¹⁴⁸ Supriyanto dan Maharani, *Metodologi*, hlm. 244

b. Uji Heteroskedastisitas

Supriyanto dan Maharani menyatakan bahwa model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁴⁹ Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi *Rank Spearman* yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel Independen. Apabila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti non heteroskedastisitas atau homoskedastisitas.

Tabel 4.15
Hasil Uji heteroskedastisitas

Model	R	Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan Islami (X1)	-0,134	0,96	Homoskedastisitas
Kepuasan Anggota (X2)	-0,168	0,37	Homoskedastisitas

Sumber: Data Primer, Nopember 2016 (diolah)

Dari tabel 4.15 dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji asumsi ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi

¹⁴⁹ Supriyanto dan Maharani, *Metodologi*, hlm. 244.

korelasi, maka dinamakan ada problem autorelasi. Uji ini menggunakan Durbin-Watson (D-W) dengan ketentuan sebagai berikut:¹⁵⁰

- 4) Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif yang perlu perbaikan
- 5) Angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak autokorelasi positif
- 6) Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

Tabel 4.16
Hasil Uji Autokorelasi

Model	D-W	Autokorelasi
Kualitas Pelayanan Islami (X1)	1,888	Tidak Terjadi
Kepuasan Anggota (X2)		

Sumber: Data Primer, Nopember 2016 (diolah)

Dari tabel 4.16 skor D-W 1,888. Jadi, dapat dikatakan bahwa tidak ada autokorelasi positif (tidak terjadi autokorelasi) karena D-W berada diantara -2 sampai +3 sebagaimana pernyataan Supriyanto dan Maharani diatas.

d. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Jika nilai signifikansi dari hasil uji *Kormogorov-Smirnov* > 0,05, maka asumsi normalitas terpenuhi.

¹⁵⁰ Supriyanto dan Maharani, *Metodologi*, hlm. 245.

Tabel 4.17
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		155
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,43480535
	Absolute	,071
Most Extreme Differences	Positive	,065
	Negative	-,071
Kolmogorov-Smirnov Z		,889
Asymp. Sig. (2-tailed)		,408

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer, Nopember 2016 (diolah)

Dari tabel 4.17 hasil pengujian diatas, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,408 > 0,05$, maka asumsi normalitas terpenuhi.

e. Uji Linieritas

Pengujian linieritas perlu dilakukan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linier atau tidak. Uji linieritas dilakukan dengan menggunakan *curve estimatian*, yaitu gambaran hubungan variabel dependen dengan variabel independen. Jika nilai $\text{sig } f < 0,05$, maka variabel dependen memiliki hubungan linier dengan variabel independen.

Tabel 4.18
Hasil Uji Linieritas

Model	Sig f	Keterangan
X1 ke X2	0,000	Linier
X1 ke Y	0,000	Linier
X2 ke Y	0,000	Linier

Sumber: Data Primer, Nopember 2016 (diolah)

Hasil pengujian pada tabel 4.18, diperoleh semua nilai sig f $0,000 < 0,05$, maka asumsi linieritas terpenuhi.

4. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Tujuan penggunaan analisis jalur dalam penelitian ini untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh variabel kualitas Pelayanan Islami terhadap variabel kepuasan anggota dan kepercayaan anggota. Perhitungan statistik dalam analisis jalur menggunakan analisis regresi yang digunakan sebagai alat dalam penelitian dan dibantu dengan program komputer *SPSS for windows versi 21.0*. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami (X1) terhadap Kepuasan Anggota (X2)

1) Analisis Jalur

Tabel 4.19
Hasil Analisis Regresi Kualitas Pelayanan Islami (X1) terhadap Kepuasan Anggota (X2)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Ket
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	,215	,245		,876	,382	
X1	,943	,064	,764	14,626	,000	Sig.

Dependent Variable: Kepuasan Anggota

N : 155

R Square : 0,583

F hitung : 213,929

Sig. F hitung : 0,000

Sumber: Data Primer, Nopember 2016 (diolah)

Berdasarkan tabel 4.19, pada jalur P1 koefisien beta variabel kualitas pelayanan Islami sebesar 0,764. Variasi perubahan nilai variabel kepuasan yang dapat dijelaskan variabel kualitas pelayanan Islami sebesar 0,583 (hasil koefisien determinasi), selebihnya sebesar 0,417 dijelaskan oleh variabel lain. Hasil ini diperjelas dari uji T diperoleh nilai sebesar 14,626 ($14,626 > 1,960$) dan ($p = 0,000 < 0,05$). Jadi, variabel kualitas pelayanan Islami (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota (X2).

2) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kualitas pelayanan Islami terhadap variabel kepuasan anggota. Koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R square (r^2) pada tabel 4.19 adalah 0,583 atau 58,3%. Menunjukkan bahwa pengaruh positif dan signifikan variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 58,3% sedangkan sisanya sebesar 41,7% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3) Uji T

Uji t yaitu untuk menguji secara individu variabel independen terhadap variabel dependen. Kriterianya apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka ada pengaruh antara variabel independen terhadap dependen dan sebaliknya. Sedangkan untuk signifikansi, jika $t < 0,05$ maka adanya pengaruh antara variabel independen terhadap dependen dan

sebaliknya. Pada tabel 4.19 dapat diketahui uji t terhadap variabel Kualitas Pelayanan Islami didapatkan t_{hitung} sebesar 14,626 dengan signifikansi t sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($14,626 > 1,960$) atau signifikansi $t < 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka secara uji t variabel Kualitas Pelayanan Islami berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan anggota.

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami (X1) terhadap Kepercayaan Anggota (Y)

1) Analisis Jalur

Tabel 4.20
Hasil Analisis Regresi Kualitas Pelayanan Islami (X1) terhadap Kepercayaan Anggota (Y)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,430	,305		1,410	,161
Kualitas Pelayanan Islami	,893	,080	,670	11,153	,000

Dependent Variable: Kepercayaan Anggota

N : 155

R Square : 0,448

F hitung : 124,385

Sig. F hitung : 0,000

Sumber: Data Primer, Nopember 2016 (diolah)

Berdasarkan tabel 4.20, variasi perubahan nilai variabel kepercayaan anggota yang dapat dijelaskan variabel kualitas pelayanan Islami sebesar 0,448 selebihnya sebesar 0,552 dijelaskan oleh variabel lain. Hasil ini diperjelas dari uji T diperoleh nilai sebesar

11,153 ($11,153 > 1,960$) dan ($t = 0,000 < 0,05$). Jadi, variabel kualitas pelayanan Islami (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan anggota (Y).

2) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kualitas pelayanan Islami terhadap variabel kepercayaan anggota. Koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R square (r^2) pada tabel 4.20 adalah 0,448 atau 44,8%. Hal ini, menyatakan bahwa pengaruh positif dan signifikan variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 44,8% sedangkan sisanya sebesar 55,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3) Uji T

Uji t yaitu untuk menguji secara individu variabel independen terhadap variabel dependen. Kriterianya apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka ada pengaruh antara variabel independen terhadap dependen dan sebaliknya. Sedangkan untuk signifikansi, jika $t < 0,05$ maka adanya pengaruh antara variabel independen terhadap dependen dan sebaliknya. Pada tabel 4.20 dapat diketahui uji t terhadap variabel Kualitas Pelayanan Islami didapatkan t_{hitung} sebesar 11,153 dengan signifikansi t sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($11,153 > 1,960$) atau signifikansi t $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka secara uji t variabel

Kualitas Pelayanan Islami berpengaruh signifikan terhadap variabel kepercayaan anggota.

c. Pengaruh Kepuasan Anggota (X1) terhadap Kepercayaan Anggota

(Y)

1) Analisis Jalur

Tabel 4.21
Hasil Analisis Regresi Kepuasan Anggota (X2) terhadap Kepercayaan Anggota (Y)

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,997	,242		4,115	,000
	Kepuasan Anggota	,744	,063	,688	11,734	,000

Dependent Variable: Kepercayaan Anggota

N : 155

R Square : 0,474

F hitung : 137,695

Sig. F hitung : 0,000

Sumber: Data Primer, Nopember 2016 (diolah)

Berdasarkan tabel 4.21, variasi perubahan nilai variabel kepercayaan anggota yang dapat dijelaskan variabel kepuasan anggota sebesar 0,474 selebihnya sebesar 0,526 dijelaskan oleh variabel lain. Hasil ini diperjelas dari uji T diperoleh nilai sebesar 11,734 ($11,734 > 1,960$) dan ($p = 0,000 < 0,05$). Jadi, variabel kepuasan anggota (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan anggota (Y).

2) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kepuasan terhadap variabel kepercayaan anggota. Koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R square (r^2) pada tabel 4.21 adalah 0,474 atau 47,4%. Hal ini menyatakan bahwa pengaruh positif dan signifikan variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 47,4% sedangkan sisanya sebesar 52,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3) Uji T

Uji t yaitu untuk menguji secara individu variabel independen terhadap variabel dependen. Kriterianya apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka ada pengaruh antara variabel independen terhadap dependen dan sebaliknya. Sedangkan untuk signifikansi, jika $t < 0,05$ maka adanya pengaruh antara variabel independen terhadap dependen dan sebaliknya. Pada tabel 4.21 dapat diketahui uji t terhadap variabel Kualitas Pelayanan Islami didapatkan t_{hitung} sebesar 11,734 dengan signifikansi t sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ 11,734 ($11,734 > 1,960$) atau signifikansi $t < 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka secara uji t variabel kepuasan anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepercayaan anggota.

4) Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami (X1) dan Kepuasan Anggota (X2) terhadap Kepercayaan Anggota (Y)

1) Analisis Jalur

Tabel 4.22
Hasil Analisis Regresi Kualitas Pelayanan Islami (X1) dan Kepuasan Anggota (X2) terhadap Kepercayaan Anggota (Y)

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Ket
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,331	,285		1,162	,247	
	X1	,461	,116	,346	3,986	,000	Sig.
	X2	,459	,094	,424	4,894	,000	Sig.

Dependent Variable: Y

N : 155

R Square : 0,523

F hitung : 83,494

Sig. F hitung : 0,000

Sumber: Data Primer, Nopember 2016 (diolah)

Berdasarkan tabel 4.22, pada jalur P2 koefisien beta variabel kualitas pelayanan Islami sebesar 0,346 dengan signifikansi $t < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Pada jalur P3 koefisien beta variabel kepuasan anggota 0,424 dengan signifikansi $t < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Jadi, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan Islami (X1) memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan anggota (Y) dan kepuasan anggota (X2) memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan anggota (Y).

2) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kualitas pelayanan Islami dan kepuasan anggota terhadap variabel kepercayaan anggota. Koefisien determinasi dengan nilai R square (r^2) pada tabel 4.20 adalah 0,523. Angka tersebut dapat digunakan untuk melihat besarnya pengaruh kualitas pelayanan Islami dan kepuasan anggota secara gabungan terhadap kepercayaan anggota. Dengan cara menghitung Koefisien Determinan (KD) yang rumusnya sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,523 \times 100\%$$

$$KD = 52,3\%$$

Angka tersebut menyatakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan Islami dan kepuasan anggota secara gabungan terhadap kepercayaan anggota adalah 52,3% sedangkan sisanya sebesar 47,7% ($100\% - 52,3\%$) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dipengaruhi.

3) Uji F (Pengujian Hipotesis secara Simultan)

Uji hipotesis secara simultan (Uji F) kriterianya yaitu apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka ada pengaruh antara variabel independen dan dependen begitu sebaliknya. Sedangkan untuk signifikansi, jika signifikansi $F < 0,05$ maka ada pengaruh antara variabel independen dan dependen dan begitu sebaliknya.

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 83,494 dan signifikansi F sebesar 0,000. Jadi, $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($83,494 > 3,00$) atau signifikansi F $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan hasil tersebut artinya bahwa kualitas pelayanan Islami (X) dan kepuasan anggota (Z) berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan anggota. Dalam hal ini hubungan searah (positif) yang berarti bahwa jika variabel kualitas pelayanan dan kepuasan anggota meningkat maka kepercayaan anggota juga akan meningkat.

4) Uji T

Uji t yaitu untuk menguji variabel independen terhadap variabel dependen. adapun kriterianya yaitu apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka ada pengaruh antara variabel independen terhadap dependen dan sebaliknya. Jika signifikansi t $< 0,05$ maka ada pengaruh antara variabel independen terhadap dependen dan sebaliknya. Hasil perhitungan akan dijelaskan sebagai berikut:

- a) Uji t terhadap variabel kualitas pelayanan Islami (X) didapatkan t_{hitung} sebesar 3,986 dengan signifikansi t sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,986 > 1,960$) atau signifikansi t $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka variabel kualitas pelayanan Islami berpengaruh signifikan terhadap variabel kepercayaan anggota (Y).
- b) Uji t terhadap variabel kepuasan anggota (Z) didapatkan t_{hitung} sebesar 4,894 dengan signifikansi t sebesar 0,000. Karena t_{hitung}

$> t_{tabel}$ ($4,894 > 1,960$) atau signifikansi $t < 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka variabel kepuasan anggota berpengaruh signifikan terhadap variabel kepercayaan anggota (Y).

4) Menguji Nilai Koefisien Determinasi (R^2) dan Variabel Error (e)

Berdasarkan model tabel. 4.19 dan 4.20, maka dapat disusun model diagram jalur akhir. Sebelum menyusun model diagram jalur akhir, terlebih dahulu dihitung nilai standar error sebagai berikut:

$$Pe_i = \sqrt{1 - R_1^2}$$

$$Pe_1 = \sqrt{1 - R_1^2} = \sqrt{1 - 0,583} = 0,645$$

$$Pe_2 = \sqrt{1 - R_1^2} = \sqrt{1 - 0,523} = 0,690$$

Berdasarkan perhitungan pengaruh error Pe_i , didapatkan hasil pengaruh error Pe_1 sebesar 0,645 dan pengaruh error Pe_2 sebesar 0,690. Hasil koefisien determinasi total adalah sebagai berikut:

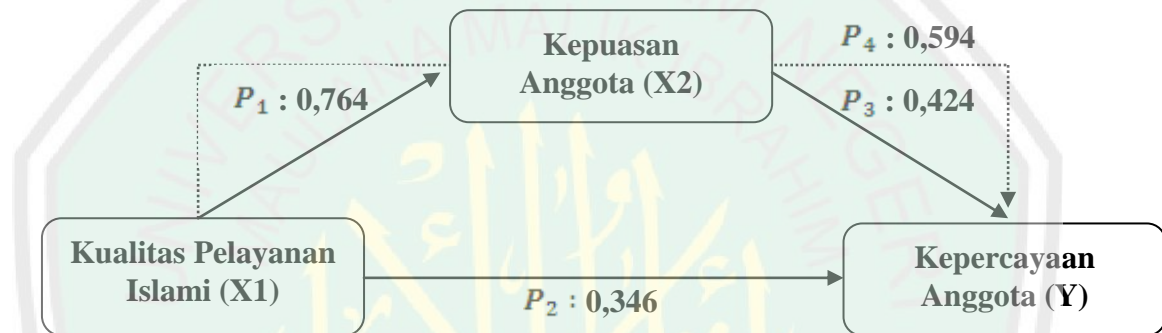
$$\begin{aligned} R^2_m &= 1 - (Pe_1)^2 - (Pe_2)^2 \\ &= 1 - (0,645)^2 - (0,690)^2 \\ &= 1 - (0,416) - (0,476) \\ &= 1 - (0,198) \\ &= 0,802 \end{aligned}$$

Nilai determinasi total sebesar 0,802 mempunyai arti bahwa sebesar 80,2% variabel kepercayaan anggota dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan Islami dan variabel kepuasan anggota, sedangkan

sisanya sebesar 19,8% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

5) Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Berdasarkan hasil analisis jalur di atas akan dijelaskan pengaruh langsung dan tidak langsung melalui gambar diagram jalur dibawah ini:



Gambar 4.9: Gambar Diagram Jalur

Berdasarkan diagram jalur pada gambar 4.9, maka dapat dilihat besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel, sebagai berikut:

Tabel 4.23
Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kualitas Pelayanan Islami (X1), Kepuasan Anggota (X2), dan Kepercayaan Anggota (Y)

Pengaruh Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung melalui Variabel X2 ($P_1 + P_3 : 2$)
X1 ke X2	0,764	-
X1 ke Y	0,346	0,594
X2 ke Y	0,424	-

Sumber: Data Primer, Nopember 2016 (diolah)

Berdasarkan tabel 4.23 dapat diketahui pengaruh langsung kualitas pelayanan Islami (X1) terhadap kepuasan anggota (X2) adalah sebesar 0,764. Pengaruh langsung kualitas pelayanan Islami (X1) terhadap kepercayaan anggota (Y) adalah sebesar 0,346. Pengaruh langsung kepuasan anggota (X2) terhadap kepercayaan anggota (Y) adalah sebesar 0,424. Pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan Islami (X1) terhadap kepercayaan anggota (Y) melalui kepuasan anggota (X2) adalah sebesar 0,594. Pengaruh tidak langsung didapat dengan cara menambahkan nilai pengaruh langsung kualitas pelayanan Islami terhadap kepuasan anggota dengan pengaruh langsung kepuasan anggota terhadap kepercayaan anggota kemudian hasilnya dibagi dua.

