

**PENGARUH PRODUK, PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP
PREFERENSI NASABAH KOPERASI BAKTI HURIA DI BELOPA
KABUPATEN LUWU**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Kewajiban Sebagai Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Palopo

Oleh

Nurkaisa

Nim : 13.16.4.0094

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO
2017

**PENGARUH PRODUK, PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP
PREFERENSI NASABAH KOPERASI BAKTI HURIA DI BELOPA
KABUPATEN LUWU**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Kewajiban Sebagai Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Palopo

**Oleh
Nurkaisa
Nim : 13.16.4.0094**

Di bimbing Oleh:

- 1. Dr. Helmi Kamal, M. HI**
- 2. Muh. Ruslan Abdullah, SE.I., MA**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO
2017**

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Produk, Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Preferensi Nasabah Koperasi Bakti Huria Di Belopa Kabupaten Luwu”** Yang ditulis oleh **Nurkaisa**, dengan NIM **13.16.4.0094** Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang *dimunqasyahkan* pada hari Sabtu, **20 Juni 2017 M** bertepatan dengan **25 Ramadhan 1438 H**, telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 20 Juni 2017 M
25 Ramadhan 143 H

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M. Ketua Sidang (.....)
2. Dr. Takdir, S.H., M.H. Sekertaris Sidang (.....)
3. Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag. Penguji I (.....)
4. Ilham, S.Ag., M.A. Penguji II (.....)
5. Dr. Helmi Kamal, M.HI. Pembimbing I (.....)
6. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A. Pembimbing II (.....)

IAIN PALOPO

Mengetahui

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah

Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
NIP 196102081994032001

Ilham, S.Ag., M.A.
NIP 197310112003121003

NOTA DINAS PEMBIMBING

Perihal : Skripsi

Lampiran : -

Kepada YTH.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Palopo

Assalamu 'Alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama	:	Nurkaisa
NIM	:	13.16.4.0094
Prodi	:	Ekonomi Syariah
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul	:	<i>“Pengaruh Produk, Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Preferensi Nasabah Koperasi Bakti Huria di Belopa Kab. Luwu”</i>

Menyatakan Bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan. Demikian untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'Alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I

Dr. Helmi Kamal, M.HI
NIP, 197003071997032001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Perihal : Skripsi

Lampiran : -

Kepada YTH.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Palopo

Assalamu 'Alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nurkaisa
NIM : 13.16.4.0094
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : ***“Pengaruh Produk, Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Preferensi Nasabah Koperasi Bakti Huria di Belopa Kab. Luwu”***

Menyatakan Bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan.

Demikian untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'Alaikum Wr. Wb.

Pembimbing II

Muh.Ruslan Abdullah, SE.I,MA
NIP, 198010042009011007

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi berjudul *Pengaruh Produk, Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Preferensi Nasabah Koperasi Bakti Huria di Belopa Kab. Luwu* yang ditulis oleh:

Nama : Nurkaisa
NIM : 13.16.4.0094
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui untuk diajukan pada ujian **Munaqasyah.**

Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 20 Juni 2017

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Helmi Kamal, M.HI
NIP, 197003071997032001

Muh. Ruslan Abdullah, SE.I., MA
NIP, 198010042009011007

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurkaisa

Nim : 13.14.6.0094

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya, segala kekeliruan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bila mana dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 20 Juni 2017

Yang membuat pernyataan,
Materai 6000

Nurkaisa
Nim. 13.14.6.0094

DAFTAR ISI

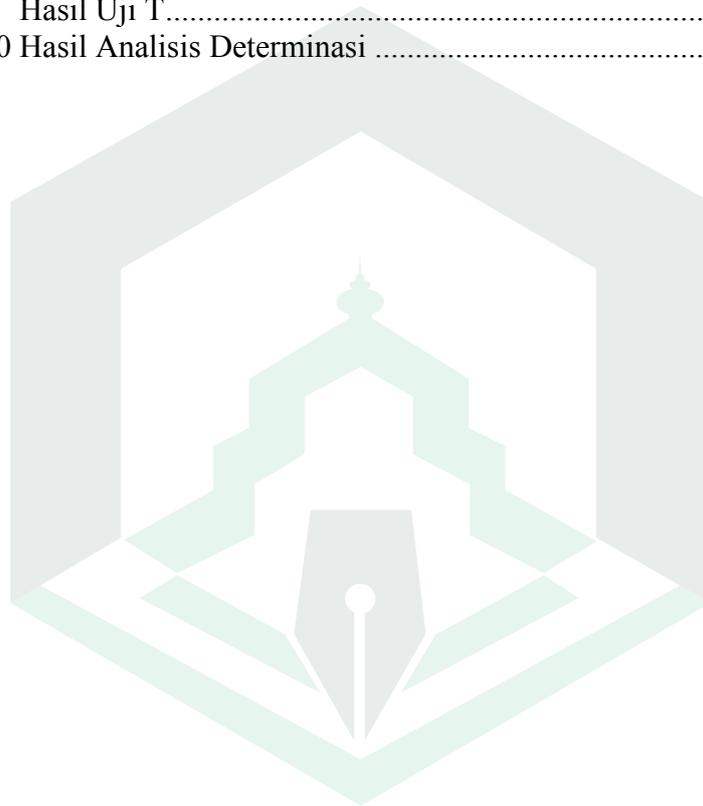
HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iiiv
SURAT PERNYATAAN.....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Hipotesis.....	8
D. Definisi Operasional.....	9
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	12
B. Kajian Pustaka	17
1. Pengertian Produk	17
2. Pengertian Pelayanan	19
3. Pengertian Lokasi.....	20
4. Pengertian Preferensi	20
5. Tujuan Preferensi	21
6. Wawasan Preferensi.....	23
7. Pengertian Koperasi.....	25
8. Sejarah Koperasi	27
9. Tujuan Koperasi.....	28
10. Peraturan Perundang-Undangan Tentang Koperasi	29
11. Prinsip-Prinsip Koperasi	30
12. Koperasi Syariah Dan Koperasi Konvensional.....	32
13. Tinjauan Ekonomi Syariah.....	34
C. Kerangka Pikir.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	39
B. Lokasi Penelitian	40
C. Sumber Data	40
D. Populasi Dan Sampel	41
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Teknik Pengelolaan Dan Analisis Data	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Hasil Penelitian.....	50
B. Analisis Data.....	54
C. Pembahasan	65
BAB V PENUTUP KESIMPULAN DAN SARAN	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Alternatif Jawaban	44
Tabel 4.1	Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.2	Usia Responden.....	55
Tabel 4.3	Pendidikan Terakhir	55
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden	56
Tabel 4.5	Informasi Mengenai Koperasi.....	57
Tabel 4.6	Uji Validitas Pernyataan	58
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas Pernyataan	59
Tabel 4.8	Hasil Uji F Anova	60
Tabel 4.9	Hasil Uji T.....	62
Tabel 4.10	Hasil Analisis Determinasi	63



