

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Objek Penelitian

a. Sejarah koperasi Syariah IHYA Kudus

Koperasi Syari'ah IHYA merupakan salah satu lembaga keuangan syari'ah berbadan hukum, yang bergerak di bidang ekonomi di bawah naungan Yayasan Arwaniyyah. Koperasi Syar'iah yang beralamat di Jalan Sunan Kudus No. 237 Kudus telp (0291) 444717. Berdirinya Koperasi Syari'ah IHYA berawal dari inisiatif dan keinginan Yayasan Arwaniyyah. Yayasan Arwaniyyah turut perihatin dengan keadaan di mana masih banyak lembaga keuangan syari'ah yang hanya berlabel syari'ah. Ini terlihat masih adanya praktik riba. Masyarakat yang membutuhkan dana kemudian meminjam ke lembaga keuangan harus mengembalikan pinjaman tersebut dengan jumlah yang sangat besar.⁷⁴

Awal mula koperasi didirikan, terdapat perkumpulan orang dari yayasan Arwaniyyah sebanyak kurang lebih 47 orang, terkumpul dana modal sebesar nominal kisaran Rp 97 juta rupiah, ada yang disimpan dalam Bank Mu'amalat sebesar Rp 23 juta rupiah. Kemudian untuk membeli peralatan dan perlengkapan koperasi kurang lebih sebesar Rp 10 juta rupiah, sisa dari dana yang terkumpul digunakan untuk keperluan koperasi yang lain.⁷⁵

Pada waktu itu, bangunan koperasi dapat dikatakan masih sederhana karena bangunan masih baru dan peralatan serta perlengkapan koperasi belum lengkap. Koperasi Syari'ah Ihya Kudus diresmikan oleh Bupati Kudus Drs. H.Mustofa pada tanggal 4 Maret 2010 dan mulai beroperasi pada 5 Maret 2010.

Sejak awal mula koperasi didirikan, koperasi tidak mencari nasabah. Akan tetapi, nasabah sendiri yang

⁷⁴ H. Muslich (Staff Koperasi Syariah IHYA Kudus), wawancara oleh penulis, 19 Januari 2020, wawancara 2, transkrip.

⁷⁵ H. Muslich (Staff Koperasi Syariah IHYA Kudus), wawancara oleh penulis, 19 Januari 2020, wawancara 2, transkrip.

datang ke koperasi untuk melakukan transaksi pembiayaan atau transaksi simpanan. Akan tetapi, banyak terjadi keluh kesah dalam kinerja operasional koperasi dikarenakan pada saat itu koperasi hanya memiliki tiga orang karyawan yang masing-masing merangkap tugas dalam koperasi. Jika terdapat nasabah dalam pembiayaannya kurang lancar, maka dua orang karyawan berkeliling mengunjungi rumah-rumah nasabah untuk meminta penjelasan mengenai pelunasan angsuran pembiayaan yang tidak lancar. Ketika itu pula, satu orang karyawan masih di koperasi untuk berjaga apabila terdapat nasabah yang datang untuk melunasi angsuran. Baik sedikit nasabah atau banyak nasabah yang datang.⁷⁶

b. Visi, Misi dan Tujuan Koperasi Syariah IHYA Kudus

Setiap lembaga pasti memiliki visi dan misi yang dijadikan sebagai acuan dalam mengembangkan lembaganya, begitu juga dengan Koperasi Syariah IHYA Kudus, memiliki visi dan misi dan tujuan sebagai berikut:

Visi : Amanah barokah menuju ridho Allah SWT

Misi : Menerima simpanan amanah dan pinjaman barokah

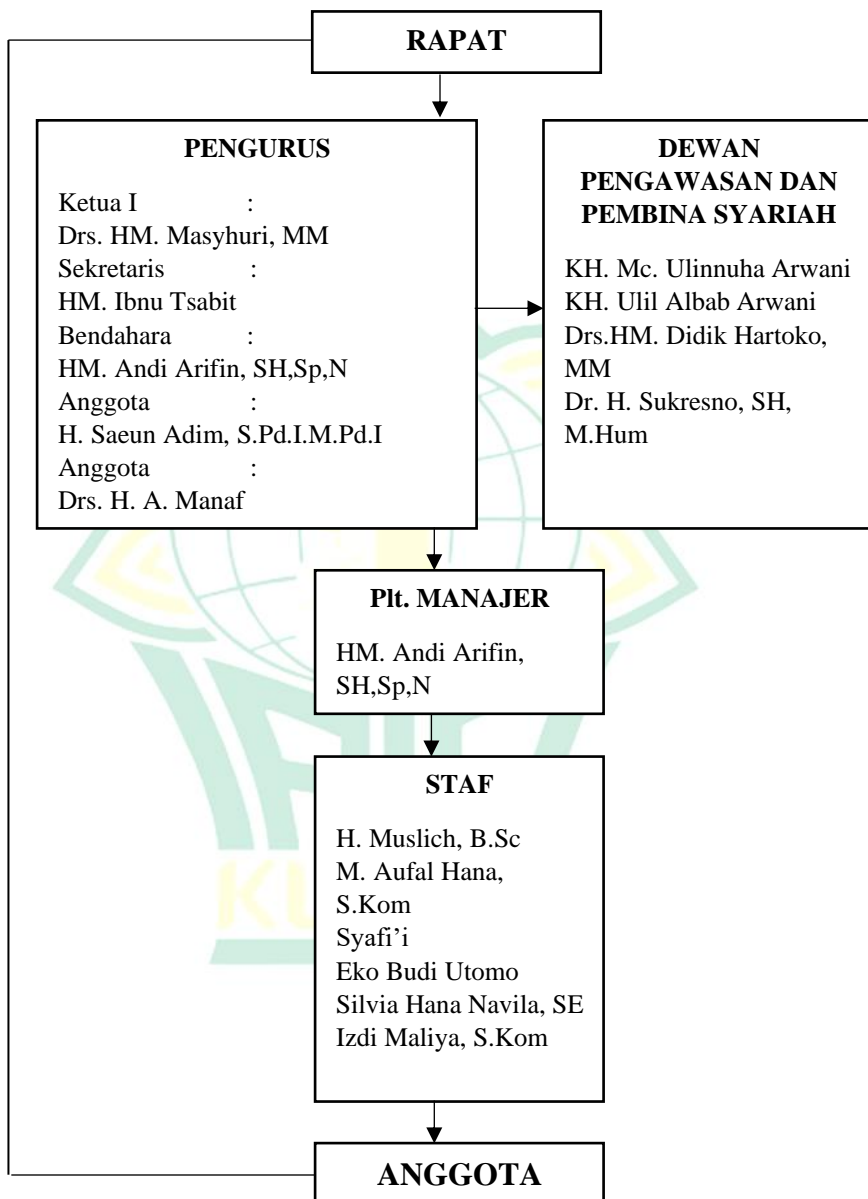
Tujuan : Membangun perekonomian yang amanah dan barokah ridho Allah SWT

c. Struktur organisasi Koperasi Syariah IHYA Kudus

Adapun struktur organisasi Koperasi Syariah IHYA Kudus adalah:

⁷⁶ H. Muslich (Staff Koperasi Syariah IHYA Kudus), wawancara oleh penulis, 19 Januari 2020, wawancara 2, transkrip.