BAB V

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Analisis Variabel Penelitian

1. Kualitas Pelayanan Islami (X1) terhadap Kepuasan Anggota (X2)

Kepuasan anggota (X2) dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas pelayanan Islami (X1). Hasil penelitian di lapangan serta hasil pengujian analisis jalur, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan Islami mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota ($p = 0,000 < 0,05$) dengan koefisien beta 0,764. Variasi perubahan nilai variabel kepuasan yang dapat dijelaskan variabel kualitas pelayanan Islami sebesar 0,583 (hasil koefisien determinasi), selebihnya sebesar 0,417 dijelaskan oleh variabel lain. Hasil ini diperjelas dari uji T diperoleh nilai sebesar 14,626 ($14,626 > 1,960$). Jadi, variabel kualitas pelayanan Islami (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota (X2).

Enam variabel kualitas pelayanan Islami yang digunakan menunjukkan bahwa indikator jaminan (*assurance*) dengan pernyataan karyawan Puskopsyah Alkamil ramah dan santun saat melayani (X1.4.2) sebanyak 36 responden (23,3%) menyatakan sangat setuju, 87 responden (56,1%) setuju, dan 32 responden (20,6%) netral dari 155 responden dengan nilai mean 4,03. Item ini merupakan item dengan nilai mean tertinggi yakni 4,03 yang menyatakan bahwa keramahan dan kesantunan

karyawan saat melayani akan meningkatkan kepuasan anggota terhadap koperasi.

Indikator kedua yang memiliki skor mean tertinggi yakni kepatuhan syariah (*compliance*) dengan item Puskopsyah Alkamil memiliki budaya kerja Islami (X1.6.5) sebanyak 27 responden (17,4%) menyatakan sangat setuju, 99 responden (63,9%) setuju, dan 29 responden (18,7%) netral dari 155 responden dengan nilai mean 3,99. Dan kemudian mean tertinggi ketiga adalah indikator jaminan (*assurance*) lagi dengan item anggota merasa aman saat bertransaksi dengan Puskopsyah Alkamil (X1.4.3) sebanyak 32 responden (20,6%) menyatakan sangat setuju, 81 responden (52,3%) setuju, dan 42 responden (27,1%) netral dari 155 responden dengan nilai mean 3,94. Jadi, item-item ini menunjukkan pengaruh paling signifikan dalam meningkatkan kepuasan anggota saat bertransaksi dengan Puskopsyah Alkamil. Selain itu, item-item dari indikator-indikator lain juga memberikan pengaruh kepada kepuasan anggota terhadap koperasi.

Hasil penelitian ini mendukung teori Kotler dan Armstrong¹⁵¹, yang menyatakan bahwa lembaga keuangan harus melayani anggota dengan ramah sehingga mereka merasa puas terhadap layanan yang diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan ramah yang diberikan Puskopsyah Alkamil Jawa Timur berhasil meningkatkan kepuasan anggota-anggotanya.

¹⁵¹ Kotler dan Armstrong, *Principle of Marketing*, hlm. 34.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hidayat, *et al*,¹⁵² dengan judul “*Effects Of Service Quality, Customer Trust And Customer Religious Commitment On Customer Satisfaction And Loyalty Of Islamic Banks In East Java.*” Terdapat dalam jurnal *Al-Iqtishad*: Vol. VII No. 2, Juli 2015. Jurnal ini menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Penelitian ini juga selaras dengan penelitian Kishada dan Wahab,¹⁵³ dengan judul “*Influence of Customer Satisfaction, Service Quality, and Trust on Customer Loyalty in Malaysian Islamic Banking*”. Terdapat pada *International Journal of Business and Social Science* Vol. 6, No. 11; November 2015. Menyatakan ada korelasi positif dan signifikan antara indikator kualitas pelayanan dengan kepuasan. Penelitian Ashraf¹⁵⁴ dengan judul “*Include the Position of Islamic Banking, Service Quality, Satisfaction, Trust and Loyalty in the Context of an Integrated Model for Islamic Finance*” Terdapat dalam *European Journal of Business and Management* ISSN 2222-1905 ISSN 2222-2839 Vol.6, No.17, 2014. Menyatakan ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Juniawan¹⁵⁵ dengan judul “*Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Nasabah pada Bank Umum Syariah di Jakarta*”. Penelitian ini terdapat dalam *Jurnal Liquidity* Vol. 3 No. 1, Januari-Juni 2014. Dalam penelitian ini ditemukan: *Pertama*,

¹⁵² Hidayat, “Effect of Service Quality, hlm. 151.

¹⁵³ Kishada dan Wahab, “Influence, hlm. 110-119.

¹⁵⁴ Ashraf, “Include the Position of Islamic Banking, hlm. 157.

¹⁵⁵ Juniawan, “Kualitas Pelayanan, hlm. 51.

dimensi kualitas pelayanan Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah adalah *assurance*, *reliability*, *tangible*, and *empathy*. Kedua, dimensi kualitas pelayanan yang tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah adalah *compliance* dan *responsiveness*. Penelitian ini, sedikit berbeda dengan penelitian yang dilakukan penulis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan Islami berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan anggota melalui ke-6 dimensi-Nya. Kualitas pelayanan Islami menempatkan dimensi *compliance* sebagai dimensi ke-2 yang paling signifikan berpengaruh terhadap kepuasan anggota setelah dimensi *assurance*.

Wawancara yang dilakukan peneliti terhadap responden. Misalnya, Bapak IS¹⁵⁶ mengatakan bahwa,

“Sebelum saya melakukan transaksi keuangan dengan Puskopsyah Alkamil Jawa Timur. Saya pernah meminjam uang di lembaga keuangan lain. Setiap saya terlambat melakukan pembayaran, maka saya harus membayar denda. Pada Puskopsyah Alkamil tidaklah demikian, misalkan saya belum bisa membayar pada bulan berlangsung angsuran karena memang ada pengeluaran tambahan dan bersifat urgen (seperti anak lagi sakit). Waktu itu, saya benar-benar meminta izin terlambat melakukan pembayaran kepada *Account Officer* (AO) Puskopsyah Alkamil, maka saya tidak akan dikenakan denda. Pelayanan seperti ini sangat membantu orang seperti saya yang berprofesi sebagai karyawan dan berpenghasilan menengah ke bawah. Dan saya berjanji akan membayar pada bulan selanjutnya, karena bagi saya hutang merupakan kewajiban yang harus dibayar.”

Hal yang sama juga di sampaikan oleh Ibu KB¹⁵⁷, yang mengatakan,

¹⁵⁶ Iwan Sugianto, Wawancara (Malang, 10 September 2016).

¹⁵⁷ Kartika Budhi, Wawancara (Malang, 12 September 2016).

“Suatu hari, anak ketiga saya dirawat di rumah sakit. Saya memerlukan banyak biaya untuk perawatan dan pengobatan. Hal ini menyebabkan saya tidak bisa mengangsur cicilan kepada Puskopsyah Alkamil. Saya berterus-terang bahwa anak lagi sakit dan belum bisa mengangsur cicilan pada bulan ini. Setelah anak saya sembuh, saya kembali mengangsur pada bulan selanjutnya tanpa dikenakan tambahan angsuran atau denda. Hal ini sangat membantu bagi saya yang memiliki penghasilan sekitar Rp 1.000.000,-/bulan”.

Begitu juga pengalaman yang pernah dirasakan oleh Ibu IW¹⁵⁸, dengan berkata,

“Saya pernah terlambat melakukan pembayaran dan berterus terang bahwa ada kebutuhan mendesak untuk perawatan biaya anak yang lagi sakit. Pada waktu itu, saya diberikan keringanan oleh Puskopsyah Alkamil dan tidak dikenakan denda.”

Berdasarkan pernyataan di atas, maka karyawan Puskopsyah Alkamil memberikan toleransi saat anggota tidak bisa melakukan pembayaran disebabkan kebutuhan *dharuriyah*. Sifat seperti ini menunjukkan pelayanan yang sopan, ramah, dan kelemah-lembutan serta diiringi dengan budaya kerja Islami terbukti menjadi jaminan rasa aman bagi anggota dalam melakukan transaksi hingga berdampak pada kepuasan. Berkenaan dengan hal ini, Al-Qur'an Surat Ali Imran ayat 159 menyatakan bahwa:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ

حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ

فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

¹⁵⁸ Ida Widiastuti, Wawancara (Malang, 17 September 2016).

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka; mohonkanlah mapun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya”. (QS. Ali Imran [3]: 159)

Tafsir Ibnu Katsir menjelaskan Allah Swt berfirman ditujukan kepada Rasulullah Saw, mengingatkan atas karunia yang telah diberikan kepadanya dan kepada orang-orang yang beriman, tatkala Allah menjadikan hati beliau lembut kepada umatnya yang mengikuti perintah dan meninggalkan larangannya serta menjadikan beliau bertutur kata baik kepada mereka. (فِيْمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللّٰهِ لِيْنْتَ لَهُمْ) “Maka disebabkan rahmat dari Allah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka.” Artinya tidak ada sesuatu yang menjadikan kamu bersikap lembah lembut kepada mereka kalau bukan rahmat Allah yang diberikan kepadamu dan kepada mereka.¹⁵⁹

Selain itu, Allah Swt juga berfirman (وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ) “Sekiranya kamu bersikap keras lagi kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu.” Yang dimaksud فَظًّا dan غَلِيظَ adalah ucapan kasar. Hal itu, sesuai dengan firman-Nya setelah itu (غَلِيظَ الْقَلْبِ) “berhati kasar”. Artinya, jika kamu mengeluarkan kata-kata buruk dan berhati kasar kepada mereka, niscaya mereka akan menjauh dan

¹⁵⁹ Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid. 3, hlm. 173.

meninggalkanmu, tetapi Allah menyatukan mereka semua kepadamu. Dan Allah menjadikan sikapmu lembut kepada mereka dimaksudkan untuk menarik hati mereka. Sebagaimana yang dikatakan ‘Abdullah bin Amr. Aku melihat sifat Rasulullah Saw dalam kitab-kitab terdahulu seperti itu. Dimana beliau tidak bertutur kata kasar dan tidak berhati keras, tidak suka berteriak-teriak di pasar, tidak pernah membalas kejahatan dengan kejahatan, tetapi beliau iitu senantiasa memberikan maaf.¹⁶⁰

Dalam Sabda Rasulullah Saw dalam hadist Bukhari, dijelaskan bahwa

حَدَّثَنَا عَلِيُّ بْنُ عِيَّاشٍ حَدَّثَنَا أَبُو غَسَّانَ مُحَمَّدُ بْنُ مُطَرِّفٍ قَالَ حَدَّثَنِي مُحَمَّدُ بْنُ
الْمُنْكَدِرِ عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا. أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ
وَسَلَّمَ قَالَ رَحِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا اشْتَرَى وَإِذَا اقْتَضَى

Artinya : “Telah menceritakan kepada kami 'Ali bin 'Ayyasy telah menceritakan kepada kami Abu Ghossan Muhammad bin Muthorrif berkata, telah menceritakan kepada saya Muhammad bin Al Munkadir dari Jabir bin 'Abdullah radiallahu 'anhu bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Allah merahmati orang yang memudahkan ketika menjual dan ketika membeli dan juga orang yang meminta haknya". (HR. Bukhari, No. 1934)

Allah Swt merahmati seseorang yang mempermudah aktivitas ekonomi saudaranya. Begitu contoh yang diberikan baginda nabi Muhammad Saw saat melakukan aktivitas ekonomi. Nabi Muhammad Saw telah menciptakan *image* sebagai orang yang ramah dan baik saat ia sebagai pengusaha dan dalam kehidupan sehari-hari sebagaimana hadist

¹⁶⁰ Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid. 3, hlm. 173.

di atas.¹⁶¹ Sikap ramah dan bermurah hati dalam transaksi muamalah dan memberi tempo pembayaran hutang bagi orang yang bangkrut atau terkena musibah (tidak mampu membayar hutang) sesuai dengan nilai-nilai ekonomi syariah. Dalam sabda Rasulullah Saw dijelaskan:

حَدَّثَنَا أَبُو الْهَيْثَمِ خَالِدُ بْنُ خِدَاشِ بْنِ عَجْلَانَ حَدَّثَنَا حَمَّادُ بْنُ زَيْدٍ عَنْ أَيُّوبَ
عَنْ يَحْيَى بْنِ أَبِي كَثِيرٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ أَبِي قَتَادَةَ أَنَّ أَبَا قَتَادَةَ طَلَبَ غَرِيمًا لَهُ
فَتَوَارَى عَنْهُ ثُمَّ وَجَدَهُ فَقَالَ إِنِّي مُعْسِرٌ فَقَالَ اللَّهُ قَالَ اللَّهُ قَالَ فَإِنِّي سَمِعْتُ
رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ مَنْ سَرَّهُ أَنْ يُنَجِّيَهُ اللَّهُ مِنْ كُرْبٍ يَوْمَ
الْقِيَامَةِ فَلْيَنْفَسْ عَنْ مُعْسِرٍ أَوْ يَضَعْ عَنْهُ وَحَدَّثَنِي أَبُو الطَّاهِرِ أَخْبَرَنَا ابْنُ وَهْبٍ
أَخْبَرَنِي جَرِيرُ بْنُ حَازِمٍ عَنْ أَيُّوبَ بِهَذَا الْإِسْنَادِ نَحْوَهُ

Artinya: "Telah menceritakan kepada kami Abu Al Haitsam Khalid bin Khidasy bin 'Ajlan telah menceritakan kepada kami Hammad bin Zaid dari Ayyub dari Yahya bin Abin Katsir dari Abdullah bin Abu Qatadah bahwa Abu Qatadah pernah mencari seseorang yang berhutang kepadanya, ternyata orang yang berhutang kepadanya itu berusaha bersembunyi dan menghindar. Ketika ditemukan, orang tersebut berkata, "Sungguh saya sedang dalam kesulitan." Abu Qatadah berkata, "Demi Allah." Dia berkata, "Demi Allah." Abu Qatadah melanjutkan, "Baiklah kalau begitu, sungguh saya pernah mendengar Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Barangsiapa ingin diselamatkan Allah dari kesusahan hari Kiamat, maka hendaklah ia memberi tanggungan kepada orang yang kesulitan, atau membebaskan hutangnya." Dan telah menceritakan kepadaku Abu At Thahir telah mengabarkan kepada kami Ibnu Wahb telah mengabarkan kepadaku Jarir bin Hazim dari Ayyub dengan sanad-sanad ini, seperti hadits tersebut." (HR. Muslim No. 2923)

Hadist di atas memerintahkan bahwa seorang muslim yang baik hendaknya bertamuh (toleran) kepada saudaranya saat membayar/mengah utang jika anggota sedang kesusahan atau

¹⁶¹ Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad: Starategi Andal dan Jitu Praktis Bisnis Nabi Muhammad Saw*, (Bandung: Madani Prima, 2008), hlm. 85.

kesulitan.¹⁶² Dengan kata lain berilah kemudahan kepada orang yang sedang kesulitan. Oleh karena itu, layanan yang ramah, santun, toleransi, dan bermurah hati serta menaati aturan syariah dari Puskopsyah Alkamil terbukti menarik hati anggotanya sehingga mereka merasa puas melakukan transaksi dengan koperasi tersebut. Maka, dalam penelitian ini dinyatakan bahwa kepuasan anggota dipengaruhi oleh kualitas pelayanan Islami yang diberikan oleh Puskopsyah Alkamil Jawa Timur.

2. Kualitas Pelayanan Islami (X1) terhadap Kepercayaan Anggota (Y)

Kepercayaan anggota (Y) dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas pelayanan Islami (X1). Hasil penelitian di lapangan serta hasil pengujian analisis jalur, menunjukkan bahwa variasi perubahan nilai variabel kepercayaan anggota (Y) yang dapat dijelaskan variabel kualitas pelayanan Islami (X1) sebesar 0,448 selebihnya sebesar 0,552 dijelaskan oleh variabel lain. Hasil ini diperjelas dari uji T diperoleh nilai sebesar 11,153 ($11,153 > 1,960$) dan ($p = 0,000 < 0,05$). Jadi, variabel kualitas pelayanan Islami (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan anggota (X2).