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam, dinilai sebagai ranah yang potensial untuk menerapkan suatu perekonomian yang operasionalnya berlandaskan pada prinsip syariah. Hal ini pula yang menjadi salah satu alasan hadirnya Koperasi Bakti Huria dalam kegiatan perekonomian Indonesia. Koperasi sebagai salah satu pelaku ekonomi harus memiliki keunggulan agar mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Koperasi yang diklaim sebagai soko guru perekonomian nasional seharusnya bisa menunjukkan kualitasnya agar layak disebut soko guru perekonomian bagi pelaku ekonomi lain. Seperti yang menunjukkan bahwa jumlah koperasi di Indonesia meningkat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat.¹ Seiring dengan berjalannya waktu, perkembangan dan pertumbuhan Koperasi menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan hal itu terlihat dari pertumbuhan dan perkembangan koperasi baru pada beberapa wilayah di Indonesia.

Perubahan perilaku dan preferensi nasabah menyebabkan strategi yang telah ada tidak dapat bekerja secara optimal. Oleh karena itu penelitian mengenai

¹Bernando, Faisal Rino, *et al. Industry Update, Vol. 4.* (Jakarta: Office of Chief Economist PT. Bank Mandiri 2015), h 32-43.

Koperasi menjadi penting bagi semua preferensi nasabah di seluruh dunia.² Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, memperlihatkan faktor yang berperan dalam preferensi nasabah terhadap koperasi pada masing-masing koperasi di setiap negara berbeda-beda. Hal ini menunjukkan perlunya melakukan penelitian secara yang fokus terhadap suatu koperasi tertentu di suatu wilayah. Peneliti merasa penting untuk melakukan penelitian terhadap preferensi nasabah dalam memilih koperasi di Belopa.

Penelitian ini diharapkan dapat menangkap preferensi nasabah dalam memilih koperasi. Sebagai lembaga keuangan yang berasaskan kegotong royongan, koperasi mempunyai nilai lebih di masyarakat dan membuatnya menjadi lebih bisa menarik minat nasabah untuk turut serta membangun perekonomian melalui koperasi. Setiap perusahaan harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang semakin hari semakin baik. Dan pada saat bersamaan perusahaan perlu pula memperhatikan nasabah yang merasa tidak puas. Koperasi selalu dituntut untuk meningkatkan minatnya kepada nasabahnya.

Banyak perusahaan termasuk koperasi menggembor-gemborkan ungkapan, pelanggan adalah raja kepuasan pelanggan adalah tujuan kami dan sebagainya. Sebagai usaha mempertahankan nasabah dalam hal ini koperasi bisa memilih mana bentuk kebijakan maupun teknologi yang paling tepat digunakan

²Nisar, Waqwar. *Influences of Consumer Behavior: Research about Beverage Brands of Pakistan. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol. 4(8), 2015 h. 137-146.*

untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Hal ini akan mempengaruhi ketepatan, keakuratan, kemampuan dan kecepatan koperasi dalam memberi pelayanan terhadap nasabah.

Pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan mencerminkan baik tidaknya suatu perusahaan tersebut dalam hal ini koperasi di mata nasabahnya. Oleh karena itu dapatlah dipahami bahwa ada kalangan pakar pemasaran yang berpendapat bahwa tidak realistis bila suatu perusahaan mengharapkan tidak ada pelanggan yang tidak puas. Harapan para koperasi pada dasarnya sama dengan layanan seperti apakah yang seharusnya diberikan oleh koperasi kepada nasabah. Harapan para koperasi ini didasarkan pada informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi.³

Produk koperasi Bakti Huria mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih koperasi bakti Huria. Hal ini menunjukkan bahwa layanan koperasi Bakti Huria membuat nasabah dapat mengakses produk dan pelayanan koperasi Bakti Huria dengan mudah. Hal ini menjelaskan bahwa kemudahan-kemudahan bertransaksi dalam koperasi simpan pinjam membuat Nasabah memilih untuk menggunakan produk-produk yang telah dipilihnya dalam koperasi Bakti Huria yang ditawarkan.

Selain itu ada faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak Lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang

³*Ibid, h. 148*

berbeda, dan sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya.

Nasabah diberi pengertian mengenai ekonomi koperasi dan menyadarkannya bahwa untuk dapat menaikkan taraf hidup dapat dicapai dengan kerjasama dalam suatu wadah yang diorganisasikan secara teratur. Dalam membela dan mengembangkan kepentingan ekonomi dibawah pengawasan bersama secara demokratis, yaitu melalui pembentukan badan usaha koperasi. Melalui koperasi terdapat kemungkinan yang luas untuk meningkatkan efisiensi baik dalam berproduksi, dalam memasarkan hasil maupun dalam melakukan pembelian bersama.⁴

Koperasi ingin selalu memuaskan dengan meningkatkan kualitas pelayanan terbukti dengan banyaknya nasabah yang bergabung dalam koperasi tersebut. Kemudian dengan masih banyaknya keluhan-keluhan yang muncul dari anggota juga belum diketahui bagaimana penilaian dari konsumen yang berkaitan dengan pertimbangan untuk menjadi nasabah atau anggota dari koperasi, hal tersebut menimbulkan masalah yang di tanggapi oleh pihak koperasi. Menentukan tingkat kepuasan pelanggan dalam hal ini Koperasi, ada beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan. Salah satu di antaranya adalah kualitas pelayanan. Koperasi akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik

⁴Ir. Arita Marini, *Ekonomi Dan Sumber Daya*; disunting oleh Iskandar Agung (Jakarta: DEPDKNAS, 2008), h. 100.

atau sesuai yang diharapkan.⁵ Sering dikatakan bahwa memuaskan kebutuhan konsumen sangat penting bagi keberhasilan bisnis. Memuaskan kebutuhan konsumen atau dalam hal ini anggota sesungguhnya prasyarat bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan di dalamnya.⁶

Koperasi bertujuan meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, sekaligus sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari tatanan perekonomian nasional yang demokratis dan berkeadilan. Rasio modal sendiri terhadap pinjaman diberikan yang berisiko merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur modal sendiri terhadap pemenuhan pinjaman yang berisiko yang artinya semakin besar modal sendiri maka semakin besar juga pinjaman yang bisa dipenuhi dan semakin besar juga nilai rasionya.

Penilaian aspek manajemen dimaksudkan untuk menilai seberapa baik penanganan suatu koperasi terhadap manajemen umum, kelembagaan, manajemen permodalan, manajemen aktiva, dan manajemen likuiditas. Koperasi merupakan badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum koperasi, dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial, dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip koperasi. Koperasipun dibagi menjadi

⁵Rahmat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 158

⁶Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, (Jakarta: Rieneka Cipta, 2001) h. 51

beberapa yaitu koperasi konsumen, koperasi produsen, koperasi jasa, dan koperasi simpan pinjam.⁷

Pada dasarnya, setiap usaha dan pekerjaan yang menguntungkan seseorang atau masyarakat, yang dapat dikategorikan sebagai suatu yang halal dan mengandung kebaikan sangatlah ditekankan adanya bentuk kerja sama dan gotong royong adalah koperasi. Koperasi adalah suatu perserikatan dengan tujuan berusaha bersama yang terdiri atas mereka yang lemah dan diusahakan sekali dengan semangat tidak memikirkan diri sendiri sedemikian rupa, sehingga masing-masing sanggup menjalankan kewajiban sebagai anggota dan mendapat imbalan sebanding dengan pemanfaatan mereka terhadap organisasi.⁸

Mendirikan koperasi itu dibolehkan karena pada dasarnya untuk menolong dan demi kemaslahatan manusia. Karena tidak ada unsur merugikan ataupun mendzalimin. Sebagaimana berdasarkan dalil Q.S al Maidah/5:2

•♦ ☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞ ☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞ ☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞ ☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞
•♦♦☞ ☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞ ☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞ ☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞ ☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞
☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞ ☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞ ☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞ ☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞ ☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞
☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞ ☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞ ☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞ ☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞ ☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞
☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞ ☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞ ☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞ ☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞ ☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞
☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞ ☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞ ☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞ ☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞ ☞☞☞☞☞☞☞☞☞☞

Terjemahnya:

Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan

⁷Sutantya Rahardja Hadhikusuma R.T., *Hukum Koperasi Indonesia*, (Jakarta :PT Raja Grafindo Pesada, 2005) h. 5

⁸Abdul Hamid, *peranan koperasi pondok pesantren miftahul ulum dalam memberdayakan ekonomi masyarakat desa pesisir kecamatan sumberasih-probolinggo*, Volume 1, tahun 2015

bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya”. (Al-maidah:2)⁹

Tolong menolong merupakan perbuatan terpuji menurut agama Islam.

Salah satu bentuk tolong menolong adalah mendirikan koperasi, maka mendirikan dan menjadi anggota koperasi merupakan salah satu perbuatan terpuji menurut agama Islam. Serta azas koperasi syariah yaitu berdasarkan konsep gotong royong, dan dalam hal keuntungan yang diperoleh maupun kerugian yang diderita harus dibagi secara sama dan proporsional.

Berdasarkan permasalahan tersebut disinilah peran koperasi simpan pinjam dalam membantu preferensi nasabah dengan simpan pinjam modal usaha atas dasar hukum koperasi, karena koperasi Bakti Huria ini berbeda dengan koperasi yang ada disekitarnya. Di mana koperasi Bakti Huria bisa mendapatkan sertifikat dan buku tabungan, dengan simpanan dijemput dikarenakan transaksi online dan terkoneksi langsung dengan kantor KSP Bakti Huria. Lain lagi dengan koperasi yang ada disekitarnya, walaupun proses simpan pinjam modal usaha sama dengan koperasi Bakti Huria, tetapi koperasi yang ada disekitarnya belum tentu terkoneksi langsung secara online dengan kantornya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ilmiah sehingga memberikan kemaslahatan nasabah sesuai dengan apa yang diharapkan Nasabah maka penulis tertarik mengangkat judul “Pengaruh

⁹Depag RI, 1990, *Al-Qur'an dan terjemahannya*. Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an

Produk, Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Preferensi Nasabah Koperasi Bakti Huria Di Belopa Kabupaten Luwu”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, ada beberapa permasalahan yang merupakan agenda penelitian yang akan di kaji yaitu:

1. Bagaimana pengaruh produk terhadap preferensi Nasabah Koperasi Bakti Huria Belopa?
2. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap preferensi Nasabah Koperasi Bakti Huria Belopa?
3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap preferensi Nasabah Koperasi Bakti Huria Belopa?
4. Bagaimana Preferensi Nasabah terhadap Koperasi Bakti Huria di Belopa?

C. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang dinyatakan secara singkat dan jelas. Selain itu hipotesis menyatakan hubungan antara dua variabel atau lebih yang berlandaskan teori dan pengalaman yang kuat. Hipotesis masih bersifat sementara oleh karena itu, hipotesis harus di uji dan diukur kebenarannya melalui penelitian lapangan.¹⁰

¹⁰Sukirman, *Cara Kreatif Menulis Karya Ilmiah*, Makassar: Angkasa Timur, 2015, h. 229

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka dapat ditarik hipotesis sementara yaitu:

H1: Variabel Produk memengaruhi preferensi nasabah terhadap Koperasi Bakti Huria di Belopa.