Gambar 4.1 Struktur organisasi Koperasi Syariah IHYA Kudus



2. Gambaran Umum Responden

a. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah Koperasi Syariah IHYA Kudus adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-laki	58	68,24%
2	Perempuan	27	31,76%
	Jumlah	85	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 85 responden nasabah Koperasi Syariah IHYA Kudus jenis kelamin responden adalah laki-laki sebanyak 58 responden atau 68,24%, sedangkan responden perempuan sebanyak 27 responden atau 31,76%.

b. Usia

Adapun data mengenai usia responden nasabah Koperasi Syariah IHYA Kudus adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1	<20	2	2,35%
2	21-30	26	30,58%
3	31-40	31	36,48%
4	41-50	17	20%
5	>50	9	10,59%
	Jumlah	85	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 85 responden nasabah Koperasi Syariah IHYA Kudus, usia responden dibawah 20 tahun yaitu sebanyak 2 responden atau 2,35%, responden yang berusia antara 21-30 tahun yaitu sebanyak 26 responden atau 30,58%, responden yang berusia antara 31-40 tahun yaitu

sebanyak 31 responden atau 36,48%, responden yang berusia antara 41-50 tahun yaitu sebanyak 17 responden atau 20%, responden yang berusia di atas 50 tahun yaitu sebanyak 9 responden atau 10,59%.

c. Pendidikan Terakhir

Dilihat dari sisi pendidikan terakhir nasabah Koperasi Syariah IHYA Kudus sebagai tabel berikut:

Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
1	SD	5	5,88%
2	SMP/SLTP	20	23,53%
3	SMA/SLTA	43	50,58%
4	DIPLOMA	8	9,42%
5	S1	9	10,59%
	Jumlah	85	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 85 responden nasabah Koperasi Syariah IHYA Kudus pendidikan terakhir responden SD sebanyak 5 responden atau 5,88%, pendidikan terakhir responden SMP/SLTP sebanyak 20 responden atau 23,53%, pendidikan terakhir responden SMA/SLTA sebanyak 43 responden atau 50,58%, pendidikan terakhir responden DIPLOMA sebanyak 8 responden atau 9,42%, dan Pendidikan terakhir responden S1 sebanyak 9 responden atau 10,59%.

d. Pekerjaan

Adapun data mengenai pekerjaan nasabah Koperasi Syariah IHYA Kudus adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1	PNS	4	4,70%
2	Pegawai Swasta	20	23,53%
3	Wiraswasta	43	50,58%
4	Pelajar/Mahasiswa	2	2,36%
5	Lain-Lain	16	18,83%
Jumlah		85	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 85 responden nasabah Koperasi Syariah IHYA Kudus pekerjaan responden PNS sebanyak 4 responden atau 4,70%, pekerjaan responden pegawai swasta sebanyak 20 responden atau 23,53%, pekerjaan responden wiraswasta sebanyak 43 responden atau 50,58%, pekerjaan responden pelajar/mahasiswa sebanyak 2 responden atau 2,36%, dan pekerjaan responden lain-lain sebanyak 16 responden atau 18,83%.

e. Lama Pembiayaan

Adapun data mengenai lama pembiayaan nasabah Koperasi Syariah IHYA Kudus adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Pembiayaan

No.	Lama Pembiayaan	Jumlah	Presentase (%)
1	>1 tahun	58	68,24%
2	<1 tahun	27	31,76%
Jumlah		85	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 85 responden nasabah Koperasi Syariah IHYA Kudus lama pembiayaan lebih dari 1 tahun sebanyak 58 responden atau 68,24%, dan responden yang lama pembiayaan kurang dari 1 tahun sebanyak 27 responden atau 31,76%.

3. Deskripsi Angket

Dilihat dari hasil masing-masing jawaban responden tentang Pengaruh kualitas produk, citra perusahaan, dan

pendayagunaan zakat produktif terhadap kepuasan nasabah (studi kasus pada nasabah pembiayaan Koperasi Syariah IHYA Kudus pada tahun 2019) adalah sebagai berikut:

a. Variabel Kualitas Produk (X1)

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian terhadap variabel Kualitas Produk dengan 7 (tujuh) indikator yaitu Kinerja (*Performance*), Fitur (*Features*), Keandalan (*Reliability*), Kesesuaian (*Conformance*), Ketahanan (*Durability*), Kualitas pelayanan (*serviceability*) dan Estetika (*aesthetics*). Hasil penelitian ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1)

Indikator	SKOR						
	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	TOTAL	MEAN
Kinerja (<i>Performance</i>)	8	62	7	8	0	85	3,82
Fitur (<i>Features</i>)	17	34	34	0	0	85	3,80
Keandalan (<i>Reliability</i>)	5	60	18	2	0	85	3,80
Kesesuaian (<i>Conformance</i>)	26	22	36	1	0	85	3,86
Ketahanan (<i>Durability</i>)	6	59	15	5	0	85	3,78
Kualitas Pelayanan (<i>Serviceability</i>)	27	25	33	0	0	85	3,93
Estetika (<i>Aesthetics</i>)	5	58	22	0	0	85	3,80

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

1) Indikator kinerja (*performance*)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa terhadap indikator kinerja (*performance*) responden yang menjawab sangat setuju 8 orang atau 9,41%, yang menjawab setuju 62 orang atau 72,94% yang menjawab netral 7 orang atau 8,23%, yang menjawab tidak setuju 8 orang, atau 9,41% dan

tidak ada seorangpun yang menjawab sangat tidak setuju atau 0%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju/mendukung terhadap indikator kinerja (*performance*) pada variabel kualitas produk.

2) Indikator fitur (*features*)

Indikator fitur (*features*), responden yang menjawab sangat setuju 17 orang atau 20%, yang menjawab setuju 34 orang atau 40%, yang menjawab netral 34 orang atau 40%, dan tidak ada satupun responden yang menjawab tidak setuju atau sangat tidak setuju atau 0%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju/mendukung terhadap indikator fitur (*features*) pada variabel kualitas produk.

3) Indikator Keandalan (*Reliability*)

Indikator keandalan (*reliability*), responden yang menjawab sangat setuju 5 orang atau 5,88%, yang menjawab setuju 60 orang atau 70,59%, yang menjawab netral 18 orang atau 21,18%, yang menjawab tidak setuju 2 orang atau 2,35% dan yang menjawab sangat tidak setuju 0 atau 0%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Produk pembiayaan mudharabah yang ditawarkan dapat memberikan manfaat yang maksimal bagi nasabah. Sehingga dapat disimpulkan responden setuju/mendukung terhadap indikator keandalan (*reliability*) pada variabel kualitas produk.

4) Indikator Kesesuaian (*Conformance*)

Terhadap indikator kesesuaian (*conformance*), responden yang menjawab sangat setuju 26 orang atau 30,59%, yang menjawab setuju 22 orang atau 25,88%, yang menjawab netral 36 orang atau 42,35%, yang menjawab tidak setuju 1 orang atau 1,18% dan yang menjawab sangat tidak setuju 0 orang atau 0%.

Sehingga dapat disimpulkan responden setuju/mendukung terhadap indikator kesesuaian (*conformance*) pada variabel kualitas produk.

5) Indikator Ketahanan (*Durability*)

Sedangkan indikator ketahanan (*durability*), responden yang menjawab sangat setuju 6 orang

atau 7,06%, yang menjawab setuju 59 orang atau 69,41%, yang menjawab netral 15 orang atau 17,65%, yang menjawab tidak setuju 5 orang atau 5,88%, yang menjawab sangat tidak setuju 0 orang atau 0%.

Sehingga dapat disimpulkan responden setuju/mendukung terhadap indikator ketahanan (*durability*) pada variabel kualitas produk.

6) Indikator Kualitas pelayanan (*serviceability*)

Pada indikator kualitas pelayanan (*serviceability*), responden yang menjawab sangat setuju 27 orang atau 31,76%, yang menjawab setuju 25 orang atau 29,41%, yang menjawab netral 33 orang atau 38,82%, yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang atau 0%.