Variabel kualitas pelayanan Islami yang menunjukkan scor mean tertinggi adalah indikator jaminan (*assurance*) dengan pernyataan karyawan Puskopsyah Alkamil ramah dan santun saat melayani (X1.4.2) dengan nilai mean 4,03. Variabel kedua adalah indikator kepatuhan

¹⁶² Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), hlm. 75.

syariah (*compliance*) dengan item Puskopsyah Alkamil memiliki budaya kerja Islami (X1.6.5) dengan nilai mean 3,99.

Item-item ini menyatakan bahwa pengaruh yang signifikan bahwa kesopanan dan keramahan yang disertai budaya kerja Islami karyawan Puskopsyah Alkamil Jawa Timur saat memberikan layanan akan meningkatkan kepercayaan anggota terhadap koperasi. Baru kemudian diikuti oleh item-item dari indikator-indikator yang lain yang juga memberikan pengaruh kepada kepercayaan anggota terhadap koperasi.

Hasil tersebut sejalan dengan pemikiran Ganesan¹⁶³ menyatakan terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan kepercayaan yang pada akhirnya akan mengarah pada terciptanya hubungan jangka panjang antara lembaga dengan anggota. Dan juga Abdullah, *et al.*,¹⁶⁴ yang mengatakan bahwa salah satu faktor yang menciptakan kepercayaan melalui peningkatan kualitas pelayanan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Saxton¹⁶⁵ dengan judul “*The Effects of Partner and Relationship Characteristic on Alliance Outcomes*”, dalam *Academy of Management Journal*, 1997, Vol.40, No.2 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berhubungan positif terhadap kepercayaan. Dan juga mendukung penelitian yang dilakukan Misbach, *et al.*,¹⁶⁶ dengan judul “*Islamic Bank Service Quality and Trust: Study on Islamic Bank in Makassar Indonesia*”. Terdapat dalam *International*

¹⁶³ Ganesan, ”Determinants of Long-term Orientation, hlm. 1.

¹⁶⁴ F. Abdullah, *et al.*, “Bank Service Quality, hlm. 542-555

¹⁶⁵ Saxton, “The Effects of Partner, hlm. 443.

¹⁶⁶ Misbach, *et al.*, “Islamic Bank, hlm. 51.

Journal of Business and Management; Vol. 8, No. 5; 2013 ISSN 1833-3850 E-ISSN 1833-8119. Penelitian ini mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadania¹⁶⁷ dengan judul “Kepercayaan and Komitmen Sebagai Perantara Kunci *Relationship Marketing* Dalam Membangun Loyalitas (Survei Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Surabaya)”. *Jurnal Riset Ekonomi and Manajemen*, 2002, Vol. 2 (1). Penelitian ini menyebutkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan.

Kepercayaan anggota yang dibangun dari kualitas pelayanan Islami yang diberikan Puskopsyah Alkamil. Dengan pernyataan indikator kepatuhan syariah (*compliance*) dengan item Puskopsyah Alkamil memiliki budaya kerja Islami. Sebagaimana pengalaman Bapak IS, Ibu KB, dan Ibu IW yang mengatakan tidak ada denda saat keterlambatan pembayaran.

Allah Swt berfirman dalam QS. Al-Māidah [5]: 48 tentang kewajiban menjalankan syariah, yakni:

وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ الْكِتَابِ وَمُهَيِّمًا عَلَيْهِ

فَاحْكُم بَيْنَهُم بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ عَمَّا جَاءَكَ مِنَ الْحَقِّ لِكُلِّ

جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا

¹⁶⁷ Ramadania, “Kepercayaan, hlm. 33-52.

Artinya: “Kami telah menurunkan Kitab (Al-Qur’an) kepadamu dengan membawa kebenaran, yang membenarkan kitab-kitab yang diturunkan sebelumnya dan menjaganya maka putuslah mereka menurut apa yang telah diturunkan Allah dan janganlah kamu mengikuti keinginan mereka dengan meninggalkan kebenaran yang telah datang padamu. Untuk setiap umat diantara kamu, Kami berikan aturan dan jalan yang terang.....”(QS. Al-Māidah [5]: 48)

Tafsir Ibnu Katsir menjelaskan (وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ) “Dan kami telah turunkan kepadamu al-Qur’an dengan membawa kebenaran.” Yaitu dengan kebenaran yang tidak diragukan bahwa ia benar-benar berasal dari sisi Allah. (مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ الْكِتَابِ) “Yang membenarkan apa yang sebelumnya” yang memuat penyebutan dan pujian terhadap kitab al-Qur’an; kitab itu akan diturunkan dari sisi Allah Swt kepada hamba-Nya dan Rasul-Nya, Muhammad Saw. Maka turunnya al-Qur’an adalah sesuai dengan apa yang diberitakan di dalam kitab-kitab tersebut. Hal itu akan menambah kebenarannya bagi pembacanya, dari kalangan orang-orang yang berpikir, yang tunduk kepada perintah Allah Swt, dan mengikuti syariat-syariat-Nya serta membenarkan para Rasul-Nya.¹⁶⁸

Firman-Nya (وَمُهَيْمِنًا عَلَيْهِ) “Dan batu ujian terhadap kitab-kitab yang lain itu.” Sufyan ats-Tsauri dan ulama lainnya mengatakan dari Ibnu Abbas yakni yang menjaminkannya. Maka, al-Qur’an itu dapat dipercaya, menjadi saksi, dan sebagai hakim atas kitab-kitab yang turun sebelumnya. Allah Swt menjadikan al-Qur’an yang agung ini diturunkan paling akhir, dan sebagai penutup kitab-kitab-Nya. Sebagai kitab yang paling lengkap,

¹⁶⁸ Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid 3, hlm. 101.

paling agung, dan paling sempurna dari kitab-kitab sebelumnya. Allah mengumpulkan di dalamnya berbagai kebaikan yang ada pada kitab-kitab sebelumnya. Allah mengumpulkan di dalamnya berbagai kebaikan yang ada pada kitab-kitab sebelumnya, dan menambahkannya dengan berbagai kesempurnaan yang tidak dijumpai dalam kitab-kitab lainnya. Oleh karena itu, Allah menjadikan al-Qur'an sebagai saksi, penjamin, dan yang menghakimi kitab-kitab sebelumnya secara keseluruhan.

Firman-Nya (فَاحْكُم بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ) *“Maka putuskanlah perkara mereka menurut apa yang Allah turunkan.”* Maksudnya Hai Muhammad berikanlah keputusan di antara umat manusia, baik bangsa Arab maupun non Arab, yang buta huruf maupun yang pandai membaca. Keputusan menurut apa yang diturunkan Allah Swt kepadamu di dalam kitab yang agung ini, dan menurut apa yang Allah tetapkan bagimu berupa hukum bagi para Nabi sebelumnya, yang belum dinasakh di dalam syariatnya.

Firman-Nya (وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ عَمَّا جَاءَكَ مِنَ الْحَقِّ) *“Dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu mereka dengan meninggalkan kebenaran yang telah datang kepadamu.”* Maksudnya, janganlah engkau berpaling dari kebenaran yang telah diperintahkan Allah kepadamu, menuju kepada hawa nafsu orang-orang bodoh lagi celaka tersebut. Selanjutnya (لِكُلِّ جَعَلْنَا) *“Untuk tiap-tiap ummat di antara kamu, kami berikan aturan dan jalan yang terang.”* Yaitu jalan dan sunnah (tuntunan).

Syir'ah itu adalah syariat itu sendiri, yaitu sesuatu yang menjadi permulaan dalam menuju kepada sesuatu.¹⁶⁹

Dalam ayat lain, Allah Swt berfirman:

.....فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ.....

Artinya: “.....Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya dan hendaklah ia bertaqwa kepada Allah, Rabb-Nya.....” (Al Baqarah : 283).

Dalam Ibnu Katsir dijelaskan (فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ)

“Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya)”.

Selanjutnya Imam asy-Sya’bi mengatakan “Jika kalian saling mempercayai, maka tidak ada dosa bagi kalian untuk tidak menulis, dan tidak mengambil kesaksian. Lebih lanjut firman Allah Swt (وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ) “dan hendaklah ia bertaqwa kepada Allah, Rabb-Nya” yakni orang yang dipercaya (untuk memegang amanat, hendaklah bertaqwa kepada Allah).¹⁷⁰

Konsep kepercayaan merupakan hal penting yang menjadi pondasi dalam bertransaksi. Transaksi bisnis antara kedua anggota dan Puskopsyah Alkamil dalam bentuk *business to business* maupun *business to costomer*, akan terjadi apabila masing-masing dilandasi oleh kepercayaan. Dalam kondisi ini, ketika kepercayaan terbentuk akan terjadi peningkatan transaksi antara anggota dengan Puskopsyah Alkamil,

¹⁶⁹ Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid 3, hlm. 102.

¹⁷⁰ Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid.1, hlm. 570.

sebaliknya jika kepercayaan tidak terbentuk, transaksi bisnis tidak akan terjadi.

Berdasarkan hasil penelitian dan hal-hal diatas, maka hal ini penting mengingat Puskopsyah Alkamil Jawa Timur menjalankan manajemen dengan tata kelola syariah. Layanan Puskopsyah Alkamil mencerminkan nilai-nilai Islam, memegang amanah dan berpatukan kepada kebenaran kitab suci Al-Qur'an dan hadist. Sebagai contoh pengalaman Bapak IS, Ibu KB, dan Ibu IW yang mengatakan pemberian tangguhan oleh Puskopsyah Alkamil terhadap keterlambatan pembayaran hutang tanpa disertai denda. Layanan seperti ini sesuai dengan hadist yang artinya:

"Telah menceritakan kepada kami Abu Al Haitsam Khalid bin Khidasy bin 'Ajlan telah menceritakan kepada kami Hammad bin Zaid dari Ayyub dari Yahya bin Abin Katsir dari Abdullah bin Abu Qatadah bahwa Abu Qatadah pernah mencari seseorang yang berhutang kepadanya, ternyata orang yang berhutang kepadanya itu berusaha bersembunyi dan menghindari. Ketika ditemukan, orang tersebut berkata, "Sungguh saya sedang dalam kesulitan." Abu Qatadah berkata, "Demi Allah." Dia berkata, "Demi Allah." Abu Qatadah melanjutkan, "Baiklah kalau begitu, sungguh saya pernah mendengar Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Barangsiapa ingin diselamatkan Allah dari kesusahan hari Kiamat, maka hendaklah ia memberi tangguhan kepada orang yang kesulitan, atau membebaskan hutangnya." Dan telah menceritakan kepadaku Abu At Thahir telah mengabarkan kepada kami Ibnu Wahb telah mengabarkan kepadaku Jarir bin Hazim dari Ayyub dengan sanad-sanad ini, seperti hadits tersebut." (HR. Muslim No. 2923).

Berdasarkan hal-hal diatas, maka kualitas pelayanan Islami yang diberikan Puskopsyah Alkamil dapat meningkatkan kepercayaan anggota-anggotanya.

3. Kepuasan Anggota (X2) terhadap Kepercayaan Anggota (Y)

Kepercayaan anggota (Y) dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kepuasan Anggota (X2). Hasil penelitian di lapangan serta hasil pengujian analisis jalur, menunjukkan bahwa variasi perubahan nilai variabel kepercayaan anggota yang dapat dijelaskan variabel kepuasan anggota sebesar 0,474 selebihnya sebesar 0,526 dijelaskan oleh variabel lain. Hasil ini diperjelas dari uji T diperoleh nilai sebesar 11,734 ($11,734 > 1,960$) dan ($p = 0,000 < 0,05$). Jadi, variabel kepuasan anggota (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan anggota (Y).

Variabel kepuasan anggota dengan item pelayanan yang diberikan Puskopsyah Alkamil memenuhi harapan anggota (X2.2) sebanyak 31 responden (20%) menyatakan sangat setuju, 73 responden (47,1%) setuju, 50 responden (32,3%) netral, dan 1 responden (0,6%) tidak setuju dari 155 responden dengan nilai mean 3,86. Merupakan mean tertinggi variabel kepuasan anggota yang kemudian diikuti item sistem syariah yang diterapkan Puskopsyah Alkamil membuat anggota merasa tenang (X2.1) sebanyak 21 responden (13,5%) menyatakan sangat setuju, 78 responden (50,3%) setuju, 55 responden (35,3%) netral, dan 1 responden (0,6%) tidak setuju dari 155 responden dengan nilai mean 3,77. Hal ini menunjukkan bahwa perasaan puas anggota terhadap pelayanan yang diberikan Puskopsyah Alkamil memberikan pengaruh tersignifikan terhadap kepercayaan anggota di Puskopsyah Alkamil Jawa Timur.

Berdasarkan hasil wawancara ibu NE¹⁷¹ seorang karyawan di salah satu instansi swasta. Dia mengatakan

“Beberapa bulan yang lalu saya melakukan transaksi dengan Puskopsyah Alkamil Jawa Timur untuk membeli Laptob dengan akad murabahah. Pembayaran dilakukan secara angsuran setiap bulannya untuk membayar harga perolehan dan keuntungan yang telah disepakati diawal. Setiap bulan pula saya mendapat layanan jemput angsuran ke kantor.”

Murabahah adalah salah satu layanan dari produk dan jasa Puskopsyah Alkamil Jawa Timur. Menurut Antonio,¹⁷² yang dimaksud murabahah adalah transaksi jual-beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Sedangkan menurut Tarmizi,¹⁷³ murabahah adalah bagian dari jual-beli amanah, dimana penjual menyebut harga pokok barang dan menyaratkan laba sekian kepada pembeli. Pembayaran atas akad jual beli dapat dilakukan secara tunai maupun kredit.

Pengakuan ibu NE terkait produk dan jasa yang digunakan mengisyaratkan bahwa dia merasa puas dengan layanan Puskopsyah Alkamil Jawa Timur. Baik dari akad murabahah dan proses yang dilakukan menunjukkan bahwa pelayanan Puskopsyah Alkamil sesuai dengan prinsip kepatuhan syariah (*compliance*). Pelayanan yang ditawarkan Puskopsyah Alkamil Jawa Timur juga memberikan kenyamanan transaksi bagi anggota-anggota dengan layanan jemput

¹⁷¹ Nur Emi, Wawancara (Malang, 15 September 2016).

¹⁷² Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm. 101.

¹⁷³ Erwandi Tarmizi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer*, (Bogor: PT Berkah Mulia Insani, 2015), hlm. 395.

angsuran. Layanan ini tentu sangat membantu bagi para karyawan dan atau anggota yang sibuk. Layanan seperti ini, pada akhirnya memberikan kepuasan anggota karena harapan dan kemudian akan meningkatkan kepercayaan anggota terhadap Puskopsyah Alkamil Jawa Timur.

Penelitian ini sejalan dengan teori Kotler dan Keller¹⁷⁴ mengungkapkan bahwa pelanggan yang puas biasanya tetap percaya dan setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, tidak terlalu memperhatikan merek pesaing, tidak terlalu sensitif terhadap harga, menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan, dan biaya pelayanannya lebih murah dibandingkan pelanggan baru karena transaksi dapat menjadi hal rutin.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Rizwan¹⁷⁵ dengan judul “*Incorporating Attitude towards Islamic Banking in an integrated Service Quality, Satisfaction, Trust and Loyalty Model*”. Terdapat dalam *International Journal of Accounting and Financial Reporting* ISSN 2162-3082 2014, Vol. 4, No. 2. Penelitian ini mengatakan bahwa kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan anggota.

Penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ashraf¹⁷⁶ dengan judul “*Include the Position of Islamic Banking, Service Quality, Satisfaction, Trust and Loyalty in the Context of an Integrated*

¹⁷⁴ Kotler dan Keller, *Manajemen*, hlm. 140.

¹⁷⁵ Rizwan, “Incorporation Attitude”, hlm. 456.

¹⁷⁶ Ashraf, “Include the Position of Islamic Banking”, hlm. 157.

Model for Islamic Finance” Terdapat dalam *European Journal of Business and Management* ISSN 2222-1905 ISSN 2222-2839 Vol.6, No.17, 2014. Penelitian ini menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kepercayaan.