H2: Variabel pelayanan memengaruhi preferensi nasabah terhadap koperasi Bakti Huria di Belopa.

H3: Variabel Lokasi memengaruhi preferensi nasabah terhadap koperasi Bakti Huria di Belopa.

H4 : Variabel Produk, pelayanan, dan lokasi memengaruhi preferensi nasabah terhadap koperasi Bakti Huria di Belopa.

D. Definisi Operasional

Untuk mengetahui deskripsi yang jelas tentang arah pembahasan ini, maka penulis memberikan pengertian dan maksud kata yang terdapat dalam rangkaian penelitian ini yang berjudul "*Pengaruh Produk, Pelayanan, dan Lokasi Preferensi Nasabah Koperasi Bakti Huria di Belopa Kab. Luwu*" sebagai berikut:

1. Produk

Yang dimaksud dengan produk dalam penelitian adalah nasabah yang pada Koperasi Bakti Huria Belopa di mana nasabah pada penelitian ini dari berbagai macam produk dari simpanan masyarakat mikro, simpanan masyarakat untuk pendidikan, pinjaman harian tapi singkat, pinjaman pegawai Negeri Sipil, pinjaman produktif masyarakat. Produk ini dicari pengaruhnya dengan Preferensi

Nasabah pada Koperasi Bakti Huria. Di mana produk di penelitian ini, merupakan variabel bebas.

2. Pelayanan

Yang dimaksud dengan pelayanan adalah perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan Nasabah Koperasi Bakti Huria demi tercapainya kepuasan pada Nasabah itu sendiri. Pelayanan ini dicari pengaruhnya dengan preferensi Nasabah Belopa. Dimana pelayanan di penelitian ini, merupakan variabel bebas.

3. Lokasi

Yang dimaksud dengan lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha yang dilakukan, dimana lokasi yang mudah dijangkau oleh Nasabah. Lokasi ini dicari pengaruhnya dengan preferensi Nasabah Belopa. Di mana Lokasi di penelitian ini merupakan variabel bebas.

4. Preferensi

Yang dimaksud dengan Preferensi adalah suatu bentuk pernyataan yang menyatakan perasaan lebih cenderung atau lebih suka di Koperasi Bakti Huria Belopa daripada Koperasi yang lainnya. Di mana Preferensi di penelitian ini merupakan variabel terikat.

Sedangkan dalam penelitian ini mencakup analisis untuk menentukan apakah ada pengaruh antara variabel-variabel yang ada pada pola pengaruh produk, pelayanan, lokasi, jika ada maka selanjutnya akan ditentukan variabel mana yang paling kuat pengaruhnya dengan Preferensi Nasabah.

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Produk terhadap preferensi Nasabah Koperasi Bakti Huria di Belopa.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap preferensi Nasabah Koperasi Bakti Huria di Belopa.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap preferensi Nasabah Koperasi Bakti Huria di Belopa.
4. Untuk mengetahui preferensi Nasabah terhadap Koperasi Bakti Huria di Belopa.

F. Manfaat penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu antara lain:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini memberikan serta menambah pengetahuan baru mengenai hubungan pengaruh preferensi nasabah terhadap Koperasi Bakti Huria di Belopa Kabupaten Luwu dan sebagai informasi tambahan khususnya pada Koperasi yang ada di Kota Belopa demi meningkatkan preferensi nasabah di Belopa.
 - b. Sebagai referensi dan bahan perbandingan bagi peneliti berikutnya terkait dengan masalah yang sama sekaligus sebagai bahan untuk mengaplikasikan pemahaman penulis tentang teori-teori yang didapatkan sebelumnya.
2. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat menjawab persoalan yang terkait dengan preferensi nasabah koperasi Bakti Huria dimasa yang akan datang dan sebagai bahan untuk menambah pustaka yang ada di bidang Preferensi nasabah koperasi berdasarkan dengan realita yang ada di masyarakat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian ini akan mengemukakan penelitian sebelumnya dengan masalah yang diangkat, karena sejauh ini penulis belum menemukan hal yang serupa dengan yang penulis teliti, tetapi penulis menemukan hal skripsi yang terkait dengan penelitian yang penulis lakukan oleh Finna Putri Barna yang berjudul “*Faktor-faktor yang Memengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah*”. Dalam skripsinya tersebut membahas mengenai Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel produk berpengaruh secara signifikan terhadap pereferensi nasabah di Belopa. Artinya apabila Produk bermacam-macam maka preferensi nasabah semakin meningkat pula. Variabel pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap pereferensi nasabah di Belopa. Artinya apabila pelayanan meningkat maka preferensi nasabah juga akan meningkat. Variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah Belopa. Artinya apabila lokasi meningkat maka preferensi nasabah juga akan meningkat.

Kesimpulanya bahwa faktor-faktor yang memengaruhi preferensi nasabah berpengaruh signifikan pada semua variabel diatas.

Musyafa', "*preferensi masyarakat dan pengaruhnya terhadap perkembangan Bank Syariah (studi atas bank BRI Syariah Yogyakarta)*". Jenis penelitian yang dipilih adalah field research dengan jenis pendekatan normatif dan sosiologi. Beberapa temuan yang dihasilkan dari penelitian ini yaitu: selama beroperasi BRI Syariah Yogyakarta telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan, yang terlihat dari perkembangan jumlah nasabah sebesar 73%. Demikian juga kinerja nampak bahwa BRI Syariah Yogyakarta mengalami peningkatan sebesar 124%. Penelitian ini juga menghasilkan temuan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah dan faktor religiuslah yang memiliki pengaruh paling tinggi.