Sehingga dapat disimpulkan responden setuju/mendukung terhadap indikator kualitas pelayanan (*serviceability*) pada variabel kualitas produk.

7) Indikator Estetika (*aesthetics*)

Indikator Estetika (*aesthetics*), responden yang menjawab sangat setuju 5 orang atau 5,88%, yang menjawab setuju 58 orang atau 68,24%, yang menjawab netral 22 orang atau 25,88%, yang menjawab, tidak setuju dan sangat tidak setuju 0 orang atau 0%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Produk yang dihasilkan telah dikemas sesuai dengan kemampuan nasabah. Sehingga dapat disimpulkan responden setuju/mendukung terhadap indikator estetika (*aesthetics*) pada variabel kualitas produk.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa responden setuju/menerima seluruh indikator dalam variabel kualitas produk.

b. Variabel Citra Perusahaan (X2)

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian terhadap variabel Citra Perusahaan dengan 8 (delapan) indikator yaitu kepribadian, reputasi *perusahaan*, kualitas perusahaan, keandalan perusahaan, kepercayaan yang dimiliki perusahaan, kemampuan perusahaan, nilai lebih perusahaan, identitas perusahaan. Hasil penelitian sebagaimana ditunjukkan dalam table berikut:

Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Citra Perusahaan (X2)

Indikator	SKOR						
	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	TOTAL	MEAN
Kepribadian	10	60	11	4	0	85	3,89
Reputasi	18	44	21	2	0	85	3,92
Kualitas	12	59	13	1	0	85	3,96
Keandalan	12	48	24	1	0	85	3,84
Kepercayaan	8	53	20	4	0	85	3,76
Kemampuan Perusahaan	14	44	26	1	0	85	3,84
Nilai Lebih	24	43	14	4	0	85	4,02
Identitas Perusahaan	24	44	13	4	0	85	4,04

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

1) Indikator Kepribadian Perusahaan

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa indikator kepribadian perusahaan, responden yang menjawab sangat setuju 10 orang (11,76%), yang menjawab setuju 60 orang (70,59%), yang menjawab netral 11 orang (12,94%), yang menjawab tidak setuju 4 orang (4,71%), yang menjawab sangat tidak setuju 0 (0%).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa responden setuju/menerima indikator kepribadian perusahaan dalam variabel citra perusahaan.

2) Indikator Reputasi Perusahaan

Terhadap indikator reputasi perusahaan, responden yang menjawab sangat setuju 18 orang (21,18%), yang menjawab setuju 44 orang (51,76%), yang menjawab netral 21 orang (24,71%), yang menjawab tidak setuju 2 orang (2,35%), yang menjawab sangat tidak setuju 0 (0%).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa responden setuju/menerima indikator reputasi perusahaan dalam variabel citra perusahaan.

3) Indikator Kualitas Perusahaan

Indikator kualitas perusahaan, responden yang menjawab sangat setuju 12 orang (14,12%), yang menjawab setuju 59 orang (69,41%), yang menjawab netral 13 orang (15,29%), yang menjawab tidak setuju 1 orang (1,18%), yang menjawab dan sangat tidak setuju 0 (%).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa responden setuju/menerima indikator kualitas perusahaan dalam variabel citra perusahaan.

4) Indikator Keandalan Perusahaan

Indikator keandalan perusahaan, responden yang menjawab sangat setuju 12 orang (14,12%), yang menjawab setuju 48 orang (56,47%), yang menjawab netral 24 orang (28,24%), yang menjawab tidak setuju 1 orang (1,18%) dan yang menjawab sangat tidak setuju 0 (%).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa responden setuju/menerima indikator keandalan perusahaan dalam variabel citra perusahaan.

5) Indikator Kepercayaan yang Dimiliki Perusahaan

Indikator kepercayaan yang dimiliki perusahaan, responden yang menjawab sangat setuju 8 orang (9,41%), yang menjawab setuju 53 orang (62,35%), yang menjawab netral 20 orang (23,53%), yang menjawab tidak setuju 4 orang (4,71%) dan yang menjawab sangat tidak setuju 0 (0%).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa responden setuju/menerima indikator kepercayaan yang dimiliki perusahaan dalam variabel citra perusahaan.

6) Indikator Kemampuan Perusahaan

Indikator kemampuan perusahaan, responden yang menjawab sangat setuju 14 orang (16,47%), yang menjawab setuju 44, orang (51,76%), yang

menjawab netral 26 orang (30,59%), yang menjawab tidak setuju 1 orang (1,18%), yang menjawab sangat tidak setuju 0 (0%).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa responden setuju/menerima indikator kemampuan perusahaan dalam variabel citra perusahaan.

7) Indikator Nilai Lebih Perusahaan

Indikator nilai lebih perusahaan, responden yang menjawab sangat setuju 24 orang (28,24%), yang menjawab setuju 43 orang (50,59%), yang menjawab netral 14 orang (16,47%), yang menjawab tidak setuju 4 orang (4,71%), yang menjawab sangat tidak setuju 0 (0%).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa responden setuju/menerima indikator nilai lebih perusahaan dalam variabel citra perusahaan.

8) Indikator Identitas Perusahaan

Indikator identitas perusahaan, responden yang menjawab sangat setuju 24 orang (28,24%), yang menjawab setuju 44 orang (51,76%), yang menjawab netral 13 orang (15,29%), yang menjawab tidak setuju 4 orang (4,71%), yang menjawab sangat tidak setuju 0 (0%).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa responden setuju/menerima indikator identitas perusahaan dalam variabel citra perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa responden setuju/menerima seluruh indikator dalam variabel citra perusahaan.

c. Variabel Pendayagunaan Zakat Produktif (X3)

Penelitian terhadap variabel Pendayagunaan Zakat Produktif dengan 4 (empat) indikator yaitu sesuai dengan ketentuan agama, digunakan usaha produktif, proses penyaluran zakat produktif dan pembinaan dan pendampingan keterampilan pada *mustahiq*. Hasil penelitian sebagaimana ditunjukkan dalam table berikut:

Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Pendayagunaan Zakat Produktif (X3)

Indikator	SKOR						
	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	TOTAL	MEAN
Sesuai Ketentuan Agama	18	52	13	2	0	85	4,01
Digunakan Usaha Produktif	12	59	13	1	0	85	3,96
Proses Penyaluran	21	42	18	4	0	85	3,94
Pembinaan, Pendampingan <i>Mustahiq</i>	16	55	14	0	0	85	4,02

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

1) Indikator Sesuai Ketentuan Agama

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa indikator sesuai ketentuan agama, responden yang menjawab sangat setuju 18 orang (21,18%), yang menjawab setuju 52 orang (61,18%), yang menjawab netral 13 orang (15,29%), yang menjawab tidak setuju 2 orang (2,35%) dan yang menjawab sangat tidak setuju 0 (0%).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa responden setuju/menerima indikator sesuai ketentuan agama dalam variabel pendayagunaan zakat produktif.

2) Indikator Digunakan Usaha Produktif

Indikator digunakan usaha produktif, responden yang menjawab sangat setuju 12 orang (14,12%), yang menjawab setuju 59 orang (69,41%), yang menjawab netral 1 orang (1,18%), yang menjawab tidak setuju 1 orang (1,18%) dan yang menjawab sangat tidak setuju 0 (0%).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa responden setuju/menerima indikator digunakan untuk usaha produktif dalam variabel pendayagunaan zakat produktif.