Hasil penelitian ini selaras dengan ajaran Islam yang menjelaskan bahwa kepuasan anggota didapat dengan merasakan pelayanan yang baik. Al-Qur’an telah memerintahkan agar kaum muslim bersifat simpatik, lembut dengan sapaan yang baik dan sopan manakala ia berbicara dengan orang lain. Allah Swt berfirman dalam QS. al-Baqarah ayat 83:

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي
الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا
الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنتُمْ مُّعْرِضُونَ

Artinya: “Dan (ingatlah), ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): Janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapak, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling.” (QS. al-Baqarah [2]: 83)

Tafsir Ibnu Katsir menjelaskan (وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا) “Dan ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia.” Artinya ucapkanlah kepada mereka ucapan yang baik dan sikap yang lembut. Termasuk dalam hal ini adalah amar ma’ruf nahi munkar. Sebagaimana dikatakan oleh Hasan al-Bashri mengenai firman-Nya ini: “Termasuk ucapan yang baik adalah

menyuruh berbuat baik dan mencegah berbuat munkar, bersabar, suka memberi maaf, serta berkata kepada manusia dengan ucapan yang baik”, sebagaimana firman Allah di atas.¹⁷⁷

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah Swt menganjurkan kepada manusia untuk selalu berkata dengan baik dan dengan sikap yang baik. Hal ini, akan membuat lawan bicara merasa nyaman. Dengan perasaan nyaman itulah anggota merasa terlayani dengan baik dan merasa puas. Perasaan puas yang dirasakan nasabah berdampak positif bagi Poskopsyah Alkamil Jawa Timur, karena akan meningkatkan kepercayaan anggota pada lembaga bersangkutan.

4. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kualitas Pelayanan Islami (X1), Kepuasan Anggota (X2), dan Kepercayaan Anggota (Y)

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh langsung kualitas pelayanan Islami (X1) terhadap kepuasan anggota (X2) adalah sebesar 0,764. Hal ini disebabkan layanan Puskopsyah Alkamil yang sopan, ramah, dan murah hati, serta produk dan jasa Puskopsyah Alkamil Jawa Timur yang mematuhi kepatuhan syariah (*compliance*) berupa tanggungan pembayaran dan tidak ada denda saat terjadi keterlambatan pembayaran karena kebutuhan *dharuriyah*. Layanan seperti ini membuat terpenuhinya harapan anggota saat menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan Puskopsyah Alkamil, sehingga anggota merasa puas.

¹⁷⁷ Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jil. 1, hlm. 174.

Kualitas pelayanan Islami Puskopsyah Alkamil Jawa Timur meliputi: bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan peduli (*empathy*), dan kepatuhan syariah (*compliance*). Menempatkan indikator jaminan (*assurance*) dengan pernyataan karyawan Puskopsyah Alkamil ramah dan sopan saat melayani (X1.4.2) memiliki nilai mean tertinggi sebesar 4,03. Diikuti kemudian indikator kepatuhan syariah (*compliance*) dengan item Puskopsyah Alkamil memiliki budaya kerja Islami (X1.6.5) dengan nilai mean 3,99.

Pengaruh langsung kualitas pelayanan Islami (X1) terhadap kepercayaan anggota (Y) adalah sebesar 0,346. Hal ini terlihat dari layanan yang ramah, santun, toleran, dan murah hati dari Puskopsyah Alkamil Jawa Timur yang juga mematuhi kepatuhan syariah (*compliance*) saat terjadi tangguhan pembayaran tidak dikenakan denda. Layanan seperti inilah yang membuat anggota merasa percaya bahwa pelayanan Puskopsyah Alkamil Jawa Timur telah memenuhi unsur kepatuhan syariah (*compliance*).

Menurut Lovelock kualitas pelayanan dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi anggota atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya yang diharapkan/diinginkan (*expected service*). Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka

layanan dikatakan tidak bermutu, dan apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan tersebut memuaskan.¹⁷⁸

Pengaruh langsung kepuasan anggota (X2) terhadap kepercayaan anggota (Y) adalah sebesar 0,424. Terpenuhinya harapan anggota pasca menggunakan pelayanan produk dan jasa yang diberikan Puskopsyah Alkamil Jawa Timur telah meningkatkan kepercayaan anggota pada koperasi tersebut.

Hasil ini bisa dilihat dari variabel-variabel kepuasan anggota yang digunakan peneliti berupa item pelayanan yang diberikan Puskopsyah Alkamil memenuhi harapan anggota (X2.2) dengan nilai mean 3,86 sebagai mean tertinggi diikuti item sistem syariah yang diterapkan Puskopsyah Alkamil membuat anggota merasa tenang (X2.1) dengan nilai mean 3,77, dan variabel-variabel lainnya. Hal ini sejalan dengan contoh transaksi ibu NE dengan akad murabahah yang merasa puas dan percaya bahwa Puskopsyah Alkamil Jawa Timur menggunakan pelayanan yang mematuhi unsur kepatuhan syariah (*compliance*).

Pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan Islami terhadap kepercayaan anggota melalui kepuasan anggota adalah sebesar 0,594. Hal ini disebabkan, Puskopsyah Alkamil melalui karyawannya memberikan layanan yang baik dan dengan sikap yang baik, serta produk dan jasa yang sesuai syariah. Layanan ini berhasil membuat anggota koperasi merasa nyaman saat melakukan transaksi dengan Puskopsyah

¹⁷⁸ Ratnasari dan Aksa, *Teori*, hlm. 107.

Alkamil. Dengan perasaan nyaman itulah anggota merasa terpenuhinya harapan dari layanan Puskopsyah Alkamil dengan baik hingga anggota merasa puas. Perasaan puas yang dirasakan anggota akan berdampak positif bagi Puskopsyah Alkamil, karena secara tidak langsung meningkatkan kepercayaan anggota pada koperasi tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung teorinya Tjiptono dan Candra yang menyatakan bahwa dengan kualitas pelayanan yang baik maka pelanggan akan merasa puas dan akhirnya meningkatkan kepercayaan pelanggan. Hal ini berdampak pada citra baik perusahaan.¹⁷⁹

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ashraf¹⁸⁰, berjudul *“Include the Position of Islamic Banking, Service Quality, Satisfaction, Trust and Loyalty in the Context of an Integrated Model for Islamic Finance”* Terdapat dalam *European Journal of Business and Management* ISSN 2222-1905 ISSN 2222-2839 Vol.6, No.17, 2014. Dalam penelitian ini menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kepercayaan yang di mediasi oleh indikator kepuasan.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Misbach, *et al.*,¹⁸¹ dengan judul *“Islamic Bank Service Quality and Trust: Study on Islamic Bank in Makassar Indonesia”*. Terdapat dalam *International Journal of Business and Management*; Vol. 8, No. 5; 2013 ISSN 1833-3850 E-ISSN 1833-8119. Penelitian ini menyatakan bahwa

¹⁷⁹ Tjiptono dan Candra, *Service*, hlm. 119.

¹⁸⁰ Ashraf, “Include the Position of Islamic Banking, hlm. 157-170.

¹⁸¹ Misbach, *et al.*, “Islamic Bank, hlm. 51.

kualitas pelayanan sangat penting dalam mendukung kepuasan anggota yang berpengaruh terhadap kepercayaan anggota.

Kotler dan Keller mengungkapkan bahwa pelanggan yang puas karena layanan yang diterima biasanya tetap percaya dan setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, tidak terlalu memperhatikan merek pesaing, tidak terlalu sensitif terhadap harga, menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan, dan biaya pelayanan yang diberikan perusahaan lebih murah dibandingkan mencari pelanggan baru karena transaksi dapat menjadi hal rutin.¹⁸²

Berdasarkan hal-hal di atas, maka penelitian yang dilakukan peneliti di Puskopsyah Alkamil Jawa Timur menghasilkan bahwa kualitas pelayanan Islami (X1) berpengaruh secara tidak langsung terhadap kepercayaan anggota (Y) melalui variabel kepuasan anggota (X2).

¹⁸² Kotler dan Keller, *Manajemen*, hlm. 140.



BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan Islami (X1) yang meliputi: bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan peduli (*empathy*), dan kepatuhan syariah (*compliance*) terhadap kepuasan anggota (X2) dan kepercayaan anggota (Y) di Puskopsyah Alkamil Jawa Timur.

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh langsung kualitas pelayanan Islami (X1) terhadap kepuasan anggota (X2) adalah sebesar 0,764. Berarti semakin baik kualitas pelayanan Islami yang diberikan Puskopsyah Alkamil Jawa Timur maka semakin meningkat kepuasan anggota. Hal ini disebabkan layanan Puskopsyah Alkamil yang ramah, santun, toleran, dan murah hati, serta kepatuhan syariah (*compliance*) berupa tidak dikenakan denda saat terjadi keterlambatan pembayaran karena kebutuhan *dharuriyah*. Layanan ini memenuhi harapan anggota Puskopsyah Alkamil, sehingga anggota merasa puas.
2. Pengaruh langsung kualitas pelayanan Islami (X1) terhadap kepercayaan anggota (Y) adalah sebesar 0,346. Berarti semakin baik kualitas pelayanan Islami yang diberikan Puskopsyah Alkamil Jawa Timur maka

semakin meningkat kepercayaan anggota. Hal ini terlihat dari layanan Puskopsyah Alkamil Jawa Timur yang ramah, santun, toleran, dan murah hati serta mematuhi kepatuhan syariah (*compliance*) berupa tidak dikenakan denda saat terjadi keterlambatan pembayaran karena kebutuhan *dharuriyah*. Layanan seperti inilah yang membuat anggota merasa percaya bahwa layanan produk dan jasa Puskopsyah Alkamil Jawa Timur telah memenuhi unsur kepatuhan syariah (*compliance*).

3. Pengaruh langsung kepuasan anggota (X2) terhadap kepercayaan anggota (Y) adalah sebesar 0,424. Berarti semakin tinggi kepuasan yang dimiliki anggota maka semakin meningkat kepercayaan anggota pada Puskopsyah Alkamil Jawa Timur. Terpenuhinya harapan anggota pasca menggunakan pelayanan yang diberikan Puskopsyah Alkamil Jawa Timur telah meningkatkan kepercayaan anggota pada koperasi tersebut.
4. Kualitas pelayanan Islami (X1) berpengaruh secara tidak langsung terhadap kepercayaan anggota (Y) melalui variabel kepuasan anggota (X2) adalah sebesar 0,594. Puskopsyah Alkamil melalui karyawannya memberikan layanan yang baik dan dengan sikap yang baik, serta pelayanan yang sesuai syariah. Layanan ini berhasil membuat anggota koperasi merasa tenang saat melakukan transaksi dengan Puskopsyah Alkamil, sehingga anggota merasa puas. Perasaan puas yang dirasakan anggota akan berdampak positif bagi Puskopsyah Alkamil, karena secara tidak langsung meningkatkan kepercayaan anggota pada koperasi tersebut.

B. Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Bagi Pusat Koperasi Syariah Alkamil Alkamil Jawa Timur

- a. Kualitas pelayanan Islami yang meliputi: bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan peduli (*empathy*), dan kepatuhan syariah (*compliance*) mampu meningkatkan kepuasan anggota sehingga pihak koperasi harus mampu menjaga layanan selalu lebih baik.
- b. Kualitas pelayanan Islami yang meliputi: bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan peduli (*empathy*), dan kepatuhan syariah (*compliance*) mampu meningkatkan kepercayaan anggota sehingga pihak koperasi harus mampu menjaga dan meningkatkan layanan selalu lebih baik.

2. Bagi Para Teoritisi

- a. Melakukan penelitian terhadap variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan dan kepercayaan anggota serta kondisi-kondisi yang mempengaruhinya.
- b. Melakukan uji beda antara kepuasan dan kepercayaan anggota berdasarkan jenis kelamin, pendidikan, lama menjadi anggota dan data lainnya sehingga penelitian yang dilakukan menjadi lebih luas dan terperinci.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah bin Muhammad bin ‘Abdurrahman bin Ishaq Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, diterjm. M. Abdul Ghoffar E.M. *et al.*, Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi’i, 2004.
- Abdullah, F, *et al.*, “Bank Service Quality (BSQ) Index: An Indicator of Service Performance”, *International Journal of Quality & Reliability Management* Vol. 28 No. 5 2011.
- Al-Arif, M. Nur Rianto al-Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Al-Mushlih, Abdullah dan Shalah ash-Shawi, *Ma La Yasa’ at-Tajira Jahluhu*, terj. Abu Umar Basyir, Jakarta: Darul Haq, 2015.
- Al-Qami, ‘Aidhi, at-*Tafsir al-Muyassar*, diterjm. Tim Qisthi Press, Jakarta: Qisthi Press, 2007.
- Ansori, “Pengungkapan Sharia Compliance dan Kepatuhan Bank Syariah terhadap Prinsip Syariah”, dalam *Jurnal Dinamika Akuntansi*, Vol.3, Nomor. 2, Maret, 2001.
- Antonio, Muhammad Syafi’i, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Arief, Mts., *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan: Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan agar Memuaskan Pelanggan*, Malang: Bayumedia Publishing, 2007.
- Arifin, Zainal, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, Tangerang: Aztera Publisher, 2009.
- Asnawi, Nur dan Masyhuri, *Manajemen Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN-Maliki Press, 2011.
- Ashraf, M.Ghafran, “Include the Position of Islamic Banking, Service Quality, Satisfaction, Trust and Loyalty in the Context of an Integrated Model for Islamic Finance” *European Journal of Business and Management* ISSN 2222-1905 ISSN 2222-2839 Vol.6, No.17, 2014.
- Ash-Shiddieqy, Teungku Muhammad Hasbi, *Tafsir al-Qur’anul Majid An-Nuur*, Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2000.

Budhi, Kartika, Wawancara, Malang, 12 September 2016.

Burhanuddin, *Koperasi Syariah dan Pengaturannya di Indonesia*, Malang-UIN Maliki Press, 2013.

Chapra, M. Umer dan Habib Ahmed, *Corporate Governance: Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2008.

Cheserek, Luka Kiptai, *et al.*, "Effect of Quality Financial Services on Customer Satisfaction by Commercial Banks in Kenya". *International Journal of Humanities and Social Science* Vol. 5, No. 7; July 2015.

Creswell, John W., *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.

Crysnaputra, Rudhy Dwi, *Profil Puskopsyah Alkamil*, Malang: Alkamil, 2015.

_____, Rudhy Dwi, *Wawancara Pribadi*, Malang, 26 Februari 2016.

Diana, Ilfi Nur, *Hadis-Hadis Ekonomi*, Malang: UIN-Malang Press, 2008.

Elrado H, Molden, *et al.*, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan, Kepercayaan Dan Loyalitas: Survei pada Pelanggan yang Menginap di Jambuluwuk Batu Resort Kota Batu." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 15 No. 2 Oktober 2014.

Emi, Nur, Wawancara, Malang, 15 September 2016.

Faozan, Akhmad, "Implementasi Good Corporate Governance Dan Peran Dewan Pengawas Syariah di Bank Syariah", *Jurnal La-riba*, Juli 2013 Vol. VII, No.1.

Fukuyama, Francis, *Trust: The Social Virtues and The Creation of Prosperity*, Yogyakarta: Qalam, 2002.

Ganesan, Shankar, "Determinants of Long-term Orientation in Buyer-Seller Relationship", *Journal of Marketing*, April, 1994.

Gunara, Thorik dan Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad: Strategi Andal dan Jitu Praktis Bisnis Nabi Muhammad Saw*, Bandung: Madani Prima, 2008.

Hamdan, Ali dan Saifuddin, *Koperasi Syariah*, Surabaya: STAINA Press, 2015.

Hamzah, *et al.*, "Analysis Problem of Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Operation in Pekanbaru Indonesia Using Analytical Network Process (ANP) Approach," *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, August 2013, Vol. 3, No. 8 ISSN: 2222-6990.

Hasan, Ali, *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*, Bandung: Ghalia Indonesia, 2010.

Hidayat, Rachmad, *et al.*, "Effects Of Service Quality, Customer Trust And Customer Religious Commitment On Customer Satisfaction And Loyalty Of Islamic Banks In East Java." *Jurnal Al-Iqtishad*: Vol. VII No. 2, Juli 2015.

Ilhami, Haniah, "Pertanggung jawaban Dewan pengurus Syariah sebagai Otoritas Pengawas Kepatuhan Syariah bagi Bank Syariah", *Mimbar Hukum*, 2009, Volume 21 Nomor 3.

Iqmal, Zamir dan Abbas Mirakhor, *Pengantar Keuangan Islam: Teori dan Praktik*, Ed. 1 Cet. 1 Jakarta: Kencana, 2008.

Jalaluddin, Al-Imam bin Ahmad bin Muhammad al-Mahalli al-Imam Jalaluddin Abdirrahman bin Abu Bakar as-Suyuthi, *Tafsir Jalalain*, diterjmh. Najib Junaidi, Surabaya: Pustaka eLBA, 2010.

