

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Obyek Penelitian

a. Sejarah Berdirinya KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara

Berdirinya KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara dipelopori dan dirintis oleh alumni pelatihan MHMMD. Pelatihan MHMMD merupakan suatu pelatihan untuk memotivasi diri dalam mengelola hidup dan merencanakan masa depan yang diselenggarakan oleh PP. LPNU yang bekerjasama dengan ICMI Pusat dan bertempat di Hotel Merdeka Pati. Pesertanya terdiri dari perwakilan badan otonom NU dan pesantren sekarisidenan Pati dan Demak. Ketua panitia pada pelatihan tersebut yaitu Abdul Ghofar Rozin anak dari KH. Muhammad Ahmad Sahal Mahfudz dari Kajen, Pati, Jawa Tengah.¹

Alumni pelatihan yang awalnya terdiri 5 orang, yang ikut dalam tahap awal pendirian hingga tahap akhir pendirian hanya 4 orang, tetapi yang ikut melakukan pendampingan secara intens hanya 2 orang. Akhirnya 2 orang tersebut mempunyai peran menjadi pencetus dan pendiri dari KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara. Pihak yang terlibat tersebut yaitu Drs. Mustaqim Umar, M.M. berkedudukan sebagai ketua sedangkan yang menjadi manajer sesudah adanya perekrutan anggota pendiri yaitu M. Jauharuddin, S.Sos.I.²

Selanjutnya untuk mendapatkan badan hukum maka mengajukan Akta pendirian ke notaris pada hari Rabu tanggal 10 Oktober 2007 dan mendapatkan Badan Hukum dari Dinas Koperasi pada tanggal 25 Oktober 2007 yang selanjutnya diperingati sebagai hari lahir KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara dan mulai beroperasi tepatnya di tanggal 12 Oktober 2007.³

Sebagai lembaga keuangan syariah bernama Baitul Maal Wat Tamwil yang berbadan Hukum Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah, maka karakteristik gerakan

¹ Dokumentasi KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

² Dokumentasi KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

³ Dokumentasi KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

dakwah melekat dalam setiap muamalah. Gerakan sosial di jalankan melalui Baitul Maal El Mazis yaitu rumah pengumpul zakat infaq dan shodaqoh yang dikelola dari pengurus karyawan dan anggota untuk disalurkan kepada yang berhak menerimanya.⁴

b. Visi, Misi, dan Tujuan KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara

Suatu perusahaan pastinya memiliki visi, misi, dan tujuan agar perusahaan dapat terarah dalam melakukan kegiatannya. Adapun visi dari lembaga ini adalah menjadi mitra terpercaya dan terdepan dalam menjalankan muamalah yang mengarah pada ummat supaya mengalami kesejahteraan berlandaskan prinsip syariah. Sedangkan misi yang dimiliki, adalah :

1. Memberikan jasa pelayanan dalam hal memperkuat modal dan pembiayaan untuk keperluan anggota ataupun calon anggota sesuai aturan syariah.
2. Memberikan jasa dalam merencanakan keuangan yang dimiliki oleh anggota ataupun calon anggota dengan produk yang ada sesuai aturan syariah.
3. Melakukan pergerakan dakwah dan keagamaan dengan cara berkegiatan sesuai dengan perekonomian syariah.
4. Ikut berperan aktif dalam melakukan pembangunan masyarakat sehingga menciptakan masyarakat yang produktif.
5. Ikut berperan aktif dalam memberikan kesejahteraan dan peningkatan terhadap masyarakat.⁵

Adapun tujuan yang dimiliki yaitu melakukan peningkatan kesejahteraan terhadap anggota dan masyarakat, berkontribusi dalam sektor perekonomian khususnya untuk pengusaha kecil mikro dan membuka lapangan pekerjaan serta mengembangkan kemampuan yang dimiliki sumber daya manusia serta melakukan peningkatan mengenai semangat gotong royong yang dilakukan bersama.⁶

⁴ Dokumentasi KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

⁵ Dokumentasi KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

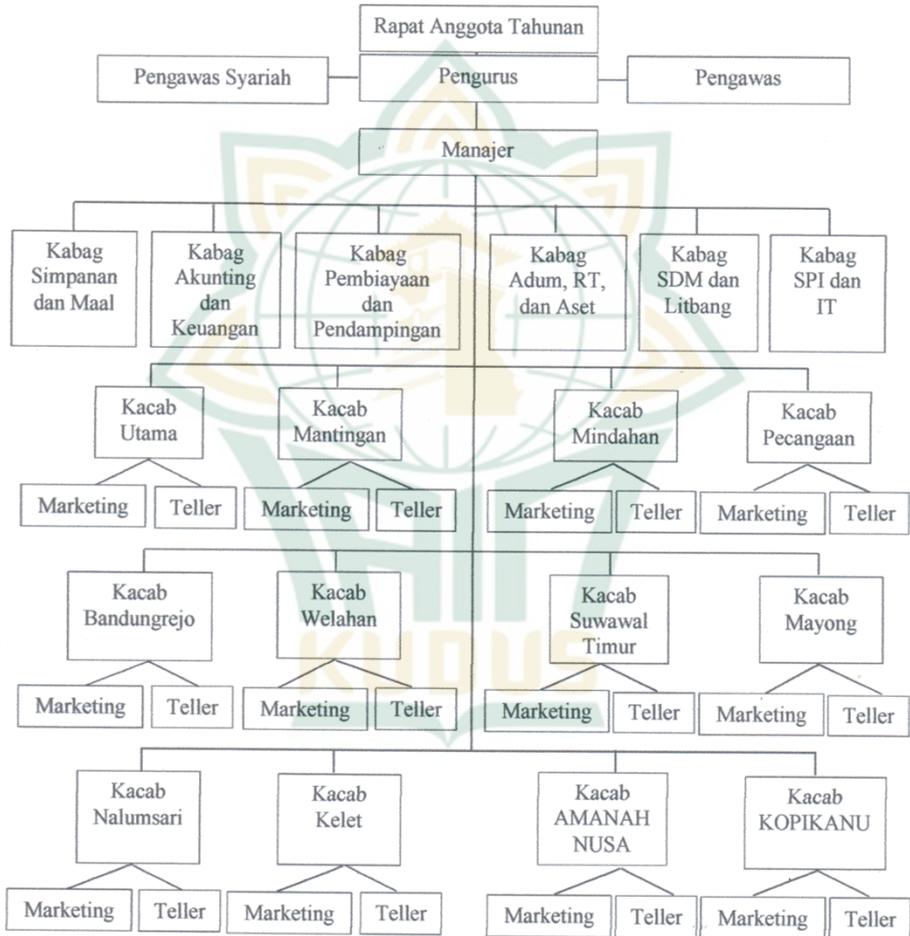
⁶ Dokumentasi KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