Bank Indonesia dan UNDIP "*Faktor-faktor Preferensi Masyarakat Terhadap Bank Syariah di Wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta*". Penelitian ini adalah: (1) Informasi dan Penilaian, (2) Humanisme dan Dinamis, (3) Ukuran dan Fleksibilitas Pelayanan, (4) Kebutuhan, (5) Lokasi, (6) Keyakinan dan Sikap, (7) Materialisme, (8) Keluarga, (9) Peran dan Status, (10) Kepraktisan dalam menyimpan kekayaan, (11) Perilaku Pasca Pembelian, (12) Promosi Langsung, dan (13) Agama menyimpulkan bahwa 91% responden mempunyai keinginan menabung pada bank syariah dan dengan menggunakan metode logit menunjukkan bahwa variabel pendapatan memiliki hubungan yang negatif dan signifikan dengan keputusan individu untuk menjadi nasabah bank

syariah yang berarti orientasi pasar bank syariah adalah kelompok masyarakat berpenghasilan rendah. Serta variabel lain yang signifikan untuk menentukan preferensi masyarakat untuk berhubungan dengan bank syariah adalah faktor agama. Dengan kata lain semakin tinggi pemahaman masyarakat tentang konsep syariah, semakin mendorong mereka untuk menjadi nasabah bank syariah.¹¹

Muhammad Aris Safi'i. "*Preferensi Nasabah Terhadap Gadai emas Syariah (Studi Kasus Gadai emas di BRI Syariah Cabang Yogyakarta)*". Penelitian ini mengacu pada beragamnya pokok permasalahan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah terhadap Gadai emas di BRI Syariah Cabang Yogyakarta". Untuk menjawab permasalahan ini penulis mencoba menulis dan menganalisa 5 (lima) faktor yang diduga mempengaruhi preferensi nasabah yaitu: faktor *trust, religius, profit, service* dan *promotion*.¹² Yang menjadi titik perbedaan dalam penelitian ini adalah jenis penelitiannya, penulis mengambil jenis penelitian kualitatif untuk mendeskripsikan secara jelas sedangkan penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan data secara statistik, penulis menguraikan faktor-faktor preferensi nasabah secara umum sedangkan penelitian terdahulu membatasi faktor-faktor preferensinya (secara khusus).

¹¹Bank Indonesia dan UNDIP, *Potensi, Preferensi Masyarakat Terhadap Bank Syariah di Wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta*, Penelitian, 2000, hlm. 26.

¹²Muhammad Aris Safi'i, *Preferensi Nasabah Terhadap Gadai emas Syariah (Studi Kasus Gadai emas Di BRI Syariah Cabang Yogyakarta)*, Masters Thesis, Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.

Penelitian yang dilakukan Bank Indonesia dengan Pusat Penelitian Kajian Pembangunan Lembaga Penelitian Universitas Diponegoro Semarang menjelaskan bahwa preferensi terhadap tingkat *triabilitas/observabilitas* yang menunjukkan derajat keingintahuan masyarakat terhadap perbankan syariah maka terlihat bahwa kabupaten Brebes dan Kota Semarang merupakan daerah dengan derajat keingintahuan yang tertinggi. Dan Sikap masyarakat yang meliputi sikap terhadap sistem dan produk perbankan syariah menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat tidak mengetahui sistem maupun produk perbankan syariah. Meskipun demikian, ada beberapa daerah yang mempunyai proporsi terbesar berkaitan dengan pengetahuan tentang sistem dan produk terdapat pada Kabupaten Demak dan Kabupaten Kendal.¹³

Berdasarkan penelitian di atas maka penulis menarik kesimpulan terdapat penelitian yang sejalan dengan penelitian yang penulis lakukan, di antara yaitu penelitian Finna Putri Barna yang berjudul “*Faktor-faktor yang Memengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah*”. Dalam skripsinya membahas tentang faktor-faktor yang memengaruhi pereferensi nasabah, hasil penelitiannya mengemukakan bahwa produk berpengaruh positif terhadap pereferensi Nasabah. Begitupun dengan Musyafa’, “*preferensi masyarakat dan pengaruhnya terhadap perkembangan Bank Syariah (studi atas bank BRI Syariah Yogyakarta)*”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa perkembangan berpengaruh terhadap

¹³Bank Indonesia dan UNDIP, *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syariah di Wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta*, Penelitian, 2014, h. 26.

preferensi nasabah dimana, semakin banyak perkembangan yang diberikan kepada nasabah maka preferensi nasabah meningkat. Begitupun dengan penelitian yang dilakukan oleh, Muhammad Aris Safi'i "*Preferensi Nasabah Terhadap Gadai emas Syariah (Studi Kasus Gadai emas di BRI Syariah Cabang Yogyakarta)*". Yang menyimpulkan bahwa menganalisa 5 (lima) faktor yang diduga mempengaruhi preferensi nasabah yaitu: faktor trust, religius, profit, service dan promotion berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel preferensi nasabah.

Kemudian terdapat pula penelitian yang tidak sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya, di antaranya yaitu penelitian yang dilakukan Bank Indonesia dengan Pusat Penelitian Kajian Pembangunan Lembaga Penelitian Universitas Diponegoro Semarang. "*Preferensi terhadap tingkat triabilitas/observabilitas*", yang menyimpulkan bahwa faktor memengaruhi preferensi nasabah hanya sebagian besar masyarakat tidak mengetahui sistem maupun produk perbankan syariah. Begitupun dengan penelitian yang dilakukan oleh Bank Indonesia dan UNDIP "*Faktor-faktor Preferensi Masyarakat Terhadap Bank Syariah di Wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta*". Yang menyimpulkan bahwa variabel preferensi nasabah memiliki hubungan yang berpengaruh negatif dan signifikan dengan keputusan individu untuk menjadi nasabah.

Meskipun terdapat beberapa penelitian dengan variabel yang sama, namun belum ada penelitian yang bertema sama dengan penelitian yang Penulis teliti.

Dan yang paling menonjol di dalam penelitian ini yaitu analisis yang digunakan untuk mengolah data ialah analisis korespondensi yang dapat menunjukkan bagaimana variabel-variabel saling berhubungan, sehingga kita dapat melihat secara jelas hubungan antar variabel-variabel tersebut.

Oleh karena itu, terdapat perbedaan antara penelitian penulis sekarang dengan penulis terdahulu. Meskipun nantinya terdapat kesamaan yang berupa kutipan atau pendapat-pendapat.