Juniawan, Ambardi, "Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Nasabah pada Bank Umum Syariah di Jakarta." *Jurnal Liquidity* Vol. 3, No. 1, Januari-Juni 2014

Kaderi, S. dan Diahmairissa, T., "Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Penerbangan, Studi Kasus : Garuda Indonesia kelas Ekonomi", *Jurnal Manajemen ITB*, 2003, 2(10): 13-23.

Karim, Adiwarmarman A., *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: RajaGrafindo, 2003.

Karsono, *Pemikiran-Pemikiran dalam Pembangunan Kesejahteraan Sosial*, Jakarta: Lembaga Penerbit FE-UI, 2006.

Kertajaya, Hermawan, *Wow Marketing*, Jakarta: Gramedia Pustaka, 2014.

_____, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan, 2006.

Kitab 9 Imam hadist, HR. Abu Daud No. 2936.

_____, Imam hadist, HR. Bukhari No. 6015.

_____, Imam hadist, HR. Muslim No. 1699.

Kishada, Zeyad M. EM. dan Norailis Ab. Wahab, "Influence of Customer Satisfaction, Service Quality, and Trust on Customer Loyalty in Malaysian Islamic Banking". *International Journal of Business and Social Science* Vol. 6, No. 11; November 2015.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2001.

_____, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Indonesia*, Jakarta: PT. Prenhallindo, 2002.

_____, Philip, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, diterjemah. Hendra Teguh dan Antonius Rusli, Jakarta: Prenhallindo, 1997.

Lovelock, Christopher dan Wright, L.K, *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Bahasa Indonesia*, Jakarta: PT Indeks, 2007.

_____, Christopher, *et al.*, *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi*, Jakarta: Erlangga, 2010.

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*, Jakarta: Salemba Empat, 2006.

Maholtra, N. K, *Riset Pemasaran*, Jakarta: PT Indeks, 2009.

Masyhuri dan M. Zainuddin, *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dan Aplikatif*, Bandung: PT Refika Aditama, 2008.

McKnight *et al.*, "The Impact of Initial Consumer Trust on Intention to Transact with a Website: A Trusting Building Model." *Jurnal sistem strategi informasi*, 2002, hlm. 11 dalam Jennifer Adji dan Jalaluddin, Al-Imam bin Ahmad bin Muhammad al-Mahalli al-Imam Jalaluddin Abdirrahman bin Abu Bakar as-Suyuthi, *Tafsir Jalalain*, diterjmh. Najib Junaidi. Surabaya: Pustaka eLBA, 2010.

Misbach, Irwan, *et al.*, "Islamic Bank Service Quality and Trust: Study on Islamic Bank in Makassar Indonesia". *International Journal of Business and Management*; Vol. 8, No. 5; ISSN 1833-3850 E-ISSN 1833-8119, 2013.

Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Press, 2008.

- Mulyaningrum, "Baitul Maal wat Tamwil: Peluang dan Tantangan dalam Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah," *Seminar on Islamic Finance Theme: Opportunity and Challenge on Islamic Finance* Bakrie School of Management (BSM) & Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM) January 6, 2009.
- Nawawi, Ismail, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer: Hukum Perjanjian, Ekonomi, Bisnis, dan Sosial*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2012.
- Nurfarida, Iva Nurdiana dan Rita Indah Mustikowati, "Peranan Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan dalam Membangun Kepercayaan Nasabah Bank Syariah," *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis* Vol. 1 No. 2 Tahun 2014.
- Othman, Abdul Qawi dan Lynn Owen, "Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banking: A Case Study in Kuwait Finance House", *Internasional Journal of Islamic Financial Services*, Vol. 3 No. 1. 2001.
- Parasuraman, A., *et al.*, "The Behavioral Consequences of Service Quality", *Journal of Marketing*, Vol. 60 April 1996.
- Pramana, I Gede Yogi dan Ni Made Rastini, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali". *E-Jurnal Manajemen Unud*, 2016, Vol. 5, No.1, ISSN: 2302-8912.
- Pristiyanto, *et al.*, "Strategi Pengembangan Koperasi Jasa Keuangan Syariah dalam Pembiayaan Usaha Mikro di Kecamatan Tanjungsari, Sumedang", *Jurnal Manajemen IKM*, Februari 2013 Vol. 8 No. 1 ISSN 2085-8418.
- Ramadania, "Kepercayaan and Komitmen Sebagai Perantara Kunci Relationship Marketing Dalam Membangun Loyalitas (Survei Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Surabaya)". *Jurnal Riset Ekonomi and Manajemen*, Vol. 2 (1), 2002.
- Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuti Aksa, *Teori dan Kasus Manajemen Jasa*, Cet. 1 Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Rizwan, Muhammad, "Incorporating Attitude towards Islamic Banking in an integrated Service Quality, Satisfaction, Trust and Loyalty Model". *International Journal of Accounting and Financial Reporting* ISSN 2162-3082, 2014.
- Safitri, Junaidi, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan pada Bank BRI Syariah Cabang Yogyakarta*, Tesis, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2004.

- Saxton, Todd, "The Effects of Partner and Relationship Characteristic on Alliance Outcomes", *Academy of Management Journal*, 1997, Vol.40, No.2.
- Setiawan, Mulyo Budi dan Ukudi, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Pd. Bpr Bank Pasar Kendal)," *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, September 2007, ISSN: 1412-3126, Vol. 14, No.2.
- Stefanus, T. "Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya." *Jurhal Manajemen F'akultas Ekonomi Universitas Kristen Petra*, 2008.
- Sugianto, Iwan, Wawancara, Malang, 10 September 2016.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Suharsimi, Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2000.
- Sukardi, Budi, *Kepatuhan Syariah (Shariah Compliance) Dan Inovasi Produk Bank Syariah Di Indonesia*, Surakarta: IAIN Surakarta, 2012.
- Sumarni, Murti dan Salamah Wahyuni, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: ANDI, 2005.
- Sunarto, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: AMUS, 2006.
- Supriyanto, Achmad Sani dan Masyhuri Machfudz, *Metodologi Riset: Manajemen Sumber Daya Manusia*, Malang: UIN-Maliki Press, 2010.
- _____, Achmad Sani dan Vivin Maharani, *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori, Kuesioner, dan Analisis Data*, Malang: UIN-Maliki Press, 2013.
- Susila, Ahdiyati Agus, *Strategi Kesuksesan Koperasi BMT Masalah dalam Pengembangan Usaha dan Pemberdayaan Ekonomi Umat*, Tesis, Yogyakarta: UIN Kalijaga, 2014.
- Sutedi, Adrian, *Perbankan Syariah, Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009.

Syarif, Teuku dan Daniel Asnur, "Solusi Pemecahan Masalah Pemberdayaan Modal Koperasi Dengan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2012", Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UKMK, Kementerian Koperasi dan UKM, Jurnal INFOKOP, Juni 2013, Vol. 22 No. 1.

Tarmizi, Erwandi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer*, Bogor: PT Berkat Mulia Insani, 2015.

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, ed. 2, cet. 3, Jakarta: Balai Pustaka, 1994.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Candra, *Service, Quality, & Satisfaction*, Yogyakarta: ANDI, 2007.

_____, Fandy, *Prinsip-prinsip Total Quality Service (TQS)*, Yogyakarta: Andi Offset, 2004.

Triyanta, Agus, "Implementasi Kepatuhan Syariah dalam Perbankan Islam (Syariah): Studi Perbandingan antara Malaysia dan Indonesia", *Jurnal Hukum*, 2009, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Widiastuti, Ida, Wawancara, Malang, 17 September 2016.

www.alkamilgroup.co.id

Yousafzai, S. Y., *et al.*, . "A Proposed Model of ETrust for Electronic Banking", *Journal of Service Research Technovation*. Vol. 23. 2003.

RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Supian Sauri
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Tempat & Tgl. Lahir : Kandang Jaya, 05 Maret 1992
 Alamat Asal : RT/RW 04/01 Desa Kandang Jaya Kec. Lampihong Kab. Balangan Kalimantan Selatan
 Alamat Sekarang : Perum Puncak Permata Sengkaling No. K1 Dau Malang Jawa Timur
 Telephone/ Hp : 0853 9372 3411
 Email : supiansaurifriend@gmail.com

Pendidikan Formal

1. 1998-2003 : SDN Jimamun
2. 2003-2006 : MTs Negeri Lampihong
3. 2006-2009 : MAN 1 Paringin
4. 2009-2013 : S1 Ekonomi Syariah IAIN Antasari Banjarimasin
5. 2014-2016 : S2 Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Maliki Malang

Karya dan Publikasi

1. 2013 : Preferensi Masyarakat Kalimantan Selatan terhadap Pembayaran Non Tunai sebagai anggota TIM Peneliti
2. 2015 : Trilogi Fungsi Fiskal dalam Prosiding seminar nasional dan call for paper “Indonesia sebagai Kiblat Ekonomi Syariah” di UM
3. 2016 : Rekonstruksi Peran Pemerintah dalam Memaksimalkan Potensi Zakat di Indonesia dalam jurnal Kanz el’Ilmi UIN Maliki Malang

Pengalaman Organisasi

1. Pengurus OSIS MAN 1 Paringin tahun 2007/2008
2. Koord. Hu Mas Kerukunan Mahasiswa Balangan (KMB) tahun 2010-2012
3. Pengurus Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM)) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari tahun 2011
4. Sekretaris Umum Dewan Legislatif Mahasiswa (DLM) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari tahun 2012
5. Koordinator Sumber Daya Insani Ekonomi Syariah Fans Club (Eksfan’s) tahun 2011-2012
6. Pengurus HIPMI Balangan tahun 2014
7. Pengurus Forum Gerakan Ekonomi Syariah (Forgres) tahun 2015.
8. Pengurus Pioners Balangan tahun 2016-sekarang.

Malang, 23 Januari 2017

Supian Sauri



LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER
ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ISLAMI
TERHADAP KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN ANGGOTA
DI PUSAT KOPERASI SYARIAH ALKAMIL
JAWA TIMUR



SURVEY KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN ANGGOTA KOPERASI

Yth.

Bapak/Ibu/Sdr (i) Responden,

Di-

Tempat

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data dari Bapak/Ibu/Sdr (i) tentang analisis pengaruh kualitas pelayanan Islami terhadap kepuasan dan kepercayaan anggota di Pusat Koperasi syariah Alkamil Jawa Timur. Hasil dari penulisan ini untuk keperluan penulisan ilmiah yang merupakan tugas akhir Strata 2 (S2). Oleh karena itu, jawaban yang diberikan Bapak/Ibu/Sdr (i) merupakan data yang besar nilainya bagi peneliti. Atas bantuannya tersebut sebelum dan sesudahnya kami ucapkan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya.

Note : Dalam survey ini tidak ada jawaban benar/salah.

Tujuan : Untuk mengetahui kepuasan dan kepercayaan anggota atas kualitas pelayanan Islami yang diberikan Puskopsyah Alkamil

Sasaran : Anggota Puskopsyah Alkamil Jawa Timur.

Peneliti,

*****Supian Sauri*****

Contact : 0853 9372 3411 (Call/Wa)

Email : supiansaurifriend@gmail.com

Mahasiswa Magister Ekonomi Syariah

Pascasarjana UIN Maliki malang

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Jawablah pertanyaan di bawah ini yang menyangkut data anggota Puskopsyah Alkamil Jawa Timur.

Mohon diisi secara benar hal-hal di bawah ini:

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
4. Agama : Islam Kristen Khatolik
 Budha Hindu Kong Hu Cu
5. Usia : < 17 Tahun 17 s.d 25 Tahun 26 s.d 35 Tahun 36 s.d 45 Tahun
 >45 Tahun
6. Telp/HP :
7. Pendidikan Terakhir : SD SLTP SLTA Diploma
 S1 S2 S3 lainnya.....
8. Pekerjaan : Wiraswasta Karyawan PNS
 Pelajar/Mahasiswa Petani Lainnya.....
9. Apakah anda anggota tetap Puskopsyah ?
 Ya Tidak
10. Jika Ya, sudah berapa lama Anda menjadi anggota Puskopsyah ?
 Kurang dari 1 tahun 1 sampai 3 tahun
 4 sampai 6 tahun lebih dari 6 tahun
11. Apa produk Puskopsyah yang anda gunakan ?
 Tabungan/Simpanan Pembiayaan Jual Beli
 Sewa Pinjaman Lainnya.....
12. Penghasilan Anda per bulan:
 < Rp 500.000,- Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,- Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
 Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,- > Rp 5.000.000,-

Berilah tanda tanda √ (contreng) pada pernyataan yang sesuai di bawah ini.

- 1 : Sangat Tidak Setuju 3 : Netral 5 : Sangat Setuju
 2 : Tidak Setuju 4 : Setuju

Pernyataan:

No.	Pernyataan	Skala				
		1	2	3	4	5
X1.1 Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)						
X1.1.1	Puskopsyah Alkamil memiliki ruang mushala di dalam kantornya					
X1.1.2	Karyawan Puskopsyah Alkamil berpenampilan syar'i dan rapi					
X1.1.3	Puskopsyah Alkamil memiliki ruang kantor yang bersih					
X1.1.4	Interior kantor Puskopsyah Alkamil indah dihiasi kaligrafi Islam					
X1.2 Keandalan (<i>Realibility</i>)						
X1.2.1	Pelayanan Puskopsyah Alkamil sesuai dengan amanat dan janji yang diberikan					
X1.2.2	Puskopsyah Alkamil memberikan layanan dengan segera					
X1.2.3	Puskopsyah Alkamil memberikan layanan dengan tepat dan akurat					
X1.3 Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)						
X1.3.1	Puskopsyah Alkamil memiliki pengetahuan ekonomi dan keuangan syariah dalam melayani anggota					
X1.3.2	Puskopsyah Alkamil memberitahu anggota kapan layanan diberikan					
X1.3.3	Puskopsyah Alkamil mampu menyelesaikan keluhan anggota dengan tepat					
X1.3.4	Puskopsyah Alkamil siap melayani kebutuhan anggota					
X1.4 Jaminan (<i>Assurance</i>)						
X1.4.1	Puskopsyah Alkamil mampu memberikan konsultasi ekonomi dan keuangan syariah					
X1.4.2	Karyawan Puskopsyah Alkamil ramah dan santun saat melayani					
X1.4.3	Anggota merasa aman saat bertransaksi dengan Puskopsyah Alkamil					
X1.4.4	Produk Puskopsyah Alkamil sesuai dengan yang dipromosikan					
X1.5 Empati (<i>Empathy</i>)						
X1.5.1	Karyawan Puskopsyah Alkamil menyapa anggota dengan nama					
X1.5.2	Puskopsyah Alkamil segera meminta maaf saat terjadi kesalahan layanan					

X1.5.3	Karyawan Puskopsyah Alkamil memahami kebutuhan anggota					
X1.5.4	Karyawan Puskopsyah Alkamil melayani anggota dengan senang hati					
X1.6 Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance)						
X1.6.1	Puskopsyah Alkamil menyediakan produk investasi bagi-hasil					
X1.6.2	Puskopsyah Alkamil Memberikan layanan produk dan jasa syariah					
X1.6.3	Tidak ada unsur riba, gharar, dan maysir dalam produk Puskopsyah Alkamil					
X1.6.4	Pelaksanaan Zakat, Infaq, dan Shadaqoh (ZIS) yang amanah oleh Puskopsyah Alkamil					
X1.6.5	Puskopsyah Alkamil memiliki budaya kerja Islami					
X2 Kepuasan Anggota (Customer Satisfaction)						
X2.1	Sistem syariah yang diterapkan Puskopsyah Alkamil membuat anggota tenang					
X2.2	Pelayanan yang diberikan Puskopsyah Alkamil memenuhi harapan anggota					
X2.3	Fasilitas dan prasarana Puskopsyah Alkamil membantu anggota					
X2.4	Produk dan jasa Puskopsyah Alkamil membantu anggota					
Y Kepercayaan Anggota (Customer Trust)						
Y1	Kredibilitas dan kemampuan kualitas pelayanan yang diberikan Puskopsyah Alkamil bermutu					
Y2	Perilaku baik dan layanan Puskopsyah Alkamil memberikan kepuasan dan kepercayaan anggota					
Y3	Sikap amanah, jujur, bertanggung jawab, dan peduli yang ditunjukkan Puskopsyah Alkamil membantu anggota.					