c. Struktur Organisasi KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara

Berikut merupakan struktur organisasi KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara masa bakti 2017-2022, yaitu:⁷

Gambar 4.1

**Struktur Organisasi
KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara
Masa Bakti Tahun 2017 – 2022**



⁷ Dokumentasi KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

d. Ruang Lingkup Produk atau Jasa KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara

Terdapat dua macam produk maupun jasa, yaitu produk yang digunakan untuk simpanan dan pembiayaan. Berikut *product* simpanan maupun pinjaman, meliputi berikut :

1. *Product* Simpanan

a) Si Sela (Simpanan Sejahtera Lancar)

Diperuntukkan kepada anggota yang bertujuan mempermudah anggota dalam hal mengelola dana untuk usaha ataupun lain sebagainya yang mana tidak memiliki keterkaitan dengan waktu penyetoran ataupun penarikannya.

b) Si Sekolah (Simpanan Sejahtera Sekolah)

Dikhususkan kepada instansi yang menaungi di bidang edukasi supaya mengelola dana tabungan siswa dan memotivasi serta memberikan pengetahuan pengelolaan keuangan kepada siswa.

c) Si Radik (Simpanan Sejahtera Pendidikan)

Dikhususkan kepada para orang tua dalam hal menjamin tarif pendidikan anak di masa depan. Hal ini bertujuan untuk masa depan yang cerah untuk anak. Biasanya setoran yang dilakukan secara rutin setiap bulannya.

d) Si Radik Plus (Simpanan Sejahtera Pendidikan Plus)

Dikhususkan kepada orang tua dalam hal menjamin tarif pendidikan anak. Simpanan ini biasanya di awal waktu anggota melakukan investasi secara sekali.

e) Si Harya (Simpanan Hari Raya Sejahtera)

Diperuntukkan untuk individu, kelompok, ataupun perusahaan dalam menyiapkan segala kebutuhan di hari raya atau bagi perusahaan bisa berupa tunjangan hari raya.⁸

f) Si Sena (Simpanan Sejahtera Rencana)

Dikhususkan untuk individu ataupun suatu organisasi yang mempunyai rencana untuk mendirikan bangunan rumah, melakukan pernikahan, pembelian transportasi, haji atau perjalanan umroh.

⁸ Dokumentasi KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

Biasanya pembayaran dilakukan dengan cara berangsur.

g) Si Sena Plus (Simpanan Sejahtera Rencana Plus)

Dikhususkan kepada setiap individu ataupun organisasi dimana berencana untuk mendirikan bangunan rumah, melakukan pernikahan, pembelian transportasi, perjalanan haji ataupun umroh. Biasanya dilakukan dengan menyetor pada saat melakukan perjanjian kontrak.

h) Si Raka (Simpanan Sejahtera Berjangka)

Diperuntukkan agar memperoleh hasil dari investasi yang menarik pada waktu yang singkat serta setoran dilakukan pada awal-awal kontrak.

i) Si Raka Plus (Simpanan Sejahtera Berjangka Plus)

Diperuntukkan agar memperoleh hasil dari investasi yang menarik pada waktu yang lama dan setoran dilakukan di awal kontrak.⁹

2. Produk Pembiayaan

a) Pembiayaan Modal Usaha (Mudharabah/Musarakah)

Mudharabah merupakan produk pembiayaan dimana terjadi perjanjian kerjasama diantara BMT sebagai pemilik harta serta anggota sebagai pengelola harta untuk dibisniskan. Sedangkan *Musarakah* yaitu produk pembiayaan dimana terjadi kerjasama antara BMT dan pengelola usaha yang mana kedua belah pihak saling berkontribusi memberikan dana sesuai dengan kesepakatan di awal.

b) Pembiayaan Multi Jasa (Qardh Bisiyarti Rahni)

Qardh yaitu produk pembiayaan yang diperuntukkan kepada pihak yang mengelola usaha dengan catatan bahwa orang tersebut wajib melunasi dan sesuai dengan jangka waktu tertentu.¹⁰

e. **Gambaran Umum Responden**

Data yang diambil dari responden yang digunakan dalam penelitian yaitu anggota yang berkunjung di KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara jumlahnya 100 responden. Karakteristik respondennya sebagai berikut:

⁹ Dokumentasi KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

¹⁰ Dokumentasi KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

1. Jenis Kelamin Responden

Sebuah data serta persentase berupa jenis kelamin yang dimiliki responden pada KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara, yaitu:

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	48	48,0%
2	Perempuan	52	52,0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25, tanggal 23 Juli 2022

Pada data di atas, terlihat bahwasanya responden yang jenis kelaminnya laki-laki terdapat 48 orang (48,0%), responden yang jenis kelaminnya perempuan terdapat 52 orang (52,0%). Sehingga bisa disimpulkan bahwa jenis kelamin responden yang dominan yaitu perempuan.