B. *Kajian pustaka*

1. *Pengertian Produk*

Produk merupakan barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu, benda atau bersifat kebendaan seperti barang, bahan, atau bangunan yang merupakan hasil konstruksi.

Pada dasarnya produk memiliki tingkatan adalah sebagai berikut:¹⁴

a. Produk inti

Produk inti terdiri dari manfaat inti untuk pemecahan masalah yang diberi konsumen ketika mereka membeli produk atau jasa.

b. Produk aktual

Seorang perencana produk harus menciptakan produk aktual disekitar produk inti. Karakteristik dari produk aktual di antaranya, tingkat kualitas,

¹⁴Kotler, *manajemen pemasaran*, jilid 1, (Jakarta, PT indeks kelompok Gremedia)

nama merek, kemasan yang dikombinasikan dengan cermat untuk menyampaikan manfaat inti.

c. Produk tambahan

Produk tambahan harus diwujudkan dengan menawarkan jasa pelayanan tambahan untuk memuaskan konsumen, misalnya dengan menanggapi dengan baik dari konsumen dan melayani konsumen lewat telepon jika konsumen mempunyai masalah atau pertanyaan.

Secara umum, produk dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu:¹⁵

a. Produk Konsumsi

Produk konsumsi merupakan setiap produk yang digunakan oleh konsumen akhir. Dalam hal ini, produk yang dibeli akan dikonsumsi/ digunakan secara langsung dan tidak akan di jual ataupun dibisniskan kembali oleh orang yang bersangkutan.

b. Produk Industri

Produk industri merupakan setiap produk yang sengaja dibeli sebagai barang yang diperdagangkan kembali oleh pembelinya.

Adapun faktor-faktor yang pengaruhi produk menurut Feigenbaum adalah:¹⁶

a. *Market* (pasar)

b. *Money* (uang)

¹⁵Kotler, *manajemen pemasaran*, jilid 1, (Jakarta, PT indeks kelompok Gremedia)

¹⁶<http://srivatiningasih.blogspot.co.id/2014/11/perencanaan-produk.html>

- c. *Management* (manajemen)
- d. *Man* (manusia)
- e. *Motivation* (motivasi)
- f. *Materials* (bahan)
- g. *Machine and mechanisation* (mesin dan mekanisasi)
- h. *Modern information methods* (metode informasi modern)
- i. *Mounting product requiremen* (persyaratan proses produksi)

2. Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen itu sendiri.

Menurut Kotler Pelayanan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.¹⁷

Faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan sebagai berikut:¹⁸

- a. **Bukti langsung**

Bukti langsung merupakan nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen.

- b. **Keandalan**

¹⁷Kotler, *manajemen pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002)

¹⁸Parasuraman, Zeithaml, dan L.L Berry, *Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality*, *Jurnal of Retailing*, Vol. 64, No 1

Merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu.

c. **Ketanggapan**

Merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.

d. **Jaminan**

Merupakan pengetahuan dan perilaku untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.

e. **Empati**

Merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen.

3. Pengertian Lokasi

Pada studi Geografi, lokasi merupakan variabel penting yang dapat mengungkapkan berbagai hal tentang gejala atau fenomena yang dipelajari. Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha yang dilakukan. Salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas.¹⁹

¹⁹Kotler, *manajemen pemasaran*, jilid 1, (Jakarta, PT indeks kelompok Gremedia)

4. *Pengertian Preferensi*

Preferensi menurut kamus Ekonomi Praktis adalah pilihan, kecenderungan atau kesukaan. Preferensi merupakan pilihan seseorang terhadap suatu objek. Preferensi masing-masing orang berbeda karena adanya beda kecenderungan dan pengalaman. Sedangkan faktor-faktor utama yang banyak memengaruhi perilkumasyarakat adalah: faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi dan lain-lainnya.²⁰

5. *Tujuan preferensi*

Merupakan keputusan akhir dalam proses pembelian untuk dapat dinikmati oleh konsumen sehingga dapat mencapai kepuasan konsumen. Dengan preferensi dan anggaran yang tersedia, dapat diketahui bagaimana setiap konsumen memilih berapa banyak barang yang dibeli.

Hal ini dapat diasumsikan bahwa konsumen dapat membuat pilihan secara rasional, mereka yang memilih barang untuk memaksimalkan kepuasan yang dapat mereka raih dengan anggaran terbatas yang mereka miliki.

Pada dasarnya konsumen mengikuti proses atas tahapan dalam pengambilan keputusan dimana proses pengambilan keputusan konsumen yang paling kompleks.²¹

a. Keputusan pembelian

²⁰Dumairi Nur, Muntahal Hadi, *Kamus Ekonomi Praktis* (Pasuruan: Pustaka Sidogiri, 20014), h. 187.

²¹Mowen dan Minor, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta, Penerbit Erlangga, 2002) h. 16

Keputusan pembelian akan diambil setelah konsumen membentuk preferensi atas merek dan atribut dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai, dimana niat dan keputusan pembelian dipengaruhi oleh sikap orang lain dan faktor situasi yang tidak terantisipasi yang dapat muncul dan mengubah nilai pembelian.

b. Perilaku pasca pembelian

Setelah membeli produk, konsumen mengharapkan dampak dari pembelian tersebut, apakah konsumen puas atau tidak puas. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen itulah yang akan mempengaruhi pembelian selanjutnya atas suatu produk.

Ada tiga motif masyarakat melakukan pembelian terhadap produk jasa diantaranya:²²

1. Masyarakat termotivasi untuk membeli produk berdasarkan kebutuhan primer dan sekunder.
2. Masyarakat termotivasi membeli produk berdasarkan rasio barang atau produk. Juga berdasarkan emosi.
3. Masyarakat termotivasi membeli produk berdasarkan layanan yang memuaskan, tempatnya dekat, cukup prsediaan barang dan realistis.