3) Indikator Proses Penyaluran Zakat Produktif

Indikator proses penyaluran zakat produktif, responden yang menjawab sangat setuju 21 orang (24,71%), yang menjawab setuju 42 orang (49,41%), yang menjawab netral 18 orang (21,18%), yang menjawab tidak setuju 4 orang (47,1%), yang menjawab sangat tidak setuju 0 (0%).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa responden setuju/menerima indikator proses penyaluran zakat produktif dalam variabel pendayagunaan zakat produktif.

4) Indikator Pembinaan, Pendampingan *Mustahiq*

Indikator pembinaan, pendampingan *mustahiq*, responden yang menjawab sangat setuju 16 orang (18,82%), yang menjawab setuju 55 orang (64,71%), yang menjawab netral 14 orang (16,47%), yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju 0 (0%).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa responden setuju/menerima indikator pembinaan, pendampingan *mustahiq* dalam variabel pendayagunaan zakat produktif.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa responden setuju/menerima seluruh indikator dalam variabel pendayagunaan zakat produktif.

d. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Penelitian terhadap variabel Kepuasan Nasabah dengan 3 (tiga) indikator yaitu kesesuaian harapan, minat melakukan pembiayaan kembali dan merekomendasikan kepada teman. Hasil penelitian sebagaimana ditunjukkan dalam table berikut:

Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Indikator	SKOR						
	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	TOTAL	MEAN
Kesesuaian Harapan	13	48	22	2	0	85	3,85
Minat Melakukan Pembiayaan Kembali	16	42	25	2	0	85	3,85
Merekomendasikan Kepada Teman	17	46	17	5	0	85	3,88

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

1) Indikator Kesesuaian Harapan

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa indikator kesesuaian harapan, responden yang menjawab sangat setuju 13 orang (15,29%), yang menjawab setuju 48 orang (56,47%), yang menjawab netral 22 orang (25,88%), yang menjawab tidak setuju 2 orang (2,35%) dan yang menjawab sangat tidak setuju 0 (0%).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa responden setuju/menerima indikator kesesuaian harapan dalam variabel kepuasan nasabah.

2) Indikator Minat Melakukan Pembiayaan Kembali

Indikator minat melakukan pembiayaan kembali, responden yang menjawab sangat setuju 16 orang (18,82%), yang menjawab setuju 42 orang (49,41%), yang menjawab netral 25 orang (29,41%), yang menjawab tidak setuju 2 orang (2,35%) dan yang menjawab sangat tidak setuju 0 (0%).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa responden setuju/menerima indikator minat melakukan pembiayaan kembali dalam variabel kepuasan nasabah.

3) Indikator Merekomendasikan Kepada Teman

Indikator merekomendasikan kepada teman, responden yang menjawab sangat setuju 17 orang (20,00%), yang menjawab setuju 46 orang (54,12%), yang menjawab netral 17 orang (20,00%), yang menjawab tidak setuju 5 orang (5,88%) dan yang menjawab sangat tidak setuju 0 (0%).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa responden setuju/menerima indikator merekomendasikan kepada teman dalam variabel kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa responden setuju/menerima seluruh indikator dalam variabel kepuasan nasabah.

Selain dari pada itu responden juga setuju/menerima seluruh variable yang diajukan peneliti dalam penelitian ini. Sehingga penelitian dapat dilanjutkan untuk melakukan pengujian sesuai ketentuan yang berlaku.

4. Analisis Data

a. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur.⁷⁷ Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner valid, maka dilakukan uji validitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu indikator yang berbentuk kuesioner. Kuesioner riset dikatakan valid apabila instrumen tersebut benar-benar mampu mengukur besarnya nilai variabel yang diteliti. Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi yang membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan di nilai positif, maka variabel tersebut valid.

Untuk menguji validitas instrumen, penulis menggunakan analisis SPSS. Berikut ini hasil pengujian validitas berdasarkan uji responden sebanyak 85 responden. Dengan menggunakan bantuan alat olah

⁷⁷ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), 103.

statistik SPSS diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	P1	0,683	0,2133	Valid
	P2	0,662	0,2133	Valid
	P3	0,440	0,2133	Valid
	P4	0,610	0,2133	Valid
	P5	0,541	0,2133	Valid
	P6	0,662	0,2133	Valid
	P7	0,744	0,2133	Valid
Citra Perusahaan (X2)	P1	0,433	0,2133	Valid
	P2	0,574	0,2133	Valid
	P3	0,545	0,2133	Valid
	P4	0,522	0,2133	Valid
	P5	0,616	0,2133	Valid
	P6	0,448	0,2133	Valid
	P7	0,549	0,2133	Valid
	P8	0,712	0,2133	Valid
Pendayagunaan Zakat Produktif (X3)	P1	0,410	0,2133	Valid
	P2	0,565	0,2133	Valid
	P3	0,745	0,2133	Valid
	P4	0,546	0,2133	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	P1	0,754	0,2133	Valid
	P2	0,838	0,2133	Valid
	P3	0,809	0,2133	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa nilai r_{hitung} pada kolom *corrected item-total correlation* untuk masing-masing item memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,2133), dengan demikian masing-masing item tersebut dapat dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Suatu alat ukur instrumen disebut reliabel, jika alat tersebut dalam mengukur segala sesuatu pada waktu berlainan menunjukkan hasil yang relatif sama. Untuk melakukan uji reliabilitas dapat

digunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistik Conbach Alpha (α). Kriteria yang dipakai adalah apabila nilai Conbach Alpha ($\alpha \geq 0,60$) maka instrumen yang digunakan adalah reliabel.⁷⁸

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliabilit y Coefficie nts	Alpha	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	7 item	0,60	0,725	Reliabel
Citra Perusahaan (X2)	8 item	0,60	0,673	Reliabel
Pendayagunaan Zakat Produktif (X3)	4 item	0,60	0,687	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	3 item	0,60	0,720	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah , 2020

Berdasarkan tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Dengan demikian, semua variabel (X1, X2, X3, dan Y) dapat dikatakan reliabel.

- c. Uji Asumsi Klasik
1) Uji Normalitas

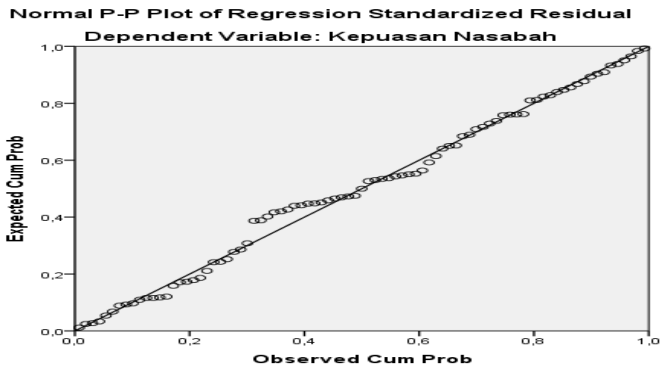
Tujuan dilakukannya uji ini adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

Pengujian normalitas pada penelitian yang dilakukan ini mengetahuinya dengan cara melihat grafik P-P plot, dengan melihat sebaran titik yang ada. Apabila sebaran titik tersebut mendekati atau rapat pada garis lurus (diagonal) maka dikatakan bahwa (data) residual terdistribusi normal,

⁷⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 122.