2. Usia Responden

Sebuah data dan persentase berupa usia yang dimiliki responden pada KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara, yaitu

Tabel 4.2

Usia Responden

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1	< 20 Tahun	5	5,0%
2	20 – 30 Tahun	44	43,6%
3	31 – 40 Tahun	21	20,8%
4	41-50 Tahun	16	15,8%
5	> 50 Tahun	14	13,9%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25, tanggal 23 Juli 2022

Pada data tersebut terlihat bahwasanya responden yang memiliki usia di bawah 20 tahun terdapat 5 orang (5,0%), yang usianya antara 20 - 30 tahun terdapat 44 orang (43,6%), yang usianya 31– 40 tahun terdapat 21 orang (20,8%), yang berusia 41 – 50 tahun terdapat 16 orang (15,8%) dan yang berusia lebih dari 50 tahun terdapat 14 orang (13,9%). Sehingga bisa disimpulkan

bahwa usia responden paling banyak yaitu antara 20 – 30 tahun.

3. Pendidikan Terakhir Responden

Sebuah data dan persentase berupa pendidikan terakhir yang dimiliki responden di KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara, yaitu:

Tabel 4.3
Pendidikan Terakhir Responden

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	SD	19	18,8%
2	SMP	24	23,8%
3	SMA	40	39,6%
4	Diploma	2	2,0%
5	Sarjana	15	14,9%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25, tanggal 23 Juli 2022

Pada data di atas dapat dilihat bahwasanya yang pendidikan terakhirnya SD terdapat 19 orang (18,8%), SMP terdapat 24 orang (23,8%), SMA terdapat 40 orang (39,6%), Diploma terdapat 2 orang (2,0%), Sarjana terdapat 15 orang (14,9%). Sehingga bisa disimpulkan pendidikan terakhir yang paling banyak yaitu SMA.

4. Pekerjaan

Sebuah data dan persentase berupa pekerjaan yang dimiliki oleh responden pada KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara, yaitu:

Tabel 4.4 Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	PNS	5	5,0%
2	Pegawai Swasta	22	21,8%
3	Wiraswasta	25	24,8%
4	IRT	16	15,8%
5	Pelajar	15	14,9%
6	Lainnya	17	16,8%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25, tanggal 23 Juli 2022

Pada data di atas dilihat bahwa yang memiliki pekerjaan PNS terdapat 5 orang (5,0%), yang mempunyai pekerjaan pegawai swasta terdapat 22 orang (21,8%), yang memiliki pekerjaan wiraswasta terdapat 25 orang (24,8%), terdapat pula ibu rumah tangga sebanyak 16 orang (15,8) ada yang masih pelajar sebanyak 15 orang (14,9%) dan selain pekerjaan diatas masih ada yang lainnya dengan total 17 orang (16,8%). Sehingga bisa disimpulkan bahwa pekerjaan paling banyak yaitu wiraswasta.

2. Analisis Data

a. Variabel *Word Of Mouth* (X_1)

Jawaban responden mengenai pernyataan *word of mouth* tertera pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Hasil Jawaban Responden

Item	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
X1.1	38	37,6%	45	44,6%	16	15,8%	0	0,0%	0	0,0%
X1.2	35	34,7%	47	46,5%	18	17,8%	0	0,0%	0	0,0%
X1.3	52	51,5%	29	28,7%	18	17,8%	1	1,0%	0	0,0%
X1.4	49	48,5%	35	34,7%	15	14,9%	1	1,0%	0	0,0%

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25, tanggal 23 Juli 2022

Berdasarkan pada data tersebut, dapat diketahui bahwa:

1. Pertanyaan X1.1 yang menjawab sangat setuju 38 responden, setuju 45 responden, netral 16 responden, tidak setuju 0 responden dan sangat tidak setuju 0 responden.
2. Pertanyaan X1.2 yang menjawab sangat setuju 35 responden, setuju 47 responden, netral 18 responden, tidak setuju 0 responden dan sangat tidak setuju 0 responden.
3. Pertanyaan X1.3 yang memberi jawaban sangat setuju 52 responden, setuju 29 responden, netral 18 responden, tidak setuju 1 responden dan sangat tidak setuju 0 responden.

4. Pertanyaan X1.4 yang memberi jawaban sangat setuju 49 responden, setuju 35 responden, netral 15 responden, tidak setuju 1 responden dan sangat tidak setuju 0 responden.

b. Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)

Jawaban responden mengenai pernyataan kualitas pelayanan tertera pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Hasil Jawaban Responden

Item	Tot al SS	%	Tot al S	%	Tot al N	%	Tot al TS	%	Tota l STS	%
X2.1	57	56,4%	37	36,6 %	6	5,9 %	0	0,0 %	0	0,0 %
X2.2	58	57,4%	36	35,6 %	6	5,9 %	0	0,0 %	0	0,0 %
X2.3	54	53,5%	36	35,6 %	8	7,9 %	2	2,0 %	0	0,0 %
X2.4	50	49,5%	43	42,6 %	7	6,9 %	0	0,0 %	0	0,0 %
X2.5	62	61,4%	30	29,7 %	8	7,9 %	0	0,0 %	0	0,0 %
X2.6	58	57,4%	35	34,7 %	6	5,9 %	1	1,0 %	0	0,0 %
X2.7	65	64,4%	35	34,7 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %
X2.8	49	48,5%	41	40,6 %	10	9,9 %	0	0,0 %	0	0,0 %

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25, tanggal 23 Juli 2022

Berdasarkan pada data tersebut, dapat diketahui bahwa:

1. Pertanyaan X2.1 yang memberi jawaban sangat setuju 57 orang, setuju 37 orang, netral 6 orang, tidak setuju 0 responden dan sangat tidak setuju 0 responden.
2. Pertanyaan X2.2 yang memberi jawaban sangat setuju 58 responden, setuju 36 responden, netral 6 responden, tidak setuju 0 responden dan sangat tidak setuju 0 responden.
3. Pertanyaan X2.3 yang memberi jawaban sangat setuju 54 responden, setuju 36 responden, netral 8 responden, tidak setuju 2 responden dan sangat tidak setuju 0 responden.