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
PASCASARJANA

Jalan Ir. Soekarno No. 1 Batu 65323, Telepon & Faksimile (0341) 531133
Website: <http://pasca.uin-malang.ac.id>, Email: pps@uin-malang.ac.id

Nomor : Un.03.PPs/HM.01.1/55/2016

24 Juni 2016

Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada

Yth. Pimpinan PUSKOPSYAH Alkamil Jawa Timur

Di

Tempat

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Berkenaan dengan tugas penulisan tesis bagi mahasiswa kami, maka dengan ini mohon kepada Bapak/Ibu untuk berkenan memberi ijin kepada mahasiswa di bawah ini melakukan penelitian pada lembaga yang Bapak/Ibu pimpin:

Nama : Supian Sauri
NIM : 14800002
Program Studi : Magister Ekonomi Syari'ah
Dosen Pembimbing : 1. Dr. Hj. Ilfi Nurdiana, M.Si.
2. Dr. H. Ahmad Sani Supriyanto, M.Si.
Judul Tesis : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan dan Kepercayaan di Pusat Koperasi Syari'ah Alkamil Jawa Timur.

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb



Prof. Dr. H. Baharuddin, M.Pd.I
NIP. 195612311983031032

Lampiran 3

**Kantor Cabang Layanan
Pusat Koperasi Syariah Alkamil Jawa Timur**

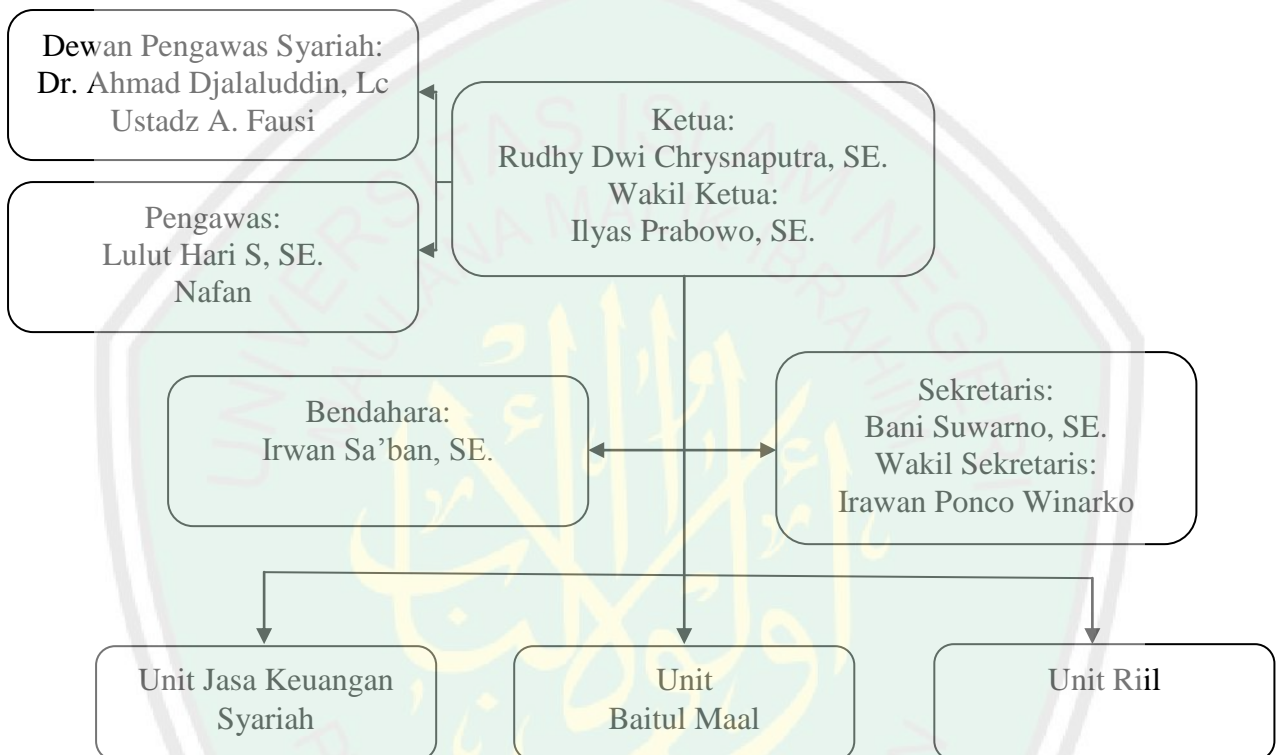
No	Nama Koperasi	Alamat	No Telp.
1.	Puskopsyah Alkamil	Jl. Raya Ampeldento Ruko Ndalem Kalegan No. 2-6 Pakis	0341 795304
2.	Assa'adah Singosari	Jl. Masjid Barat No. 195 Singosari	0341 458723
3.	Assa'adah Sejahtera Gondanglegi	Jl. Raya Sepanjang No. 45 Gondanglegi	0341 876720
4.	Al-Baasith Malang	Jl. Mertojoyo Blok Q2 Malang	0341 582267
5.	Ahmad Yani Malang	Jl. Kahuripan No. 12 Lowokwaru Malang	0341 351703
6.	Al-Jabbar Muamalah Malang	Jl. Manunggal Kav 10 Perum ABM Malang	0341 472176
7.	Al-Jabbar Muamalah Sidoarjo	Jl. Irian Jaya No. 110 Pagerwojo Sidoarjo	031 99034657
8.	Alkamil Nusantara Pasuruan	Jl. Raya Pasar Wonorejo Pasuruan	0343 6752005
9.	Amanah Bondowoso	Jl. Letjen S Parman No. 30 Badean Bondowoso	0823 3562 3237
10.	Alkamil Nusantara Banyuwangi	Jl. Abdullah No. 67 Banyuwangi	0333 420 464
11.	Al-Latif Jember	Jl. Karimata 50A Sumbersari Jember	0331 322737
12.	Al-Jabbar Muamalah Lumajang	Jl. Laut Bambang No. 28 Kedung Pasik Lumajang	0334 574227
13.	Al-Karim Paiton	Jl. Raya Surabaya Situbondo Perum Paiton Harmoni No. 5A Probolinggo	0335 773038
14.	Al-Fatah Kraksaan	Jl Diponegoro No. 15 Kraksaan Probolinggo	0335 844529
15.	Assakinah Probolinggo	Jl. Serma Abdul Rahman No. 62 Probolinggo	0335 429177
16.	As-salam Maron	Jl. Simpang Pekalen No. 4 Maron Probolinggo	0335 612900
17.	Tazkia Amanah Krucil	Desa Jrenjeng Krucil Probolinggo	0823 2157 2606
18.	Assakinah Probolinggo	Jl. Bengawan Solo No. 6, Jogotrunan Lumajang	0334 8795218
19.	Ikhsan Nusantara Probolinggo	Perum Sumber Taman PP No. 6, Probolinggo	0335 420626
20.	Al-Aziz Tongas	Jl. Raya Soekarno Hatta, Tongas,	0335 511484

		Probolinggo	
21.	Al-Kamil Nusantara Mataram	Jl. Gajah Mada Perum Asia Asri Regency, Jempong Mataram	0370 7501905
22.	Ngudi Makmur Blitar	Jl. Sudanco Supriyadino 237 Blitar	0342 804866
23.	Salsabila Blitar	Jl. Jati No. 168 Blitar	0342 801469
24.	Karya Mandiri Sejahtera Blitar	Jl. Raya Kediri No. 61, Des Bendo, Blitar	0354 699704
25.	Karya Madani Sejahtera Blitar	Jl. Raya Utara Lodoyo Blitar	0342 444917
26.	Al-Jabbar Kediri	Dusun Kali Lanang Selodono Kediri	0354 413538
27.	Tunas Sejahtera Kediri	Jl. Dandang Gendis No. 313 Doko Kediri	0354 7418310
28.	Mitra Amanah Sejahtera Kediri	Jl. Jombang Bunut Pare Kediri	0354 394423
29.	Berkah Makmur Tulungagung	Jl. Trunojoyo No. 30 Bolorejo Tulungagung	0355 327434
30.	Griya Arta Swadana Tulungagung	Jl. Mayor Sujadi Timur No. 32A, Tulungagung	0355 321057
31.	Al-Kamil Nusantara Jombang	Jl. Ir Djuanda No. 25 Kepatihan Jombang	0321 860584
32.	Mitra Nusantara Tuban	Barat Stasiun Doromukti, Tuban	0356 323997
33.	Arta Prima Sejahtera Nganjuk	Jl. Imam Bonjol 25 Payaman Nganjuk	0358 321882
34.	Karya Agung Sejahtera Nganjuk	Jl. Dr Soetomo Warujayeng Nganjuk	0358 774585
35.	Al-Ulla Nganjuk	Jl. KH. Abdul Fatah No. 18 Nglawak Ketosono	0358 3515017
36.	Al-Kamil Nusantara Madiun	Jl. Arumdaluh No. 16B Madiun	0351 462947
37.	Al-Kautsar Caruban	Jl. Panglima Sudirman, Ruko Grand Caruban No. 8 Buduran Madiun	0351 3890077
38.	Al-Ghani Blora	Jl. Ronggolawe No. 12 Wulung Blora Jawa Tengah	0296 810137
39.	Al-Kamil Nusantara Solo	Jl. Dewi Sartika No. 8 Danu Kusuma Surakarta	0271 669515
40.	Ar-Razaq Bekasi	Jl. KH Mas'ud No. 191 Ambun Selatan Bekasi	021 88395327
41.	Al-Kamil Nusantara Bekasi	Jl. Ruko Puri Cendana Blok RPC No. 89 Tambun Selata Jawa Barat	021 88391910
42.	Koperasi Assalam Banjarbaru	Jl. Panglima Batur Timur Kalimantan Selatan	821 7 9482

Lampiran 4

Struktur Organisasi
Pusat Koperasi Syariah Alkamil Jawa Timur

RAPAT ANGGOTA PRIMER



Karakteristik Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Pendidikan	Usia	Agama	Pekerjaan	Lama Menjadi Anggota	Produk Digunakan	Gaji Tiap Bulan
1	M	Pr	S1	36 s.d 45 tahun	Islam	Guru	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
2	RD	Lk	S2	> 45 tahun	Islam	PNS	4 sampai 6 tahun	Simpanan	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
3	S	Pr	SLTA	17 s.d 25 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Simpanan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
4	AM	Lk	D III	17 s.d 25 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
5	MD	Pr	S1	36 s.d 45 tahun	Islam	Wiraswasta	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
6	DF	Lk	S1	> 45 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
7	S	Pr	S1	26 s.d 35 tahun	Islam	Wiraswasta	lebih dari 6 tahun	Simpanan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
8	DW	Lk	S2	36 s.d 45 tahun	Islam	Dosen	4 sampai 6 tahun	Simpanan	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
9	SS	Pr	S1	36 s.d 45 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
10	S	Lk	SLTA	26 s.d 35 tahun	Islam	Wiraswasta	4 sampai 6 tahun	Simpanan	< Rp 500.000,-
11	S	Lk	SLTA	26 s.d 35 tahun	Islam	Wiraswasta	4 sampai 6 tahun	Simpanan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
12	D	Pr	S1	26 s.d 35 tahun	Islam	Karyawan	4 sampai 6 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
13	R	Pr	D III	> 45 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Simpanan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
14	KK	Pr	S1	17 s.d 25 tahun	Islam	Guru	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
15	NI	Pr	S1	36 s.d 45 tahun	Islam	PNS	1 sampai 3 tahun	Simpanan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
16	IL	Pr	S1	26 s.d 35 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Simpanan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
17	K	Pr	S1	36 s.d 45 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Simpanan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
18	BPA	Pr	D III	> 45 tahun	Islam	PNS	Kurang dari 1 tahun	Simpanan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
19	LS	Pr	S1	17 s.d 25 tahun	Islam	PNS	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
20	NH	Pr	D III	17 s.d 25 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Simpanan	< Rp 500.000,-
21	TP	Lk	S1	36 s.d 45 tahun	Islam	PNS	4 sampai 6 tahun	Simpanan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
22	CA	Pr	D III	> 45 tahun	Islam	Mahasiswa	1 sampai 3 tahun	Simpanan	< Rp 500.000,-

23	M	Lk	SLTP	26 s.d 35 tahun	Islam	Wiraswasta	1 sampai 3 tahun	Simpanan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
24	NA	Pr	S2	26 s.d 35 tahun	Islam	Dosen	4 sampai 6 tahun	Pembiayaan	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
25	S	Lk	S1	26 s.d 35 tahun	Islam	PNS	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
26	W	Lk	S3	> 45 tahun	Islam	Dosen	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	> Rp 5.000.000,-
27	H	Pr	D III	17 s.d 25 tahun	Islam	Wiraswasta	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
28	MK	Lk	S2	26 s.d 35 tahun	Islam	PNS	lebih dari 6 tahun	Simpanan	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
29	IB	Lk	S2	36 s.d 45 tahun	Islam	Dosen	lebih dari 6 tahun	Pembiayaan	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
30	ER	Pr	S2	26 s.d 35 tahun	Islam	Dosen	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
31	EYE	Pr	D III	> 45 tahun	Islam	Wiraswasta	1 sampai 3 tahun	Simpanan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
32	VMR	Lk	S3	26 s.d 35 tahun	Islam	Dosen	4 sampai 6 tahun	Pembiayaan	> Rp 5.000.000,-
33	CA	Lk	D III	17 s.d 25 tahun	Islam	Wiraswasta	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
34	K	Pr	SLTP	36 s.d 45 tahun	Islam	Petani	4 sampai 6 tahun	Simpanan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
35	ZB	Lk	S2	26 s.d 35 tahun	Islam	Dosen	lebih dari 6 tahun	Simpanan	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
36	RA	Pr	S1	36 s.d 45 tahun	Islam	PNS	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
37	JJB	Lk	S2	17 s.d 25 tahun	Islam	Dosen	4 sampai 6 tahun	Simpanan	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
38	BR	Pr	SLTA	26 s.d 35 tahun	Islam	Wiraswasta	Kurang dari 1 tahun	Simpanan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
39	GS	Lk	S2	26 s.d 35 tahun	Islam	Dosen	1 sampai 3 tahun	Simpanan	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
40	HR	Pr	S1	> 45 tahun	Islam	PNS	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
41	IW	Pr	SLTA	36 s.d 45 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
42	UK	Pr	SLTA	> 45 tahun	Islam	Karyawan	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
43	AKW	Pr	SLTA	17 s.d 25 tahun	Islam	Mahasiswa	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
44	SY	Pr	S1	26 s.d 35 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
45	NM	Pr	S1	17 s.d 25 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
46	SG	Lk	D III	> 45 tahun	Islam	Karyawan	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
47	ER	Pr	S1	26 s.d 35 tahun	Islam	Guru	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
48	LRA	Pr	S1	26 s.d 35 tahun	Islam	Karyawan	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-

49	IS	Lk	SLTA	36 s.d 45 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
50	DN	Pr	S1	17 s.d 25 tahun	Islam	PNS	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
51	MS	Lk	S1	26 s.d 35 tahun	Islam	Karyawan	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
52	KBR	Pr	S1	36 s.d 45 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
53	S	Lk	SLTA	17 s.d 25 tahun	Islam	Karyawan	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
54	IR	Lk	S1	36 s.d 45 tahun	Islam	Karyawan	4 sampai 6 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
55	A	Pr	S1	> 45 tahun	Islam	Karyawan	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
56	AS	Lk	SLTA	> 45 tahun	Islam	Karyawan	4 sampai 6 tahun	Pembiayaan	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
57	W	Lk	SLTP	> 45 tahun	Islam	Wiraswasta	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
58	FI	Lk	SLTA	> 45 tahun	Islam	Guru	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
59	DP	Pr	S1	36 s.d 45 tahun	Islam	Guru	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
60	S	Pr	SLTA	17 s.d 25 tahun	Islam	Karyawan	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
61	P	Lk	SD	36 s.d 45 tahun	Islam	Karyawan	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
62	CMI	Lk	D III	> 45 tahun	Islam	PNS	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
63	FI	Lk	S1	26 s.d 35 tahun	Islam	Guru	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
64	S	Lk	SLTA	17 s.d 25 tahun	Islam	Karyawan	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
65	FN	Pr	S1	26 s.d 35 tahun	Islam	Guru	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
66	YS	Lk	SLTA	36 s.d 45 tahun	Islam	Wiraswasta	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
67	DMN	Pr	SLTA	> 45 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
68	SW	Lk	SLTA	> 45 tahun	Islam	Wiraswasta	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
69	ASK	Pr	SLTA	26 s.d 35 tahun	Islam	Karyawan	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
70	EB	Pr	SLTA	> 45 tahun	Islam	Wiraswasta	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
71	AM	Pr	SLTA	36 s.d 45 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
72	H	Lk	SLTP	36 s.d 45 tahun	Islam	Wiraswasta	4 sampai 6 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
73	EI	Pr	SLTA	> 45 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Simpanan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
74	S	Lk	SLTP	> 45 tahun	Islam	Wiraswasta	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-