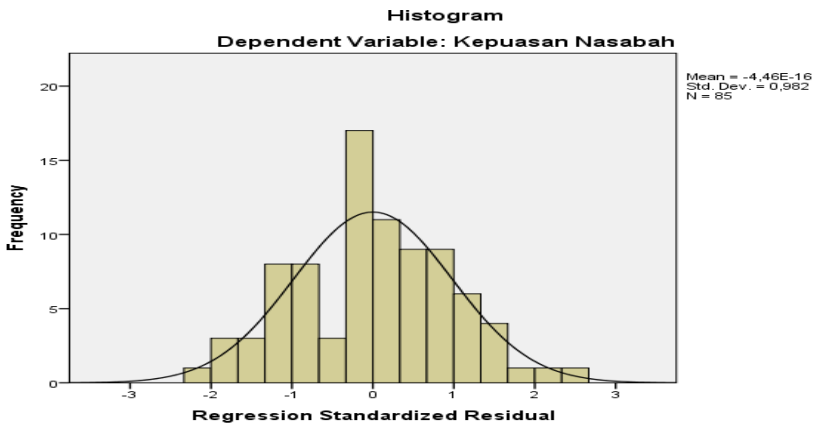
sedangkan apabila sebaran titik-titik tersebut menjauhi garis maka tidak terdistribusi normal.⁷⁹

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Probability P-Plot



Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram



Sumber : Data primer yang diolah , 2020

Berdasarkan gambar 4.2 di atas dapat diketahui bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal. Dan pada gambar 4.3 diketahui bahwa distribusi data tersebut tidak mempunyai juling ke

⁷⁹ Muhammad Iqbal, *Pengolahan Data dengan Regresi Linier Berganda (dengan SPSS)*, Dosen Perbanas Institute Jakarta, 11.<https://dosen.perbanas.id/wp-content/uploads/2015/05/Regresi-Linier-Berganda-SPSS1.pdf>.

kiri atau ke kanan. Maka dapat disimpulkan bahwa data residual bersifat normal karena memenuhi syarat normalitas.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent (bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi ini adalah dengan menganalisa matrik korelasi variabel-variabel bebas dan apabila korelasinya signifikan antar variabel bebas tersebut maka terjadi multikolinearitas. Uji multikolinearitas dilakukan dengan mencari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) atau *Tolerance Value*. Kedua variabel ini menunjukkan setiap variabel *independent* manakah yang dijelaskan oleh variabel *dependent* lainnya.

Tolerance mengukur variabilitas variabel *independent* yang dipilih yang tidak dijelaskan oleh variabel *independent* lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan VIF yang tinggi, batasan umum yang digunakan adalah *tolerance* $> 0,1$ atau nilai VIF < 10 maka terjadi multikolinearitas.⁸⁰

⁸⁰Anwar Hidayat, *Tutorial uji Multikolinieritas dan Cara Baca Multikolinieritas*, 16 November 2016. <https://www.statistikian.com/2016/11/uji-multikolinieritas.html>.

Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8,220	3,194		2,574	,012		
Kualitas Produk	,127	,059	,218	2,131	,036	,996	1,004
Citra Perusahaan	,137	,059	,238	2,328	,022	,993	1,007
Pendayagunaan Zakat Produktif	,131	,059	,232	2,270	,026	,995	1,005

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

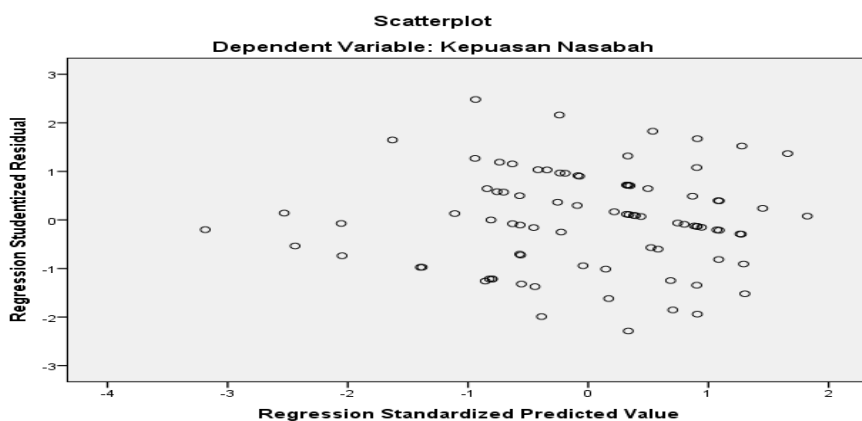
Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, hasil pengujian multikolinearitas yang dilakukan diketahui bahwa nilai VIF variabel kualitas produk, citra perusahaan, dan pendayagunaan zakat produktif masing-masing sebesar 1,004, 1,007, dan 1,005. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF < 10,0 dan nilai *Tolerance* > 0,1. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastitas.⁸¹ Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot* sebagai berikut:

⁸¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Undip, 2006), 105.

Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan gambar 4.4 grafik scatterplot menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik yang menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

d. Uji Hipotesis

1) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah alat analisis peramalan nilai pengaruh antara dua variabel bebas atau lebih (X) terhadap satu variabel terikat (Y) dalam rangka membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional atau kausal antara dua variabel bebas atau lebih (X) tersebut terhadap satu variabel terikat (Y). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama mempengaruhi variabel terikat.⁸²

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji sejauh mana pengaruh antara variabel independen yaitu kualitas produk, citra perusahaan, dan pendayagunaan zakat produktif terhadap kepuasan nasabah di Koperasi Syariah IHYA Kudus. Adapun hasil analisis regresi

⁸² Imam Machali, *Statistik Itu Mudah (Menggunakan SPSS Sebagai Alat Bantu Statistik)*, (Yogyakarta: Lembaga Ladang Kata, 2015), 140.

linier berganda dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8,220	3,194		2,574	,012		
Kualitas Produk	,127	,059	,218	2,131	,036	,996	1,004
Citra Perusahaan	,137	,059	,238	2,328	,022	,993	1,007
Pendayagunaan Zakat Produktif	,131	,059	,232	2,270	,026	,995	1,005

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.13 hasil analisis regresi linier berganda diperoleh koefisien untuk variabel bebas $X_1 = 0,127$, $X_2 = 0,137$, $X_3 = 0,131$ dan konstanta sebesar 8,220. Sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 8,220 + 0,127 + 0,137 + 0,131$$

Dimana:

Y = Kepuasan Nasabah

a = Konstanta

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Citra Perusahaan

X_3 = Pendayagunaan Zakat Produktif

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi untuk variabel X_1, X_2 dan X_3

e = *standart error estimate*

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

a) Nilai Konstanta

Pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa konstanta bernilai positif yakni 8,220. Nilai yang positif tersebut menunjukkan jika

variabel kualitas produk, citra perusahaan, dan pendayagunaan zakat produktif diasumsikan memiliki nilai nol (0), maka kepuasan nasabah bernilai 8,220.

- b) Koefisien regresi variabel kualitas produk (X1)
Variabel kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah di Koperasi Syariah IHYA Kudus sebesar 0,127. Hal ini berarti setiap kenaikan 1 skor untuk variabel kualitas produk, maka variabel kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,127.
 - c) Koefisien regresi variabel citra perusahaan (X2)
Variabel citra perusahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah di Koperasi Syariah IHYA Kudus sebesar 0,137. Hal ini berarti setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk variabel citra perusahaan, maka variabel kinerja karyawan naik sebesar 0,137.
 - d) Koefisien regresi variabel pendayagunaan zakat produktif (X3)
Variabel pendayagunaan zakat produktif mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah di Koperasi Syariah IHYA Kudus sebesar 0,131. Hal ini berarti setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk variabel pendayagunaan zakat produktif, maka variabel kepuasan nasabah naik sebesar 0,131.
- 2) Uji Koefisien Determinan
- Koefisien Determinan pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinan adalah antara nol sampai dengan satu. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar presentase variasi variabel dependen.⁸³ Adapun hasil koefisien Determinasi dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

⁸³ Masrukin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS*, (Kudus, Media Ilmu Press, 2008), 66.

Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinan**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,396 ^a	,157	,126	1,679

a. Predictors: (Constant), Pendayagunaan Zakat Produktif, Kualitas Produk, Citra Perusahaan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,126 atau 12,6%. Hal ini berarti sebesar 12,6% model regresi dari penelitian ini mampu menjelaskan variasi variabel kepuasan nasabah yang dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, citra perusahaan, dan pendayagunaan zakat produktif. Sedangkan sisanya (100% - 12,6% = 87,4%) dijelaskan oleh variabel independen lain di luar penelitian ini.

3) Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan maka kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Adapun hasil Uji t dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15 Hasil Uji t Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,220	3,194		2,574	,012
Kualitas Produk	,127	,059	,218	2,131	,036
Citra Perusahaan	,137	,059	,238	2,328	,022
Pendayagunaan Zakat Produktif	,131	,059	,232	2,270	,026

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n - k - 1$ atau $85 - 3 - 1 = 81$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,05) diperoleh hasil untuk t_{tabel} sebesar 1,664. Secara lebih rinci dijelaskan dalam tabel berikut: apabila nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya apabila nilai $t_{hitung} < \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui, sebagai berikut:

a. Kolom *coefficients table* di atas terdapat nilai sig sebesar 0,036. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,036 < 0,05$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Variabel kualitas produk mempunyai t_{hitung} sebesar 2,131 dengan $t_{tabel}=1,664$ untuk sejumlah 85 responden. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) memiliki kontribusi signifikan terhadap variable kepuasan nasabah (Y). Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X_1 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan kualitas produk memiliki

- pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di koperasi Syariah IHYA Kudus.
- b. Kolom *coefficients table* di atas terdapat nilai sig sebesar 0,022. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,022 < 0,05$, maka H_2 diterima dan H_0 ditolak. Variabel citra perusahaan mempunyai t_{hitung} sebesar 2,328 dengan $t_{tabel}=1,664$ untuk sejumlah 85 responden. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel citra perusahaan (X_2) memiliki kontribusi signifikan terhadap variable kepuasan nasabah (Y). Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X_1 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan citra perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di koperasi Syariah IHYA Kudus.
 - c. Kolom *coefficients table* di atas terdapat nilai sig sebesar 0,026. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,026 < 0,05$, maka H_3 diterima dan H_0 ditolak. Variabel pendayagunaan zakat produktif mempunyai t_{hitung} sebesar 2,270 dengan $t_{tabel}=1,664$ untuk sejumlah 85 responden. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel pendayagunaan zakat produktif (X_3) memiliki kontribusi signifikan terhadap variable kepuasan nasabah (Y). Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X_3 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan pendayagunaan zakat produktif memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di koperasi Syariah IHYA Kudus.
- 4) Uji Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 , X_2 dan X_3) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap nilai variabel dependen (Y). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Adapun hasil Uji F dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16 Hasil Uji F Simultan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	42,490	3	14,163	5,026	,003 ^b
Residual	228,263	81	2,818		
Total	270,753	84			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Pendayagunaan Zakat Produktif, Kualitas Produk, Citra Perusahaan

Sumber : Data primer yang diolah , 2020

Berdasarkan tabel 4.16 dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 5,026 dengan nilai signifikansi 0,003. Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, (df) $n - k - 1$ atau $85 - 3 - 1 = 81$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen). Diperoleh hasil untuk F_{tabel} sebesar 2,72. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $5,026 > 2,72$ dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa kualitas produk, citra perusahaan, dan pendayagunaan zakat produktif secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil uji sebagaimana tabel di atas menunjukkan bahwa kualitas produk, citra perusahaan, dan pendayagunaan zakat produktif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di Koperasi Syariah IHYA Kudus. Hal ini ditunjukkan dengan jawaban responden pada masing-masing pertanyaan dengan mayoritas setuju dan sangat setuju meskipun ada beberapa item pertanyaan dijawab netral dan tidak setuju.

Setelah menganalisa data yang diperoleh menggunakan metode statistik dengan bantuan program aplikasi SPSS 23, maka langkah selanjutnya peneliti akan membahas analisis data tersebut.

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Koperasi Syariah IHYA Kudus

Uji hipotesis membuktikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Koperasi Syariah IHYA Kudus. Hal ini dibuktikan dari hasil pengolahan data komputer dengan menggunakan SPSS 23 dapat diketahui bahwa nilai sig sebesar 0,036. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,036 < 0,05$, maka H_1 diterima dan menolak H_0 . Variabel kualitas produk mempunyai t_{hitung} sebesar 2,131 dengan $t_{tabel}=1,664$ untuk sejumlah 85 responden. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah di Koperasi Syariah IHYA Kudus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas sebuah produk khususnya produk jasa keuangan secara komprehensif akan menciptakan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah tersebut diperoleh dengan penerapan nilai-nilai secara profesional dan berkesinambungan terhadap nasabahnya. Sebuah produk haruslah memiliki kinerja (*performance*) dari produk keuangan yang ditawarkan kepada nasabah. Dalam konteks ini produk mudharabah terbukti memiliki daya saing terhadap produk sejenis dari lembaga keuangan lain seperti tingkat besaran bagi hasil yang kompetitif, memiliki fitur (*features*) layanan yang memudahkan nasabah misal layanan jemput bola untuk pembayaran angsuran tiap bulan, memiliki keandalan (*reliability*) sehingga mampu memberikan manfaat yang maksimal bagi nasabah.

Selain daripada itu produk pembiayaan mudharabah telah (*conformance*) dengan ketentuan yang telah ditetapkan koperasi maupun regulator. Produk mudharabah juga dinilai memiliki ketahanan (*durability*) karena mampu bertahan dalam jangka waktu yang cukup selama, kualitas pelayanan (*serviceability*) yang diberikan kepada nasabah dilaksanakan dengan cepat tepat akurat dan ramah dengan senantiasa memperhatikan etika dan nilai-nilai islami yang dianut. Produk mudharabah dari Koperasi Syariah IHYA Kudus juga dikemas sesuai dengan kemampuan nasabah estetika (*aesthetics*). Produk yang ditawarkan senantiasa memperhatikan kemampuan dan karakteristik nasabahnya sehingga nasabah menjadi dimudahkan dan cukup fleksibel dalam memenuhi kewajibannya.

Nilai-nilai yang diterapkan Koperasi Syariah IHYA Kudus tersebut di atas sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong yang mendefinisikan kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketelitian yang di hasilkan, kemudahan untuk dioperasikan dan diperbaiki juga kelengkapan produk lainnya.⁸⁴

Dari berbagai teori dan pendapat para ahli sebagaimana tersebut di atas, peneliti menyimpulkan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil yang sesuai atau bahkan melebihi apa yang diinginkan oleh konsumen yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen tersebut.

Hasil ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Heri Setiawan, Maria Magdalena Minarsih, dan Azis Fathoni (2016) bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah pada Koperasi Rejo Agung Sukses Semarang. Dimana nilai t hitung $4,516 > t$ table $1,679$ dan nilai significant $0,000 < 0,05$. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah, dimana nilai t hitung $4,409 > t$ table $1,679$ dengan nilai significant $0,000 < 0,05$ dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dimana t hitung $2,10 > t$ table $1,679$ dan nilai significant $0,038 < 0,05$.

2. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah di Koperasi Syariah IHYA Kudus

Uji hipotesis menunjukkan bahwa citra perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Koperasi Syariah IHYA Kudus. Hal ini dibuktikan dari hasil pengolahan data komputer dengan menggunakan SPSS 23 dapat diketahui bahwa nilai sig sebesar $0,022$. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas $0,05$, atau nilai $0,022 < 0,05$, maka H_2 diterima dan H_0 ditolak. Variabel citra perusahaan mempunyai t_{hitung} sebesar $2,328$ dengan $t_{tabel}=1,664$ untuk sejumlah 85 responden. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel citra perusahaan (X_2) memiliki kontribusi signifikan terhadap variable kepuasan nasabah (Y). Nilai t

⁸⁴ M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, (Pasuruan: Qiara Media, 2019), 15.

positif menunjukkan bahwa variabel X_1 mempunyai hubungan yang searah dengan Y.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra perusahaan yang baik akan mampu memberi kepuasan terhadap nasabahnya. Kepuasan nasabah dapat dicapai dengan penerapan nilai *personality* (kepribadian dari perusahaan) artinya Koperasi Syariah IHYA Kudus adalah sebuah lembaga keuangan yang menerapkan konsep ekonomi islam yang senantiasa menjunjung tinggi amanah yang diberikan. Koperasi IHYA Kudus dalam menjalankan bisnisnya tidak hanya mencari keuntungan perusahaan semata namun juga menjalankan konsep ekonomi islam dan sekaligus dakwah islamiyah kepada nasabahnya.

Selain dari pada itu reputasi yang dimiliki perusahaan selama ini dikenal sangat baik dan memiliki rekam jejak yang baik dikalangan nasabahnya dan juga masyarakat Kudus secara umum. Reputasi baik tersebut diperoleh dengan pengelolaan koperasi secara profesional sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Nama baik yang telah diperoleh merupakan bukti nyata kinerja manajemen koperasi yang secara sungguh-sungguh mengelola koperasi dan menjaga amanah yang diberikan nasabahnya.

Kualitas layanan yang dikenal cepat, tepat, baik, ramah, sopan, senantiasa mengedepankan kepentingan nasabah yang diberikan Koperasi IHYA Kudus selama ini juga telah mampu memenuhi harapan dan memberikan kepuasan nasabah sehingga nasabah merasa diperlakukan dengan baik dan terhormat.

Koperasi Syariah IHYA Kudus juga telah dikenal *reliabilitas* (keandalan yang dimiliki perusahaan) mengingat koperasi dijalankan dengan prinsip syariah sehingga salah satu kekuatan utama yang dimiliki Koperasi Syariah IHYA Kudus adalah besarnya calon nasabah potensial yang menginginkan pembiayaan berbasis Syariah. Hal ini menjadikan koperasi Syariah IHYA Kudus dikenal sebagai pioner lembaga keuangan yang menerapkan basis syariah dalam konsep operasionalnya.

Koperasi syariah IHYA Kudus juga telah memperoleh *trustworthine/kepercayaan* dari nasabahnya tercermin dari peningkatan jumlah nasabah maupun portofolio keuangan yang dimiliki koperasi. Ada kecenderungan nasabah mempercayakan transaksi keuangannya di koperasi Syariah

IHYA Kudus, tidak hanya di sisi pinjaman saja namun juga sisi penyimpanan dana nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Koperasi Syariah IHYA Kudus juga bertanggung jawab terhadap dana nasabah yang dititipkan di koperasi. Konsep pengelolaan koperasi yang berasaskan islam/syariah menjamin dana nasabah dikelola dengan amanah dan penuh tanggung jawab. Pengelolaan dana nasabah tidak semata hanya dilihat secara aspek bisnis semata namun juga dipandang sebagai sebuah amanah yang harus dipertanggungjawabkan di hari kiamat kelak.

Koperasi Syatiah IHYA Kudus memiliki *value* (nilai lebih yang dimiliki perusahaan) yang tidak dimiliki oleh koperasi/lembaga keuangan lainnya yaitu nama besar KH. Arwani sebagai pendiri Yayasan Arwaniyah tempat Koperasi bernanung. Nama besar dan harum dari pendiri menjadi sebuah keuntungan tersendiri bagi koperasi sehingga memudahkan dalam pengembangan bisnis dan mudah mendapatkan kepercayaan nasabah dan disegani oleh lembaga keuangan lainnya. Nilai lebih inilah yang mampu dimanfaatkan secara optimal oleh koperasi untuk mengembangkan dan meningkatkan kapasitas bisnisnya.

Selain daripada itu *corporate identity* (identitas perusahaan bagi konsumen) yang sudah dikenal di masyarakat Kudus dan telah terdaftar di Kementerian Koperasi Republik Indonesia menjadi nilai lebih dan menunjukkan bahwa koperasi adalah sebuah lembaga keuangan berbadan hukum legal dan memiliki ijin operasional sehingga tanggung jawab perusahaan menjadi jelas dan senantiasa dipantau oleh pemerintah dalam rangka menjamin operasional koperasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Dengan berbentuk badan hukum yang jelas maka koperasi menjadi lebih akuntabel dan senantiasa menjalankan kegiatan usahanya dengan prinsip kehati-hatian.

Nilai-nilai yang diterapkan Koperasi Syariah IHYA Kudus tersebut di atas sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Frank Jefkins dalam bukunya *Publik relations technique* yang menyatakan bahwa citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.⁸⁵ Berdasarkan

⁸⁵ Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2016), 51.

pandangan para ahli tersebut peneliti menyimpulkan bahwa citra adalah kesan, pandangan, persepsi, dan respon masyarakat atau pelanggan terhadap suatu perusahaan baik mengenai produk, pelayanan, fasilitas, hubungan dengan masyarakat, maupun bentuk fisik perusahaan yang bersangkutan. Setiap perusahaan akan memiliki citra yang berbeda di mata masyarakat.

Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Luh Ayu Mulyaningsih I Gst Agung Ketut Gede Suasana (2016) yang menunjukkan bahwa hasil Uji hipotesis pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah pada Bank OCBC NISP di Denpasar, oleh karena tsig sebesar 0,000 lebih kecil dari α sebesar 0,05, maka H_0 ditolak. Ini berarti variabel citra perusahaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada Bank OCBC NISP di Denpasar.

3. Pengaruh Pendayagunaan Zakat Produktif terhadap Kepuasan Nasabah di Koperasi Syariah IHYA Kudus

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa pendayagunaan Zakat Produktif memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Koperasi Syariah IHYA Kudus. Hal ini dibuktikan dari hasil pengolahan data komputer dengan menggunakan SPSS 23 dapat diketahui bahwa nilai sig sebesar 0,026. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,026 < 0,05$, maka H_3 diterima dan H_0 ditolak. Variabel pendayagunaan zakat produktif mempunyai t_{hitung} sebesar 2,270 dengan $t_{tabel}=1,664$ untuk sejumlah 85 responden. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel pendayagunaan zakat produktif (X_3) memiliki kontribusi signifikan terhadap variable kepuasan nasabah (Y). Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X_3 mempunyai hubungan yang searah dengan Y .

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendayagunaan Zakat produktif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Koperasi Syariah IHYA Kudus. Merupakan hal yang menarik penerapan konsep pendayagunaan Zakat produktif dalam rangka mencapai kepuasan nasabah. Konsep ini merupakan sebuah nilai lebih dan merupakan ciri khas dari Koperasi IHYA Kudus yang tidak dimiliki oleh lembaga keuangan lainnya. Koperasi sesuai asas yang dianut yaitu koperasi syariah menggabungkan antara bisnis dan implementasi kehidupan beragama utamanya dalam

pemanfaatan dan pendayagunaan zakat produktif untuk kegiatan yang bisa menghasilkan sesuatu yang lebih produktif tidak hanya untuk kegiatan konsumtif bagi mustahiq.