4. Pertanyaan X2.4 yang memberi jawaban sangat setuju 50 responden, setuju 43 responden, netral 7 responden, tidak setuju 0 responden dan sangat tidak setuju 0 responden.
5. Pertanyaan X2.5 yang memberi jawaban ssangat setuju 62 responden, setuju 30 responden, netral 8 responden, tidak setuju 0 responden dan sangat tidak setuju 0 responden.
6. Pertanyaan X2.6 yang memberi jawaban sangat setuju 58 responden, setuju 35 responden, netral 6 responden, tidak setuju 1 responden dan sangat tidak setuju 0 responden.
7. Pertanyaan X2.7 yang memberi jawaban sangat setuju 65 responden, setuju 35 responden, netral 0 responden, tidak setuju 0 responden serta sangat tidak setuju 0 responden.
8. Pertanyaan X2.8 yang memberi jawaban sangat setuju 49 responden, setuju 41 responden, netral 10 responden, tidak setuju 0 responden dan sangat tidak setuju 0 responden.

c. Keputusan Anggota (Y)

Jawaban responden mengenai pernyataan keputusan anggota tertera pada tabel yang ada berikut:

Tabel 4.7
Hasil Jawaban Responden

Item	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
Y.1	36	35,6%	50	49,5%	12	11,9%	1	1,0%	1	1,0%
Y.2	48	47,5%	37	36,6%	14	13,9%	1	1,0%	0	0,0%
Y.3	46	45,5%	44	43,6%	10	9,9%	0	0,0%	0	0,0%
Y.4	45	44,6%	42	41,6%	13	12,9%	0	0,0%	0	0,0%
Y.5	54	53,5%	43	42,6%	3	3,0%	0	0,0%	0	0,0%

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25, tanggal 23 Juli 2022
Berdasarkan pada data tersebut, dapat diketahui bahwa:

1. Pertanyaan Y.1 yang memberi jawaban sangat setuju 36 orang, setuju 50 orang, netral 12 orang, tidak setuju 1 responden serta sangat tidak setuju 1 responden.

2. Pertanyaan Y.2 yang memberi jawaban sangat setuju 48 responden, setuju 37 responden, netral 14 responden, tidak setuju 1 responden dan sangat tidak setuju 0 responden.
3. Pertanyaan Y.3 yang memberi jawaban sangat setuju 46 responden, setuju 44 responden, netral 10 responden, tidak setuju 0 responden dan sangat tidak setuju 0 responden.
4. Pertanyaan Y.4 yang memberi jawaban sangat setuju 45 responden, setuju 42 responden, netral 13 responden, tidak setuju 0 responden serta sangat tdiak ssetuju 0 responden.
5. Pertanyaan Y.5 yang memberi jawaban sangat setuju 54 responden, setuju 43 responden, netral 3 responden, tidak setuju 0 responden dan sangat tidak setuju 0 responden.

3. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas berguna untuk pengukuran keabsahan ataupun tidaknya pada kuesioner seorang peneliti. Untuk menentukan layak maupun tidak pada suatu pertanyaan dalam kuesioner, umumnya perlu diadakan pengujian signifikan koefisien kolerasi dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05.¹¹

Pengujian validitas menggunakan metode memperbandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} dengan rumus $df = n - 2$. Dimana n merupakan keseluruhan sampel yang terdiri dari 100 responden. Jadi, df yaitu $100 - 2$ atau $df = 98$, menggunakan $alpha$ senilai 0,05. Sehingga mendapatkan hasil dari $r_{tabel} = 0,197$. Pada uji validitas syaratnya, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ serta menghasilkan nilai positif maka bisa dinyatakan bahwa data tersebut valid, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka bisa dinyatakan bahwa data tersebut tidak valid.¹² Berikut hasil pengujian validitas dapat dilihat dibawah ini:

¹¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 52.

¹² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 53

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	Corrected Item- Total Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
Word Of Mouth (X1)	X1.1	0,849	0,197	Valid
	X1.2	0,795	0,197	Valid
	X1.3	0,836	0,197	Valid
	X1.4	0,873	0,197	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,769	0,197	Valid
	X2.2	0,778	0,197	Valid
	X2.3	0,880	0,197	Valid
	X2.4	0,777	0,197	Valid
	X2.5	0,871	0,197	Valid
	X2.6	0,652	0,197	Valid
	X2.7	0,761	0,197	Valid
	X2.8	0,828	0,197	Valid
Keputusan (Y)	Y1	0,669	0,197	Valid
	Y2	0,712	0,197	Valid
	Y3	0,687	0,197	Valid
	Y4	0,682	0,197	Valid
	Y5	0,618	0,197	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25, tanggal 23 Juli 2022

Berdasarkan pada data tersebut, dapat diketahui bahwa:

1. *Word Of Mouth*

Variabel *word of mouth* (X_1) setelah dilakukan pengujian menggunakan SPSS 25 mendapatkan hasil dimana empat item itu, seluruhnya valid yang dapat dilihat dari besaran $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} dimana semua nilainya lebih besar dari 0,197 dan menghasilkan nilai positif.