75	IK	Pr	S1	17 s.d 25 tahun	Islam	Guru	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
76	RDAS	Pr	S2	26 s.d 35 tahun	Islam	Guru	lebih dari 6 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
77	NL	Pr	S1	17 s.d 25 tahun	Islam	Guru	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
78	AF	Lk	SLTA	17 s.d 25 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
79	NEI	Pr	S1	36 s.d 45 tahun	Islam	PNS	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
80	S	Pr	S1	26 s.d 35 tahun	Islam	Karyawan	4 sampai 6 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
81	HS	Lk	D III	36 s.d 45 tahun	Islam	Guru	4 sampai 6 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
82	TC	Pr	S1	36 s.d 45 tahun	Islam	Guru	4 sampai 6 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
83	RI	Pr	S1	> 45 tahun	Islam	Guru	4 sampai 6 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
84	KB	Lk	S1	26 s.d 35 tahun	Islam	Guru	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
85	LK	Pr	S2	> 45 tahun	Islam	Guru	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
86	NF	Pr	D III	> 45 tahun	Islam	Guru	Kurang dari 1 tahun	Simpanan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
87	S	Pr	S1	36 s.d 45 tahun	Islam	Guru	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
88	EN	Pr	S1	36 s.d 45 tahun	Islam	Guru	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
89	RSD	Pr	S1	26 s.d 35 tahun	Islam	PNS	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
90	ESW	Lk	S1	36 s.d 45 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Simpanan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
91	IY	Lk	SLTA	26 s.d 35 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
92	DH	Lk	S1	26 s.d 35 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Simpanan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
93	EDA	Pr	S1	> 45 tahun	Khatolik	Karyawan	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	< Rp 500.000,-
94	HR	Pr	S1	> 45 tahun	Khatolik	Guru	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
95	S	Lk	SLTP	26 s.d 35 tahun	Khatolik	Guru	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
96	N	Pr	S1	17 s.d 25 tahun	Khatolik	Guru	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
97	SST	Pr	SLTA	36 s.d 45 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
98	AM	Pr	SLTA	26 s.d 35 tahun	Kristen	Karyawan	4 sampai 6 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
99	I	Lk	SD	26 s.d 35 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
100	AKP	Lk	S1	36 s.d 45 tahun	Islam	Wiraswasta	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-

101	NEB	Pr	S1	17 s.d 25 tahun	Islam	Wiraswasta	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
102	ATU	Pr	S1	26 s.d 35 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
103	DK	Pr	S1	17 s.d 25 tahun	Islam	Guru	Kurang dari 1 tahun	Simpanan	< Rp 500.000,-
104	YR	Pr	S1	36 s.d 45 tahun	Islam	Guru	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
105	S	Pr	SLTA	36 s.d 45 tahun	Islam	Guru	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
106	SU	Pr	SLTA	26 s.d 35 tahun	Islam	Guru	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
107	NA	Pr	S1	36 s.d 45 tahun	Islam	PNS	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
108	UL	Pr	S1	36 s.d 45 tahun	Islam	PNS	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
109	TE	Pr	S1	> 45 tahun	Islam	PNS	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
110	DA	Pr	SLTA	26 s.d 35 tahun	Khatolik	Guru	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
111	SK	Pr	SLTA	> 45 tahun	Islam	Guru	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
112	EW	Pr	S1	> 45 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
113	KDW	Pr	D III	36 s.d 45 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
114	NHA	Pr	S1	36 s.d 45 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
115	MJ	Pr	S1	26 s.d 35 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
116	BAL	Pr	S1	36 s.d 45 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
117	SM	Pr	S1	26 s.d 35 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
118	NI	Pr	SLTA	26 s.d 35 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
119	SH	Pr	D III	> 45 tahun	Islam	Wiraswasta	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
120	DNS	Pr	S1	> 45 tahun	Islam	PNS	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
121	WA	Pr	S1	26 s.d 35 tahun	Islam	Guru	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	< Rp 500.000,-
122	RAD	Pr	SLTA	17 s.d 25 tahun	Islam	Guru	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	< Rp 500.000,-
123	BS	Pr	S1	> 45 tahun	Islam	Guru	4 sampai 6 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
124	YM	Pr	S1	26 s.d 35 tahun	Islam	Guru	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	< Rp 500.000,-
125	NR	Lk	S1	26 s.d 35 tahun	Islam	Guru	4 sampai 6 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
126	A	Pr	SLTA	36 s.d 45 tahun	Islam	Guru	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	< Rp 500.000,-

127	MC	Lk	S1	17 s.d 25 tahun	Islam	Guru	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	< Rp 500.000,-
128	DM	Pr	SLTA	26 s.d 35 tahun	Islam	Wiraswasta	4 sampai 6 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
129	L	Pr	SLTA	36 s.d 45 tahun	Islam	Guru	lebih dari 6 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
130	SI	Pr	S1	17 s.d 25 tahun	Islam	Karyawan	lebih dari 6 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
131	L	Pr	SLTA	36 s.d 45 tahun	Islam	Guru	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	< Rp 500.000,-
132	FA	Lk	S1	> 45 tahun	Islam	PNS	1 sampai 3 tahun	Simpanan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
133	AW	Pr	D III	> 45 tahun	Kristen	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Simpanan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
134	RN	Pr	SLTA	26 s.d 35 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Simpanan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
135	M	Pr	SLTP	> 45 tahun	Islam	Wiraswasta	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
136	SA	Pr	SLTP	36 s.d 45 tahun	Islam	Wiraswasta	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
137	NE	Pr	SLTA	17 s.d 25 tahun	Islam	Wiraswasta	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
138	SI	Pr	SLTA	36 s.d 45 tahun	Islam	Wiraswasta	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
139	AR	Lk	SLTA	> 45 tahun	Islam	Wiraswasta	Kurang dari 1 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
140	M	Pr	S1	26 s.d 35 tahun	Islam	Guru	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
141	IYU	Pr	SLTA	36 s.d 45 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
142	M	Lk	SLTP	26 s.d 35 tahun	Islam	Wiraswasta	4 sampai 6 tahun	Simpanan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
143	S	Lk	SLTP	> 45 tahun	Islam	Wiraswasta	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
144	KA	Lk	SLTA	26 s.d 35 tahun	Islam	Wiraswasta	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
145	AMP	Pr	SLTA	17 s.d 25 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
146	TDJ	Pr	SLTA	36 s.d 45 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
147	RY	Pr	SLTA	26 s.d 35 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
148	M	Pr	S1	36 s.d 45 tahun	Islam	Guru	4 sampai 6 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
149	EM	Pr	SLTA	17 s.d 25 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Simpanan	Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-
150	SH	Pr	SLTA	26 s.d 35 tahun	Islam	Wiraswasta	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
151	ZRJ	Pr	SLTA	26 s.d 35 tahun	Islam	Karyawan	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
152	M	Pr	SLTA	> 45 tahun	Islam	Wiraswasta	4 sampai 6 tahun	Simpanan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-

153	RH	Pr	SLTA	36 s.d 45 tahun	Islam	Wiraswasta	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
154	DHP	Lk	SLTA	> 45 tahun	Islam	Wiraswasta	1 sampai 3 tahun	Pembiayaan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-
155	YS	Lk	SLTA	26 s.d 35 tahun	Islam	Wiraswasta	4 sampai 6 tahun	Simpanan	Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-



Tabulasi Data

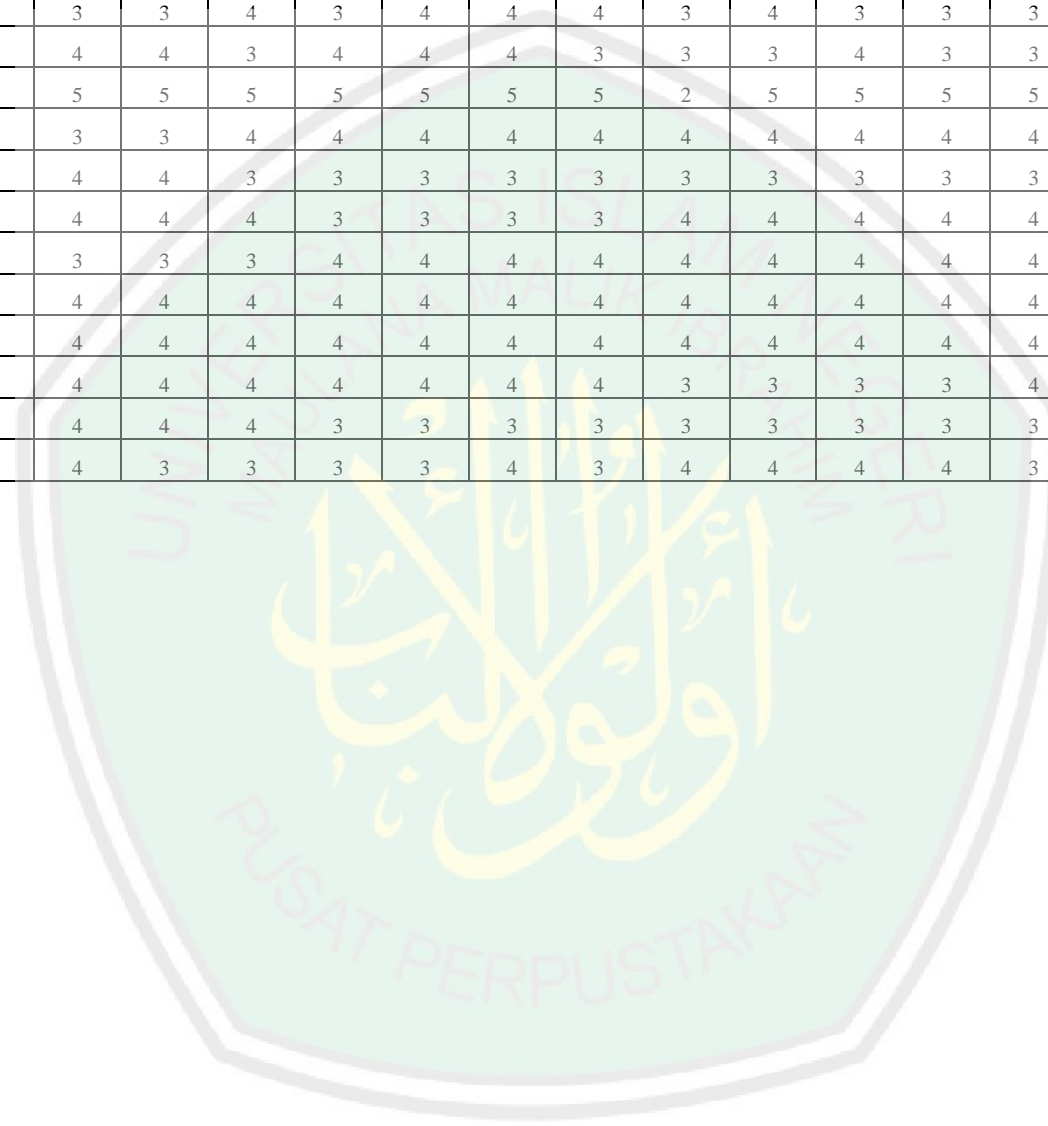
No	X1.1.1	X1.1.2	X1.1.3	X1.1.4	X1.2.1	X1.2.2	X1.2.3	X1.3.1	X1.3.2	X1.3.3	X1.3.4	X1.4.1	X1.4.2	X1.4.3	X1.4.4	X1.5.1	X1.5.2	X1.5.3	X1.5.4	X1.6.1	X1.6.2	X1.6.3	X1.6.4	X1.6.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Y1	Y2	Y3
1	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	4	4
2	3	3	4	2	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	3	4	3	4
3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2
4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	5	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4
5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	5	3	3	3	3	4	5	3	4	3	3	3	3	3	4	3
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
7	4	5	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3	3	3	5	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
8	5	5	5	3	4	4	3	5	5	5	4	3	3	4	5	4	3	3	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3
9	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5
10	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	3	3	3	5	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3
11	5	5	3	4	3	3	3	5	5	4	4	3	3	3	4	5	5	3	3	5	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3
12	5	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	5	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3
13	3	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
14	3	5	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	5	5	5
15	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3
17	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
18	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
19	3	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4
20	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
21	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
22	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
23	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
24	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

55	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	
57	4	4	3	3	4	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4		
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
61	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
66	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
67	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
68	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
69	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
70	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
71	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
72	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
73	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
74	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
75	3	4	3	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5		
76	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	
77	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
78	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	
79	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	
80	4	3	4	3	1	3	3	4	1	2	3	4	4	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	
82	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	

84	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5		
85	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4
86	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
87	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	2	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4
88	4	5	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
89	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
90	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
91	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
94	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
95	3	4	3	3	2	2	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	3	4	3	3	2	2	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
97	3	4	3	3	2	2	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
98	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
100	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
101	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
102	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
103	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
104	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
105	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
106	3	3	3	3	5	5	5	2	1	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
107	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
108	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
109	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
110	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
111	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
112	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	4	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

113	2	2	2	2	2	2	2	4	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	
114	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3		
115	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
117	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	
118	2	4	2	2	2	2	2	4	2	3	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
119	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	
120	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	
121	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	
122	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	3	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	
123	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	
124	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	
125	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5		
126	3	4	5	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	2	4	4	2	4	
127	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	
128	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4
129	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	3	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	
130	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	3	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	
131	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	4	4	3	3	4	1	4	
132	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
133	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
134	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	
135	4	4	4	2	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
136	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
137	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
138	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	
139	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
140	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
141	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	

142	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	
143	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
144	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	5	5	
145	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
146	4	4	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
147	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
148	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
149	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
150	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
151	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	
152	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
153	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
154	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
155	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	



Lampiran 6**Statistik Deskriptif****Karakteristik Responden****Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Lk	51	32,9	32,9	32,9
Valid Pr	104	67,1	67,1	100,0
Total	155	100,0	100,0	

Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
D III	15	9,7	9,7	9,7
S1	65	41,9	41,9	51,6
S2	11	7,1	7,1	58,7
S3	2	1,3	1,3	60,0
Valid SD	2	1,3	1,3	61,3
SLTA	50	32,3	32,3	93,5
SLTP	10	6,5	6,5	100,0
Total	155	100,0	100,0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
> 45 tahun	38	24,5%	24,5%	24,5%
Valid 17 s.d 25 tahun	26	16,8%	16,8%	41,3%
26 s.d 35 tahun	48	31,0%	31,0%	72,3%
36 s.d 45 tahun	43	27,7%	27,7%	100,0%
Total	155	100,0%	100,0%	

Agama

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Islam	148	95,5%	95,5%	95,5%
Khatolik	5	3,2%	3,2%	98,7%
Kristen	2	1,3%	1,3%	100,0%
Total	155	100,0%	100,0%	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Dosen	9	5,8%	5,8%	5,8%
Guru	38	24,5%	24,5%	30,3%
Karyawan	55	35,5%	35,5%	65,8%
Mahasiswa	2	1,3%	1,3%	67,1%
Petani	1	,6%	,6%	67,7%
PNS	18	11,6%	11,6%	79,4%
Wiraswasta	32	20,6%	20,6%	100,0%
Total	155	100,0%	100,0%	

Lama Menjadi Anggota

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 sampai 3 tahun	89	57,4%	57,4%	57,4%
4 sampai 6 tahun	25	16,1%	16,1%	73,5%
Kurang dari 1 tahun	34	21,9%	21,9%	95,5%
lebih dari 6 tahun	7	4,5%	4,5%	100,0%
Total	155	100,0%	100,0%	

Produk Digunakan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pembiayaan	121	78,1%	78,1%	78,1%
Simpanan	34	21,9%	21,9%	100,0%
Total	155	100,0%	100,0%	

Penghasilan Tiap Bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< Rp 500.000,-	11	7,1%	7,1%	7,1%
> Rp 5.000.000,-	2	1,3%	1,3%	8,4%
Rp 1.000.000,- s.d Rp 3.000.000,-	80	51,6%	51,6%	60,0%
Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-	24	15,5%	15,5%	75,5%
Rp 500.000,- s.d Rp 1.000.000,-	38	24,5%	24,5%	100,0%
Total	155	100,0%	100,0%	