Koperasi syariah IHYA Kudus mampu menghimpun zakat dari para pengurus koperasi dan para muzakki untuk mempercayakan pengelolaan zakat mal mereka kepada koperasi untuk disalurkan pada kegiatan ekonomi yang lebih produktif. Zakat yang terkumpul dan dikelola koperasi tersebut selanjutnya disalurkan untuk membantu para nasabah yang mengalami kesulitan dalam pemenuhan kewajibannya. Sehingga usaha nasabah dapat berjalan dengan baik dan kewajiban nasabah kepada koperasi juga terpenuhi. Beban nasabah menjadi sedikit lebih ringan sehingga bisa lebih konsentrasi untuk mengembangkan bisnisnya.

Pemilihan nasabah yang berhak mendapatkan zakat dilakukan dengan selektif dan hanya diberikan kepada nasabah yang mengalami kesulitan pemenuhan kewajiban namun secara usaha masih potensial dan produktif. Kesulitan bayar tersebut lebih disebabkan karena faktor eksternal dan bukan faktor kesengajaan atau I'tikat nasabah yang tidak baik. Penyaluran zakat tersebut juga telah memperhatikan kaidah fiqih terhadap orang-orang yang berhak mendapatkan zakat salah satunya adalah orang yang berhutang untuk kepentingan yang baik.

Selain daripada itu pemberian zakat untuk usaha produktif tersebut juga disertai dengan pengawasan dalam penggunaannya oleh nasabah. Tidak hanya diawasi namun juga diberikan pendampingan dan pelatihan dalam pengelolaan usaha nasabah untuk menjamin zakat digunakan hal yang produktif dan usaha nasabah menjadi lebih maju/berkembang. Pelatihan teknis dan manajerial diberikan dalam rangka meningkatkan kemampuan nasabah dalam mengelola usahanya.

Madzhab Maliki mendefinisikan zakat “mengeluarkan sebagian tertentu dari harta tertentu yang telah mencapai *nishab* (batas kuantitas yang mewajibkan zakat) kepada orang yang berhak menerimanya (*mustahiq*)-nya. Sedangkan menurut Madzhab Hanafi menyatakan zakat adalah “pemberian hak kepemilikan atas sebagian harta tertentu kepada orang tertentu yang telah ditentukan oleh syari’at, semata-mata karena Allah SWT.” Madzhab Syafi’i memberikan definisi bahwa zakat yaitu, sebuah nama barang

yang dikeluarkan untuk harta atau badan kepada pihak tertentu. Sedangkan Madzhab Hanbali mendefinisikan zakat adalah hak yang wajib pada harta tertentu kepada kelompok tertentu yang dikeluarkan pada waktu tertentu.⁸⁶

Dari berbagai pendapat berbagai madzhab tersebut di atas peneliti menyimpulkan bahwa pengertian zakat adalah bagian dari harta yang wajib diberikan oleh setiap muslim yang memenuhi syarat kepada orang-orang tertentu, dengan syarat-syarat tertentu pula.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Mila Sartika (2008), yang menunjukkan bahwa jumlah dana (zakat) yang disalurkan dan variabel pendapatan mustahiq ditemukan besarnya pengaruh variabel jumlah dana(zakat) yang disalurkan terhadap pendapatan mustahiq sebesar 10,2 %. yang berarti sebesar 89, 8% dari pendapatan mustahiq dipengaruhi oleh faktor lain. Selain itu dari hasil uji parsial yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa koefisien konstanta (b) dan koefisien variabel X (dana yang disalurkan) sama-sama mempunyai pengaruh terhadap pendapatan mustahiq.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Perusahaan, Pendayagunaan Zakat Produktif secara bersama-sama terhadap Kepuasan Nasabah di Koperasi Syariah IHYA Kudus

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa kualitas produk, citra perusahaan, pendayagunaan zakat produktif secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah di Koperasi Syariah IHYA Kudus. Hal ini dibuktikan dari hasil pengolahan data komputer dengan menggunakan SPSS 23 dapat diketahui nilai F_{hitung} sebesar 5,026 dengan nilai signifikansi 0,003. Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, (df) $n - k - 1$ atau $85 - 3 - 1 = 81$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen). Diperoleh hasil untuk F_{tabel} sebesar 2,72. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $5,026 > 2,72$ dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa kualitas produk, citra perusahaan, dan

⁸⁶ Wahbah Al-Zuhayly, *Zakat Kajian Berbagai Madzhab*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), 82-84.

pendayagunaan zakat produktif secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas sebuah produk khususnya produk jasa keuangan secara komprehensif akan menciptakan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah tersebut diperoleh dengan penerapan nilai-nilai secara profesional dan berkesinambungan terhadap nasabahnya. Kualitas sebuah produk haruslah memiliki kinerja (*performance*) yang baik, fitur (*features*) yang lengkap, dapat diandalkan (*reliability*) nasabah, sesuai dengan kebutuhan nasabah (*conformance*), memiliki ketahanan (*durability*) yang baik dan mampu bertahan terhadap persaingan yang keras, memiliki kualitas pelayanan (*serviceability*) yang prima terhadap nasabah, dan disesuaikan dengan kemampuan nasabahnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra perusahaan yang baik akan mampu memberi kepuasan terhadap nasabahnya. Citra perusahaan dibentuk dengan kepribadian dari perusahaan yang dikenal sebagai lembaga keuangan islam yang amanah, koperasi memiliki reputasi dan rekam jejak yang baik dimata para nasabahnya, memiliki kualitas layanan yang baik bagi nasabah, besarnya potensi nasabah yang dimiliki sebagai sebuah kekuatan yang dapat diandalkan perusahaan, kepercayaan yang baik dimata nasabahnya, kemampuan koperasi untuk bertanggung jawab dalam menjaga amanah dari nasabah, nilai lebih perusahaan yang tidak dimiliki lembaga keuangan lain dan identitas perusahaan yang jelas bagi konsumen dengan berbentuk badan hukum.

Selain daripada itu, hasil penelitian terhadap konsep pendayagunaan zakat produktif sebagai sebuah ciri khas dan keunikan yang tidak dimiliki lembaga keuangan lain membuktikan bahwa konsep ini mampu memberikan kepuasan kepada nasabah dengan penerapan nilai-nilai penyaluran dan pemberian zakat sesuai dengan ketentuan fiqih yang berlaku, digunakan untuk usaha yang memiliki manfaat ekonomis lebih, diberikan kepada nasabah potensial yang mengalami kredit macet dan disertai dengan pembinaan, pendampingan kepada nasabah yang berhak menerima zakat. Penerapan keempat nilai tersebut secara simultan mampu meningkatkan kepercayaan muzakki untuk menitipkan pengelolaan zakat mereka untuk disalurkan pada kegiatan usaha yang produktif dengan mematuhi ketentuan fiqih

sehingga mampu memberikan kepuasan kepada nasabah koperasi IHYA Kudus.

Kualitas yang optimal atas kinerja yang diberikan kepada nasabah, akan menciptakan penilaian atau membentuk persepsi langsung terhadap citra perusahaan, selain kualitas produk dan citra perusahaan adanya program pendayagunaan zakat produktif sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Heri Setiawan, Maria Magdalena Minarsih, dan Azis Fathoni bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, hasil penelitian Ni Putu Dharma Diyanthini dan Ni Ketut Seminari bahwa citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan hasil penelitian Mila Sartika bahwa pendayagunaan zakat produktif berpengaruh terhadap pemberdayaan *mustahiq*. Dengan demikian dapat diartikan bahwa hipotesis H4 “kualitas produk, citra perusahaan, dan pendayagunaan zakat produktif secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.