2. Kualitas Pelayanan

Variabel kualitas pelayanan (X_2) setelah dilakukan pengujian menggunakan SPSS 25 mendapatkan hasil dimana delapan item itu, seluruhnya valid yang mana dapat dilihat dari besaran $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} dimana semua nilainya lebih besar dari 0,197 dan menghasilkan nilai positif.

3. Keputusan

Variabel keputusan anggota (Y) setelah dilakukan pengujian menggunakan SPSS 25 mendapatkan hasil

dimana lima item itu, seluruhnya valid yang dapat dilihat dari besaran $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana semua nilainya lebih besar dari 0,197 dan menghasilkan nilai positif.

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauhmana hasil yang diperoleh dari pengukuran dapat tetap, jika pengukurannya dilaksanakan sebanyak dua atau lebih pada suatu masalah dan penggunaan alat yang sama.¹³ Pada program SPSS, pengujian ini menggunakan metode *cronbach alpha*, yang mana suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach alpha* > 0,60 namun sebaliknya jika *cronbach alpha* < 0,60 disebut tidak reliabel.¹⁴ Berikut hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	N of Items	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Word Of Mouth (X1)	4	0,859	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	8	0,913	Reliabel
Keputusan (Y)	5	0,697	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25, tanggal 23 Juli 2022

Berdasarkan pada data tersebut, dapat diketahui bahwa:

1. *Word Of Mouth*
 Pada variabel *word of mouth* terdapat 4 pertanyaan, yang mana menghasilkan nilai reliabilitasnya yaitu 0,859 > 0,60, maka dari itu pernyataan disebut reliabel.
2. Kualitas Pelayanan
 Variabel kualitas pelayanan terdapat 8 pertanyaan, yang mana hasil dari uji reliabilitasnya yaitu 0,913 > 0,60 maka dari itu pernyataan disebut reliabel.
3. Keputusan
 Variabel keputusan terdapat 5 pertanyaan, yang mana hasil uji reliabilitasnya yaitu 0,697 > 0,60 maka dari itu pernyataan disebut reliabel.

¹³ Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 173.

¹⁴ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 90.

c. Hasil Uji Asumsi Klasik

Berikut merupakan hasil uji asumsi klasik pada penelitian ini, yaitu:

Tabel 4.10
Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Hasil	Keterangan
Multikolinieritas	Tolerance _{X1} = 0,811 VIF _{X1} = 1,233 Tolerance _{X2} = 0,811 VIF _{X2} = 1,233	Tidak terjadi multikolinieritas
Heteroskedastisitas	Data titik tersebar dengan acak serta tak berpola. Selain itu, titik-titik menyebar di atas dan di bawah pada sekitar angka 0. Jadi titik data tidak berkumpul di atas dan di bawah saja tetapi tersebar.	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25, tanggal 23 Juli 2022

Berlandaskan tabel tersebut dapat diketahui bahwa uji asumsi klasik menghasilkan penjelasan sebagai berikut:

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinier memiliki tujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi terdapat adanya korelasi anatr variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas yaitu dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa penelitian disebut baik pada uji multikolinieritas, apabila hasil dari kolom *tolerance* bernilai $\geq 0,10$ dan VIF bernilai ≤ 10 .¹⁵

Pada penelitian ini, hasil dari uji multikolinieritas pada setiap variabel nilai *tolerance* yaitu $0,811 > 0,10$ dan nilai VIF $1,233 < 10$. Oleh karena itu, data diatas dapat diterangkan bahwasanya tidak terdapat multikolinieritas.

¹⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), 105.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan perbedaan dari *variance* residual pada suatu penelitian ke penelitian yang lain. Untuk mendeteksi heteroskedastisitas, maka caranya dengan melihat grafik dari *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED untuk mengetahui terdapat atau tidak terdapatnya suatu bentuk tertentu. Apabila terbentuk pola tertentu, dengan indikasi titik-titik tersusun terarah seperti berbentuk gelombang, mengalami pelebaran lalu mengalami penyempitan, maka diindikasikan terdapat heteroskedastisitas. Tetapi, jika tak ada bentuk yang terlihat jelas, titik-titik tersebar pada posisi atas serta pada posisi bawah nilai 0 di sumbu Y, sehingga artinya tak terdapat heteroskedastisitas.¹⁶

Pada penelitian ini, hasil uji heteroskedastisitas dijelaskan bahwa terdapat titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak berpola. Selain itu, titik-titik menyebar di atas dan di bawah pada sekitar angka 0. Jadi titik data tidak berkumpul di atas dan di bawah saja tetapi tersebar. Jadi, bisa diambil kesimpulan bahwasanya data tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang diambil pada penelitian ini, yakni analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji F dan uji t. Berikut hasil uji hipotesis pada penelitian ini, yaitu:

Tabel 4.11
Hasil Uji Hipotesis

Uji Hipotesis	Hasil	Keterangan
Analisis Regresi Linier Berganda Persamaannya: $Y = a + bx_1 + bx_2 + e$	$a = 5,720$ $b_{x1} = 0,349$ $b_{x2} = 0,279$	Pengaruh X_1 lebih besar daripada X_2 terhadap keputusan anggota.
Koefisien Determinasi (R^2)	$R = 0,729$ $R^2 = 0,531$ Adjusted $R^2 = 0,522$	Variabilitas dari variabel keputusan mampu diterangkan oleh variabel <i>word of mouth</i> dan kualitas pelayanan sebesar

¹⁶ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 139.