6. *Wawasan Preferensi*

²²Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2004), h. 243

Preferensi sangat erat kaitannya dengan persepsi, learning, motivasi, personality sikap dan keputusan nasabah. Persepsi merupakan proses dimana suatu sensasi yang mengacu pada respon langsung dari panca indra kita terhadap suatu rangsangan dipilih, diorganisir dan diinterpretasikan.

Preferensi atau kecenderungan terhadap suatu objek sangat erat kaitannya dengan persepsi dan kepuasan seseorang. Pengukuran preferensi individu digunakan teori preferensi MBTI (*Myers-Birggs Type Indicator*) yang diperkenalkan oleh *Calr Gustav Jung*, dan dipopulerkan oleh *Katharine Briggs dan Isabel Myers*. Dalam teori tersebut dikemukakan ada sebuah alat ukur yang sangat berguna untuk mengenali preferensi seseorang atau kelompok, yaitu dengan melihat delapan preferensi kepribadian yang digunakan setiap orang dalam kondisi berbeda.

Apabila dipergunakan, maka akan disebut tipe kecenderungan atau kebiasaan.

1. *Extraversi (E) dan Introversi (I)* (Sifat Terbuka dan Sifat Tertutup)

Extraversi (E) dan *Introversi (I)* berbicara bagaimana seseorang berhubungan dengan dunia dan pengelolaan energy fsikis. Secara simpel dapat diartikan bahwa ada orang yang suka berinteraksi dengan orang lain namun ada juga yang suka menyendiri. Seseorang dengan kecenderungan E maka akan suka berinteraksi dengan orang lain. Seseorang dengan kecenderungan I maka akan suka untuk menyendiri. Ciri dari orang yang memiliki kecenderungan E misalnya ekspretif dan memiliki banyak minat walaupun tidak begitu mendalam.

Sebaliknya orang yang memiliki kecenderungan I dia akan terlihat menahan diri dan memiliki sedikit minat namun mendalam.²³

2. *Sensing (S)* dan *Intuition (I)* (Pengindraan dan Intuisi)

Disingkat S dan I, berbicara mengenai bagaimana individu menyerap informasi dan mengelola informasi tersebut. Orang dengan kecenderungan S akan selalu melihat secara detail, menyukai hal-hal yang terukur dan nyata, serta menyukai rutinitas. Sebaliknya, orang yang memiliki kecenderungan I selalu akan melihat pola besar dalam mengerjakan sesuatu, suka berfikir mengenai kemungkinan-kemungkinan dan tidak menyukai rutinitas.²⁴

3. *Thinking (T)* dan *Feeling (F)* (Pikiran dan Perasaan)

Disingkat T dan F, membahas tentang bagaimana kecenderungan seseorang dalam mengambil keputusan. Suatu hal yang perlu diluruskan ialah pengambilan keputusan seseorang dengan cara F juga merupakan proses yang rasional (masuk akal). Individu dengan kecenderungan T mengambil keputusan dengan analisis yang logis dan objektif, sementara individu dengan kecenderungan F mengambil keputusan berdasar dengan nilai-nilai yang diembannya atau empati.²⁵

4. *Judging (J)* dan *Perceiving (P)* (Mempertimbangkan dan Persepsi)

²³*Ibid*, h. 23

²⁴*Ibid*, h. 31

²⁵*Ibid*, h. 31

Kecenderungan J dan P berbicara mengenai cara individu untuk mengorganisasikan hidupnya. Individu dengan kecenderungan J akan selalu untuk melakukan pengaturan dan pengorganisasian dalam hidupnya. Sementara, orang dengan kecenderungan P cenderung bersikap fleksibel dan spontan.²⁶

Salah satu fakta yang tidak bisa dipungkiri adalah setiap orang merupakan konsumen. Konsekuensinya produsen harus mempelajari cara menjadi konsumen yang bijak, tujuannya agar dapat membuat keputusan pembelian optimal. Faktor fundamental dalam perilaku konsumen adalah premis bahwa konsumen membeli sebuah barang/produk bukan semata-mata karena mengejar manfaat fungsionalnya, namun lebih dari itu mencari makna tertentu.

7. Pengertian Koperasi

Koperasi adalah dari segi etimologi kata “koperasi” berasal dari bahasa Inggris, yaitu *cooperation* yang artinya bekerja sama. Sedangkan dari segi terminologi, koperasi ialah suatu perkumpulan atau organisasi yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum yang bekerja sama dengan penuh kesadaran untuk meningkatkan kesejahteraan anggota atas dasar sukarela secara kekeluargaan.²⁷

Adapun koperasi menurut Mahmud Machfoedz koperasi adalah perusahaan yang didirikan oleh beberapa orang atau perusahaan yang mempunyai kepentingan yang sama untuk mengurangi biaya dan mendapatkan kekuatan

²⁶ *Ibid*, hal. 32

²⁷Abdurrahman hafidz & Abdurrahman yahya. *Bisnis Dan Muamalah Kontemporer*. Bogor,2014, Al Azhar Freshzone Publishing, h. 12

ekonomis melalui kepemilikan bersama. Setiap pemilik merupakan anggota yang membayar iuran tahunan dan mendapat bagian dari setiap keuntungan.²⁸

Koperasi merupakan badan hukum dengan beberapa ciri perseroan, seperti tanggung jawab terbatas, tentang hidup perusahaan tidak terbatas, pemilihan dewan direksi, dan memperkerjakan staf administrasi. Koperasi membagikan semua laba yang didapat kepada para anggotanya secara proporsional berdasarkan iuran masing-masing. Karena Koperasi tidak menerima laba maka badan usaha ini tidak dibebani pajak.

1. Koperasi Penjual

Koperasi penjual beranggotakan individu-individu produsen dengan tujuan untuk menghadapi persaingan secara efektif dengan produsen besar. Anggota memberikan dukungan langsung terhadap pengembangan pasar, periklanan, dan aktivitas lain.

2. Koperasi Pembeli

Koperasi ini membeli produk dalam jumlah yang disesuaikan dengan harga yang paling tepat. Misalnya, koperasi sembilan bahan makan pokok (sembako). Pada akhir tahun anggota menerima bagian dari keuntungan berdasarkan volume pembelian yang mereka lakukan. Anggota yang membeli lebih banyak akan menerima bagian dari laba yang lebih besar.