Deskriptif Item Variabel

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1.1	155	2	5	3,61	,660
X1.1.2	155	2	5	3,90	,656
X1.1.3	155	2	5	3,68	,674
X1.1.4	155	2	5	3,34	,741
X1.1	155	8	20	14,52	2,211
Valid N (listwise)	155				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.2.1	155	1	5	3,72	,779
X1.2.2	155	2	5	3,75	,819
X1.2.3	155	2	5	3,70	,766
X1.2	155	6	15	11,17	2,212
Valid N (listwise)	155				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.3.1	155	2	5	3,84	,650
X1.3.2	155	1	5	3,82	,760
X1.3.3	155	2	5	3,72	,691
X1.3.4	155	2	5	3,83	,653
X1.3	155	9	20	15,21	2,340
Valid N (listwise)	155				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.4.1	155	2	5	3,68	,672
X1.4.2	155	3	5	4,03	,664
X1.4.3	155	3	5	3,94	,690
X1.4.4	155	2	5	3,80	,706
X1.4	155	11	20	15,45	2,385
Valid N (listwise)	155				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.5.1	155	2	5	3,71	,814
X1.5.2	155	3	5	3,89	,670
X1.5.3	155	2	5	3,75	,699
X1.5.4	155	3	5	3,90	,685
X1.5	155	11	20	15,25	2,286
Valid N (listwise)	155				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.6.1	155	2	5	3,70	,697
X1.6.2	155	3	5	3,90	,616
X1.6.3	155	1	5	3,82	,716
X1.6.4	155	3	5	3,83	,590
X1.6.5	155	3	5	3,99	,603
X1.6	155	14	25	19,23	2,586
Valid N (listwise)	155				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1	155	2	5	3,77	,682
X2.2	155	2	5	3,86	,730
X2.3	155	2	5	3,74	,645
X2.4	155	3	5	3,74	,623
X2	155	10	20	15,11	2,332
Valid N (listwise)	155				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1	155	3	5	3,81	,643
Y2	155	1	5	3,77	,689
Y3	155	2	5	3,83	,701
Y	155	8	15	11,42	1,889
Valid N (listwise)	155				



Lampiran 7

Uji Validitas

Correlations

		X1.1.1	X1.1.2	X1.1.3	X1.1.4	TOT
	Pearson Correlation	1	,611**	,662**	,445**	,830**
X1.1.1	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	155	155	155	155	155
	Pearson Correlation	,611**	1	,556**	,486**	,811**
X1.1.2	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	155	155	155	155	155
	Pearson Correlation	,662**	,556**	1	,504**	,836**
X1.1.3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	155	155	155	155	155
	Pearson Correlation	,445**	,486**	,504**	1	,766**
X1.1.4	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	155	155	155	155	155
	Pearson Correlation	,830**	,811**	,836**	,766**	1
TOT	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	155	155	155	155	155

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

Correlations

		X1.2.1	X1.2.2	X1.2.3	TOT
	Pearson Correlation	1	,824**	,794**	,932**
X1.2.1	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	155	155	155	155
	Pearson Correlation	,824**	1	,823**	,945**
X1.2.2	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	155	155	155	155
	Pearson Correlation	,794**	,823**	1	,930**
X1.2.3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	155	155	155	155
	Pearson Correlation	,932**	,945**	,930**	1
TOT	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	155	155	155	155

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

Correlations

	X1.3.1	X1.3.2	X1.3.3	X1.3.4	TOT
Pearson Correlation	1	,690**	,635**	,533**	,838**
X1.3.1 Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
N	155	155	155	155	155
Pearson Correlation	,690**	1	,681**	,580**	,879**
X1.3.2 Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
N	155	155	155	155	155
Pearson Correlation	,635**	,681**	1	,642**	,872**
X1.3.3 Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
N	155	155	155	155	155
Pearson Correlation	,533**	,580**	,642**	1	,805**
X1.3.4 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
N	155	155	155	155	155
Pearson Correlation	,838**	,879**	,872**	,805**	1
TOT Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
N	155	155	155	155	155

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

Correlations

	X1.4.1	X1.4.2	X1.4.3	X1.4.4	TOT
Pearson Correlation	1	,659**	,684**	,619**	,846**
X1.4.1 Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
N	155	155	155	155	155
Pearson Correlation	,659**	1	,783**	,607**	,870**
X1.4.2 Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
N	155	155	155	155	155
Pearson Correlation	,684**	,783**	1	,746**	,921**
X1.4.3 Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
N	155	155	155	155	155
Pearson Correlation	,619**	,607**	,746**	1	,855**
X1.4.4 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
N	155	155	155	155	155
Pearson Correlation	,846**	,870**	,921**	,855**	1
TOT Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
N	155	155	155	155	155

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

Correlations

	X1.5.1	X1.5.2	X1.5.3	X1.5.4	TOT
Pearson Correlation	1	,477**	,362**	,388**	,723**
X1.5.1 Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
N	155	155	155	155	155
Pearson Correlation	,477**	1	,565**	,682**	,840**
X1.5.2 Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
N	155	155	155	155	155
Pearson Correlation	,362**	,565**	1	,664**	,799**
X1.5.3 Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
N	155	155	155	155	155
Pearson Correlation	,388**	,682**	,664**	1	,841**
X1.5.4 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
N	155	155	155	155	155
Pearson Correlation	,723**	,840**	,799**	,841**	1
TOT Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
N	155	155	155	155	155

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

Correlations

	X1.6.1	X1.6.2	X1.6.3	X1.6.4	X1.6.5	TOT
Pearson Correlation	1	,668**	,410**	,460**	,408**	,742**
X1.6.1 Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
N	155	155	155	155	155	155
Pearson Correlation	,668**	1	,591**	,560**	,626**	,856**
X1.6.2 Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
N	155	155	155	155	155	155
Pearson Correlation	,410**	,591**	1	,573**	,611**	,801**
X1.6.3 Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
N	155	155	155	155	155	155
Pearson Correlation	,460**	,560**	,573**	1	,687**	,804**
X1.6.4 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
N	155	155	155	155	155	155
Pearson Correlation	,408**	,626**	,611**	,687**	1	,818**
X1.6.5 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
N	155	155	155	155	155	155
Pearson Correlation	,742**	,856**	,801**	,804**	,818**	1
TOT Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
N	155	155	155	155	155	155

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOT
X2.1	Pearson Correlation	1	,705**	,553**	,653**	,841**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	155	155	155	155	155
X2.2	Pearson Correlation	,705**	1	,695**	,722**	,905**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	155	155	155	155	155
X2.3	Pearson Correlation	,553**	,695**	1	,718**	,848**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	155	155	155	155	155
X2.4	Pearson Correlation	,653**	,722**	,718**	1	,883**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	155	155	155	155	155
TOT	Pearson Correlation	,841**	,905**	,848**	,883**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	155	155	155	155	155

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

Correlations

		Y1	Y2	Y3	TOT
Y1	Pearson Correlation	1	,784**	,810**	,926**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	155	155	155	155
Y2	Pearson Correlation	,784**	1	,795**	,926**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	155	155	155	155
Y3	Pearson Correlation	,810**	,795**	1	,936**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	155	155	155	155
TOT	Pearson Correlation	,926**	,926**	,936**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	155	155	155	155

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

Lampiran 8

Uji Reliability

Scale: Tangible**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	155	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	155	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,824	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1.1	10,9097	2,901	,691	,759
X1.1.2	10,6194	2,965	,660	,773
X1.1.3	10,8387	2,850	,696	,755
X1.1.4	11,1806	2,928	,556	,824

Scale: Reliability**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,929	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.2.1	7,4516	2,288	,848	,902
X1.2.2	7,4194	2,141	,869	,885
X1.2.3	7,4645	2,328	,847	,903

Scale: Responsiveness**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,870	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.3.1	11,3677	3,351	,717	,837
X1.3.2	11,3871	2,927	,758	,821
X1.3.3	11,4903	3,135	,762	,818
X1.3.4	11,3742	3,443	,663	,857

Scale: Assurance

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,896	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.4.1	11,7613	3,430	,727	,881
X1.4.2	11,4194	3,375	,768	,866
X1.4.3	11,5097	3,135	,851	,834
X1.4.4	11,6452	3,308	,733	,879

Scale: Empathy

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,805	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.5.1	11,5355	3,198	,469	,840
X1.5.2	11,3548	3,101	,710	,716
X1.5.3	11,4968	3,161	,634	,750
X1.5.4	11,3484	3,060	,707	,716

Scale: Sharia Compliance

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,860	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.6.1	15,5355	4,497	,576	,858
X1.6.2	15,3355	4,341	,766	,808
X1.6.3	15,4129	4,231	,659	,837
X1.6.4	15,4000	4,579	,696	,827
X1.6.5	15,2452	4,498	,713	,822

Scale: Satisfaction

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,891	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	11,3419	3,226	,712	,878
X2.2	11,2452	2,888	,812	,841
X2.3	11,3742	3,301	,733	,870
X2.4	11,3677	3,260	,796	,849

Scale: Trust

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,921	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	7,6065	1,734	,841	,886
Y2	7,6452	1,633	,830	,893
Y3	7,5871	1,582	,849	,878

Lampiran 9

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,331	,285		1,162	,247		
1 X1	,461	,116	,346	3,986	,000	,417	2,398
X2	,459	,094	,424	4,894	,000	,417	2,398

a. Dependent Variable: Y

Uji Heteroskedastisitas

			X1	X2	Abs_Res
X1	Correlation Coefficient		1,000	,788**	-,134
	Sig. (2-tailed)		.	,000	,096
	N		155	155	155
Spearman's rho	Correlation Coefficient	X2	,788**	1,000	-,168*
	Sig. (2-tailed)		,000	.	,037
	N		155	155	155
Abs_Res	Correlation Coefficient		-,134	-,168*	1,000
	Sig. (2-tailed)		,096	,037	.
	N		155	155	155

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,724 ^a	,523	,517	,43766	1,888

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		155
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,43480535
	Absolute	,071
Most Extreme Differences	Positive	,065
	Negative	-,071
Kolmogorov-Smirnov Z		,889
Asymp. Sig. (2-tailed)		,408

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Linieritas

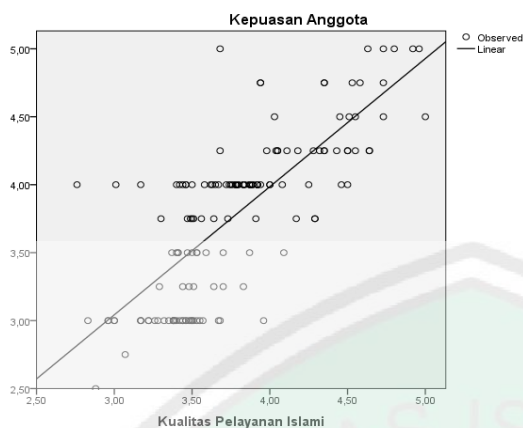
Kualitas Pelayanan Islami (X1) ke Kepuasan Anggota (X2)

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: X2

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	,583	213,929	1	153	,000	,215	,943

The independent variable is X1.



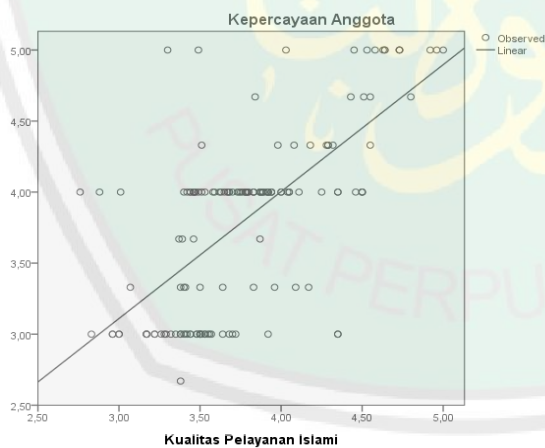
Kualitas Pelayanan Islami (X1) ke Kepercayaan Anggota (Y)

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: Y

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	,448	124,385	1	153	,000	,430	,893

The independent variable is X.



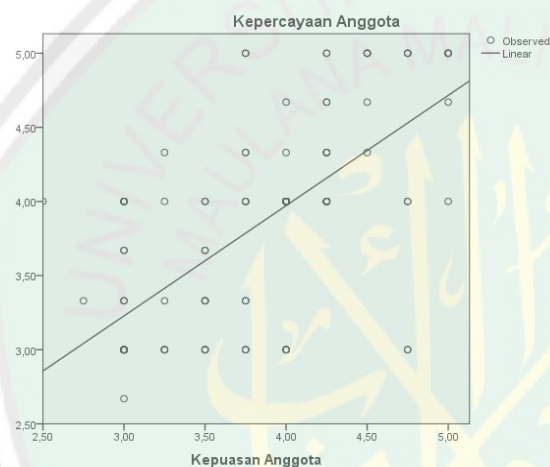
Kepuasan Anggota (X2) ke Kepercayaan Anggota (Y)

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: Y

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	,474	137,695	1	153	,000	,997	,744

The independent variable is X2.



Lampiran 10

Path Analysis

Kualitas Pelayanan Islami (X1) terhadap Kepuasan Anggota (X2)

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: X2
- b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,764 ^a	,583	,580	,37761

- a. Predictors: (Constant), X1
- b. Dependent Variable: X2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30,504	1	30,504	213,929	,000 ^b
	Residual	21,817	153	,143		
	Total	52,321	154			

- a. Dependent Variable: X2
- b. Predictors: (Constant), X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,215	,245		,876	,382
	X1	,943	,064	,764	14,626	,000

- a. Dependent Variable: X2

Kualitas Pelayanan Islami (X1) terhadap Kepercayaan Anggota (Y)

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan Islami ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepercayaan Anggota

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,670 ^a	,448	,445	,46933

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan Islami

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27,398	1	27,398	124,385	,000 ^b
	Residual	33,702	153	,220		
	Total	61,100	154			

a. Dependent Variable: Kepercayaan Anggota

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan Islami

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,430	,305		1,410	,161
	Kualitas Pelayanan Islami	,893	,080	,670	11,153	,000

a. Dependent Variable: Kepercayaan Anggota

Kepuasan Anggota (X2) terhadap Kepercayaan Anggota (Y)

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan Anggota ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kepercayaan Anggota

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,688 ^a	,474	,470	,45846

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Anggota

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28,942	1	28,942	137,695	,000 ^b
	Residual	32,158	153	,210		
	Total	61,100	154			

a. Dependent Variable: Kepercayaan Anggota

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Anggota

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,997	,242		4,115	,000
	Kepuasan Anggota	,744	,063	,688	11,734	,000

a. Dependent Variable: Kepercayaan Anggota

**Kualitas Pelayanan Islami (X1) terhadap Kepercayaan Anggota (Y)
Melalui Kepuasan Anggota (X2)**

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Z, X ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,724 ^a	,523	,517	,43766

a. Predictors: (Constant), Z, X

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31,985	2	15,993	83,494	,000 ^b
	Residual	29,115	152	,192		
	Total	61,100	154			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), Z, X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,331	,285		1,162	,247
	X	,461	,116	,346	3,986	,000
	Z	,459	,094	,424	4,894	,000

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 11

FOTO-FOTO PENELITIAN



Gambar 1. Peneliti di depan Puskopsyah Alkamil dan Kantor Layanan Assa'adah Sejahtera Gondanglegi Malang



Gambar 1. Peneliti sedang penelitian di Puskopsyah Alkamil Jawa Timur

**BUKTI KONSULTASI/PEMBIMBINGAN
PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH**

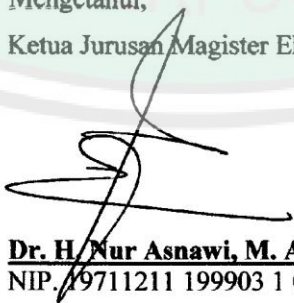
Nama : Supian Sauri
NIM : 14800002
Dosen Pembimbing : 1) Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si
2) Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, S.E., M.Si
Judul Tesis : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap
Kualitas dan Kepercayaan Anggota di Pusat
Koperasi Syariah Alkamil Jawa Timur

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan
1	31 Maret 2016	BAB I, II, Dan III	1. 
2	24 Mei 2016	BAB I, II, Dan III	2. 
3	25 Mei 2016	Proposal Disetujui	3. 
4	10 Juni 2016	Seminar Proposal Tesis	4. 
5	13 Juni 2016	Bimbingan Revisi Proposal	5. 
6	20 Juni 2016	Revisi Proposal Disetujui	6. 
7	2 Nopember 2016	BAB I s.d VI	7. 
8	15 Nopember 2016	BAB I s.d VI	8. 
9	22 Nopember 2016	Tesis Disetujui	9. 

Batu, 22 Nopember 2016

Mengetahui,

Ketua Jurusan Magister Ekonomi Syariah


Dr. H. Nur Asnawi, M. Ag
NIP. 19711211 199903 1 003