		0,522 atau 52,2%. Sisanya yaitu sebesar 47,8% mampu diterangkan oleh faktor lain.
Uji F	$F_{hitung} = 54,977$ $F_{tabel} = 3,089$ $\alpha = 0,000$	<i>Word of mouth</i> dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota.
Uji t	$t_{X_1} = 4,913 (0,000)$ $t_{X_2} = 6,205 (0,000)$ $t_{tabel} = 1,985$	X_1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota. X_2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota.

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25, tanggal 23 Juli 2022

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwasanya hasil uji hipotesis dalam penelitian ini, dapat dijelaskan bahwa:

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui tentang variabel independen mana yang signifikan saat memberikan pengaruh terhadap variabel dependen, baik dilakukan secara parsial maupun simultan.¹⁷ Persamaan yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + e$$

$$Y = 5,720 + 0,349 + 0,279 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Keputusan Anggota)

X_1 = Variabel independen (*Word Of Mouth*)

X_2 = Variabel independen (Kualitas Pelayanan)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi (peningkatan atau penurunan)

e = *Standart error*

¹⁷ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, 2nd ed. (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2009), 126.

Pada penelitian ini, mendapatkan hasil bahwa X_1 yaitu *word of mouth* berpengaruh lebih besar daripada X_2 yaitu kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi anggota.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui tentang sejauhmana kemampuan model menjelaskan variabel terikat. Nilai R^2 yang kecil artinya kemampuan variabel bebas dalam mendeskripsikan variasi variabel terikat sangat dibatasi. Nilai yang mendekati satu artinya variabel independen yang memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memperkirakan variasi variabel terikat. Dalam kenyataannya nilai adjusted R^2 bisa bernilai negatif, walaupun yang diinginkan seharusnya nilai positif. Bila pada uji ini terdapat nilai adjusted R^2 negatif, maka nilai adjusted R diasumsikan bernilai nol.¹⁸

Berdasarkan data diatas, hasil koefisien determinasi dapat diketahui dengan melihat nilai adjusted R^2 yakni sebesar 0,522 yang artinya variabilitas dari variabel keputusan anggota mampu diterangkan oleh variabel *word of mouth* dan kualitas pelayanan sebesar $0,522 \times 100\% = 52,2\%$. Sisanya yaitu sebesar 47,8% mampu diterangkan oleh faktor lain.

3. Uji Koefisiensi Regresi Secara Simultan (Uji Statistik F)

Uji F bertujuan untuk melakukan pengujian mengenai variabel independen (X) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Y). Tingkat signifikansinya (α) = 5% dan rumus dari df ($n - k - 1$). Dengan syarat, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh secara simultan, namun jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh secara simultan.¹⁹

Pada penelitian ini, hasil dari uji F pada tingkat signifikan 5%, dengan rumus $df = n - k - 1$ atau $100 - 2 - 1 = 97$, (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas), didapatkan F_{tabel} senilai 3,089. F_{hitung}

¹⁸ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 97.

¹⁹ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 67.

senilai 54,977, dan tingkat signifikansinya 0,000, berarti bisa disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($54,977 > 3,089$) dengan tingkatan signifikansinya $0,000 < 0,05$.

Jadi, H_3 yang berisi “*word of mouth* dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan diterima”.

4. Uji Koefisiensi Regresi Secara Parsial (Uji Statistik t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan pada variabel dependen (Y). Besar tingkatan signifikansinya yang digunakan yaitu $\alpha = 5\%$ dan rumus $df = (n - k - 1)$. Untuk mengetahui signifikan atau tidak, maka ketentuannya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai $\alpha \geq 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $\alpha < 0,05$ maka terdapat pengaruh.²⁰

Pada penelitian ini, taraf signifikansinya yaitu 0,05 dan rumusnya $df = n - k - 1$. Nilai t_{tabel} diperoleh dari tabel statistik yang tingkat signifikansinya 0,05, berarti $df = 100 - 2 - 1 = 97$, t_{tabel} senilai 1,985. Berdasarkan tabel uji hipotesis, semua variabel penelitian memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga secara parsial *word of mouth* dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan.

Jadi, H_1 yang berisi “*word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota diterima”. Kemudian H_2 yang berisi “kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota diterima”.

B. Pembahasan

1. Pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Anggota

Word Of Mouth yaitu komunikasi yang bersumber dari mulut ke mulut mengenai pandangan maupun penilaian terhadap suatu produk maupun jasa, baik secara individu ataupun kelompok dengan tujuan untuk memberi informasi secara personal.²¹ Jika tidak ada *word of mouth* maka anggota tidak mengetahui dan mengenal produk apa saja yang ada di KSPPS

²⁰ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 68.

²¹ Kiki Joesyiana, “Pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau),” *Jurnal Valuta* 4, no. 1 (2018) : 73.

BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara. Jadi dapat disimpulkan bahwa *word of mouth* merupakan strategi yang efektif dalam mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan produk maupun jasa tertentu.

Word of mouth yang ada pada KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara berasal dari marketing maupun seseorang yang sudah bergabung menjadi anggota dari lembaga keuangan ini. *Word of mouth* diberikan dengan cara merekomendasikan seseorang mengenai berbagai keunggulan produk, bagi hasil maupun kualitas pelayanan yang diberikan. Dengan diberikannya rekomendasi tersebut, maka masyarakat diharapkan dapat bergabung menjadi mitra dari KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.²²

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan alat pengukuran SPSS pada teknik analisis data dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Selain itu, juga menguji asumsi klasik dengan cara uji multikolinieritas dan heteroskedastisitas serta pengujian hipotesis dengan analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji koefisien regresi secara simultan kemudian uji koefisien regresi secara parsial.

Jika dilihat dari uji validitas mendapatkan hasil bahwasanya dari variabel *word of mouth* (WOM) memiliki 4 pernyataan. Ketentuan pada uji ini yaitu r hitung lebih besar dari r tabel dimana semua nilai dari keempat item pernyataan bernilai lebih besar dari r tabel (0,197). serta menghasilkan nilai positif yang artinya pernyataan mengenai variabel *word of mouth* dalam kuesioner dapat dikaatakan valid.

Uji reliabilitas dari variabel *word of mouth* menghasilkan nilai *cronbach alpha* sebesar 0,859 lebih besar dari 0,60. Maka dari itu, penelitian ini dikatakan reliabel karena sudah melebihi dari patokan nilai *cronbach alpha* yaitu 0,60.

Hasil uji asumsi klasik dengan pengujian multikolinieritas pada variabel *word of mouth* menghasilkan nilai tolerance sebesar 0,811 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,233 lebih kecil dari 10. Maka dari itu pengujian multikolinieritas mendapatkan kesimpulan bahwa tidak terdapat multikolinieritas.

²² Wawancara dengan Nur Rohmat (Kabag SDM dan Litbang KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara), Tanggal 22 Januari 2022 di Kantor KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

Jika dilihat dari uji asumsi klasik dengan pengujian heteroskedastisitas mendapatkan hasil bahwa terdapat titik-titik data yang tersebar secara acak dan tidak berpola. Tak hanya itu, titik data menyebar di atas dan di bawah pada sekitar angka 0. Jadi dari titik data tersebut dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil penelitian dalam uji statistik yang telah dilakukan, variabel *word of mouth* (X1) berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota (Y). Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil pada uji t dalam hasil output uji t tersebut, variabel *word of mouth* memperoleh nilai t hitung sebesar 4,913 dan t tabel sebesar 1,985 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti t hitung > t tabel ($4,913 > 1,985$) dan nilai signifikansinya ($0,000 < 0,05$), sehingga menunjukkan bahwa hipotesis pertama pada penelitian ini yaitu “adanya dugaan jika terdapat pengaruh positif dan signifikan mengenai *word of mouth* terhadap keputusan anggota” yang artinya H1 diterima. Berlandaskan hal tersebut dapat disimpulkan bahwasanya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *word of mouth* dengan keputusan menjadi anggota pada KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

Sedangkan jika dilihat dari hasil analisis koefisien regresi variabel *word of mouth* terhadap keputusan menjadi anggota memiliki nilai koefisien sebesar 0,349 dan bernilai positif, berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel *word of mouth* sebesar 1%, maka akan meningkatkan keputusan menjadi anggota sebesar 0,349 atau 34,9%. Koefisien regresi memiliki nilai positif berarti *word of mouth* mempunyai hubungan yang positif dengan keputusan menjadi anggota. Semakin menarik perbincangan *word of mouth* maka semakin meningkat pula masyarakat yang memutuskan menjadi anggota di KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara. Dalam hal ini indikator sangat berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota. Berikut penjelasan tentang indikator *word of mouth* yang memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota yaitu :

a. Membicarakan

Strategi *word of mouth* dengan parameter membicarakan dapat terwujud dengan kegiatan getok tular. Adapun yang dibicarakan mengenai suatu produk, kemudahan serta kemanfaatannya. Kegiatan ini akan memudahkan produk tersebut ditawarkan jika yang menawarkan tersebut sudah menjadi anggota.

b. Merekomendasikan

Menurut responden pada penelitian ini yang kebetulan sudah menjadi anggota KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara karena didasarkan pada kebutuhan dan keinginan suatu transaksi yang tidak ada riba di dalamnya. Berlandaskan hasil dari analisis terhadap jawaban responden terlihat pendekatan dengan cara persuasif, penjelasan mengenai keunggulan serta keuntungan dan memberikan kepastian suatu produk yang membuat para calon anggota merekomendasikan untuk bergabung.

c. Mendorong

Menurut responden adanya daya tarik terhadap KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara berhubungan dengan suatu keyakinan mengenai agama yang dianutnya. Selain itu KSPPS BMT Ummat Abadi Jepara menggunakan sistem syariah dalam pengelolaannya. Dengan demikian mereka tertarik untuk menjadi anggota KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syifa Zakia Nurlatifah dan R. Masykur dengan judul “Pengaruh Strategi Pemasaran *Word Of Mouth* dan Produk Pembiayaan Syariah terhadap Minat dan Keputusan menjadi Anggota pada Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Kota Bandar Lampung” membuktikan bahwa dalam indikator variabel *word of mouth* yang lebih menonjol adalah indikator membicarakan sehingga membuat seseorang memutuskan memilih menjadi anggota, hal itu sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dimana indikator *word of mouth* yang lebih unggul yaitu membicarakan. Dengan indikator tersebut, maka suatu parameter membicarakan dapat terwujud dengan kegiatan getok tular dalam hal ini bisa mengenai suatu produk maupun kemudahan serta keuntungan menjadi anggota di KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara. Secara keseluruhan hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syifa Zakia Nurlatifah dan R. Masykur yang menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan anggota.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Anggota

Kualitas pelayanan yaitu kondisi yang berkaitan mengenai produk maupun jasa, manusia, proses serta lingkungan yang memenuhi harapan.²³

Jika tidak ada pelayanan yang berkualitas maka anggota berfikir beberapa kali sebelum memutuskan menjadi anggota. Karena setiap anggota menginginkan untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang memuaskan, baik dari segi pelayanan maupun dari segi sarana prasarana. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang dapat meningkatkan keputusan anggota untuk tetap bertransaksi di KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

Kualitas pelayanan yang disediakan oleh KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara sangat memuaskan. Hal itu dibuktikan dengan pelayanan mulai dari masuk kantor pelayanan, anggota sudah disambut dengan ucapan salam. Pelayanan ini mengedepankan kesopanan dan keramahan. Ketika meninggalkan kantor pelayanan setelah melakukan transaksi, maka pengelola mengucapkan terimakasih. Hal tersebut merupakan suatu bentuk perhatian pengelola kepada anggota.²⁴

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan alat pengukuran SPSS pada teknik analisis data dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Selain itu, juga menguji asumsi klasik dengan cara uji multikolinieritas dan heteroskedastisitas serta pengujian hipotesis dengan analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji koefisien regresi secara simultan kemudian uji koefisien regresi secara parsial.

Jika dilihat dari uji validitas mendapatkan hasil bahwasanya dari variabel kualitas pelayanan memiliki 8 pernyataan. Ketentuan pada uji ini yaitu r hitung lebih besar dari r tabel dimana semua nilai dari kedelapan item pernyataan bernilai lebih besar dari r tabel (0,197). serta menghasilkan nilai

²³ Sirhan Fikri, Wahyu Wiyani, dan Agung Suwandaru, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang)," *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 3, no. 1 (2016): 121

²⁴ Wawancara dengan Nur Rohmat (Kabag SDM dan Litbang KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara), Tanggal 22 Januari 2022 di Kantor KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

positif yang artinya pernyataan mengenai variabel kualitas pelayanan dalam kuesioner dapat dikatakannya valid.

Uji reliabilitas dari variabel kualitas pelayanan menghasilkan nilai *cronbach alpha* sebesar 0,913 lebih besar dari 0,60. Maka dari itu, penelitian ini dikatakan reliabel karena sudah melebihi dari patokan nilai *cronbach alpha* yaitu 0,60.

Hasil uji asumsi klasik dengan pengujian multikolinieritas pada variabel kualitas pelayanan menghasilkan nilai tolerance sebesar 0,811 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,233 lebih kecil dari 10. Maka dari itu variabel kualitas pelayanan dengan pengujian multikolinieritas mendapatkan kesimpulan bahwa tidak terdapat multikolinieritas.

Jika dilihat dari uji asumsi klasik dengan pengujian heteroskedastisitas mendapatkan hasil bahwa terdapat titik-titik data yang tersebar secara acak dan tidak berpola. Jadi dari titik data tersebut dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil penelitian dalam uji statistik yang telah dilakukan, variabel kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota (Y). Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil pada uji t dalam hasil output uji t tersebut, variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai t hitung sebesar 6,205 dan t tabel sebesar 1,985 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti t hitung $>$ t tabel ($6,205 > 1,985$) dan nilai signifikansinya ($0,000 < 0,05$), sehingga menunjukkan bahwa hipotesis kedua pada penelitian ini yaitu “adanya dugaan jika terdapat pengaruh positif dan signifikan mengenai kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota” yang artinya H_2 diterima. Berlandaskan hal tersebut dapat disimpulkan bahwasanya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan keputusan menjadi anggota pada KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

Sedangkan jika dilihat dari hasil analisis koefisien regresi variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi anggota memiliki nilai koefisien sebesar 0,279 dan bernilai positif, berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel kualitas pelayanan sebesar 1%, maka akan meningkatkan keputusan menjadi anggota sebesar 0,279 atau 27,9%. Koefisien regresi memiliki nilai positif berarti kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang positif dengan keputusan menjadi anggota. Pada dasarnya semakin unggul kualitas pelayanan suatu lembaga maka semakin

meningkat pula masyarakat yang memutuskan menjadi anggota di KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara. Dalam hal ini indikator sangat berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota. Berikut penjelasan tentang indikator kualitas pelayanan yang memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota yaitu :

a. Bukti fisik

Bukti fisik ini meliputi pada fasilitas fisik, peralatan serta penampilan staff. Mungkin ini memang terkesan sederhana tetapi kalau tidak diatur dengan sedemikian rupa maka dapat menjadikan asumsi negatif dari anggota.

b. Keandalan

Indikator ini sebagai kemampuan pengelola untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan dengan akurat serta tetap maupun konsisten.

c. Daya tanggap

Maksud dari poin ini yaitu adanya keinginan untuk melakukan pelayanan jasa dengan waktu yang tepat untuk anggota hingga anggota mendapatkan apa yang diharapkan. Hal tersebut jadi sangat penting dikarenakan pada zaman dimana seluruhnya menggunakan kecanggihan sehingga menjadikan tuntutan agar memberikan pelayanan yang lebih cepat dan praktis.

d. Jaminan

Indikator tersebut untuk pengetahuan serta keramahan pengelola dan kemampuan untuk mengembangkan kepercayaan anggota. Pada poin tersebut dapat mempengaruhi persepsi anggota terhadap pengelola.

e. Empati

Indikator tersebut berarti sebagai perhatian yang lebih dari pengelola kepada anggotanya yang bersifat perorangan. Jika hal tersebut dilakukan dengan benar maka dapat meninggalkan kesan yang positif pula.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siti Rohana dengan judul “Pengaruh Iklan, Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Menabung dengan Minat sebagai Variabel Intervening” membuktikan bahwa dalam indikator variabel kualitas pelayanan yang lebih menonjol adalah indikator *assurance* (jaminan) sehingga membuat seseorang memutuskan memilih menjadi anggota, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dimana indikator kualitas pelayanan yang lebih unggul yaitu

keandalan. Dengan indikator tersebut, maka suatu parameter keandalan bisa diwujudkan dengan kemampuan pengelola untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan dengan akurat serta tetap maupun konsisten kepada anggota di KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara. Secara keseluruhan hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Rohana yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan anggota.