²⁸Mahmud Machfoedz, *Pengantar Bisnis Modern*, (Ed. I; Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2007), h. 24.

Koperasi dari segi bidang usahanya ada yang hanya menjalankan suatu bidang usaha saja, misalnya bidang konsumsi, bidang kredit atau bidang produksi. Koperasi usaha tunggal (single porpose). Adapula koperasi yang meluaskan usahanya dalam berbagai bidang, disebut koperasi serba usaha (multi porpose), misalnya pembelian dan penjualan.²⁹

Koperasi Bakti Huria adalah organisasi swasta yang dibentuk oleh orang-orang yang mempunyai kepentingan bersama. Kopersai ini juga memberikan keuntungan timbal balik antara anggota kopersainya maupun perusahaan koperasi lainnya. Namun demikian yang dimaksud dengan koperasi disini adalah suatu bentuk peraturan dan tujuan tertentu pula, perusahaan yang didirikan oleh orang-orang tertentu, untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu.³⁰

8. Sejarah Koperasi

Gerakan koperasi timbul karena di latar belakang oleh adanya aspirasi para pembaharu sosial pada abad ke-14 di daratan Eropa, serta dapat dicatat dan dikemukakan mereka yang mempunyai peranan yang besar dalam mengembangkan koperasi, R.T. Sutanya Raharja Hadikusuma,³¹ mengemukakan bahwa berikut beberapa tahap, di antaranya:

a. *Francois Charles Fourier (1771-1837)*

²⁹Suhrawardi K.Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (cet. II; Jakarta: Sinar Grafika Offest, 2000), h. 122

³⁰Indrawan Rully, *Ekonomi Koperasi*. (Bandung: Lemlit Unpas, 2014),h 34:

³¹ R.T. Sutanya Raharja Hadikusuma, h. 5-7.

Terlahir sebagai anak seorang pedagang berkebangsaan prancis yang berpendapat bahwa untuk menghapus kemelaratan kaum miskin sebaiknya di bentuk suatu masyarakat yang secara bersama yang mempunyai kegiatan-kegiatan produksi, sosial, dan pendidikan yang pemilihannya dilaksanakan secara bersama-sama.³²

b. *Robert Owen* (1771-1858)

Seorang industrialis kaya raya yang bertekad memberantas kemiskinan dengan jalan membentuk suatu masyarakat yang mampu memenuhi kebutuhannya sendiri dengan cara bekerja sama dalam satu atap dan sebagainya titik berat dari usaha ini dari sektor pertanian.³³

c. *William king*

Seorang dokter dari inggris yang juga ingin mengatasi kemelaratan ide William King ini mirip dengan Robert owen ide dari William King ini merupakan landasan pertumbuhan koperasi konsumsi. Banyak pihak yang mengatakan atau menjuluki bahwa beliau adalah bapak koperasi.³⁴

9. Tujuan Koperasi

Tujuan ekonomi yang dimaksud adalah koperasi harus bekerja berdasarkan motif ekonommi atau mencari keuntungan, ssedangkan untur sosial

³²Ibid , h. 6

³³ Ibid, h. 7

³⁴ Ibid, h. 7

yang terdapat dalam definisi tersebut bukan dalam berarti kederwanaan, tetapi lebih untuk menerangkan kedudukan anggota dalam organisasi, hubungan antar sesama anggota dan hubungan anggota dengan pengurus, selain itu juga terdapat unsur sosial yang lain seperti cara kerja yang demokratis, kesamaan derajat, persaudaraan, dan pembagian sisa hasil usaha kepada anggota secara proporsional dengan jasanya serta saling tolong menolong.³⁵

Dapat ditemukan dalam pasal 3 UU No. 25 tahun 1992 tentang perkoperasian, yang berbunyi ;” Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan UUD 1945”.

Berdasarkan pasal tersebut, tujuan koperasi pada garis besarnya meliputi 3 hal yaitu:

- a. Memajukan kesejahteraan anggotanya;
- b. Memajukan kesejahteraan masyarakat;
- c. Ikut serta membangun tatanan perekonomian nasional.

Koperasi bertujuan untuk menjadikan kondisi sosial dan ekonomi anggotanya lebih baik dibandingkan sebelum bergabung dengan Koperasi. Tetapi sulit merubah keyakinan masyarakat bahwa kondisi ‘buram’ perkoperasian hanyalah sebab-sebab bukan gejala umum.

³⁵Hafids Abdurrahman, *Bisnis dan Muamalah Kontemporer*, (Bogor: Al Azhar Freszone Publishing), h. 6

10. Peraturan Perundang-Undangan Tentang Koperasi

Koperasi merupakan salah satu badan usaha yang berbadan hukum dengan usaha yang beranggotakan orang-orang yang berorientasi menghasilkan nilai tambah yang dapat dimanfaatkan bagi peningkatan kesejahteraan anggotanya.

Menurut Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia No 20/pet/M.KUKM/XI/2008 tentang Pedoman Penilaian Kesehatan Koperasi Simpan pinjam dan unit simpan pinjam Koperasi. Menurut undang-undang No.12 tahun 1967 pasal 3 menyatakan bahwa: “koperasi Indonesia adalah organisasi masyarakat yang berwatak social, beranggotakan orang-orang atau badan-badan hokum koperasi yang merupakan tata susunan ekonomi sabagai usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan”.

Pengertian Koperasi secara yuridis dapat dilihat pada undang-undang di atas yang menekankan pada pengertian koperasi sebagai organisasi ekonomi, yang berwatak social, dan dikelola berdasarkan kekeluargaan. Dari pengertian di atas sudah jelas bahwa koperasi seharusnya menjadikan anggotanya sebagai kekuatan. Jadi, anggotalah yang berperan aktif dalam kegiatan koperasi tersebut. Sebagai contoh, ada beberapa orang yang mempunyai bersama (membeli kain) untuk mencukupi kebutuhan bahan kain tersebut. Pemebelian bahan kain diusahakan dengan harga yang semurah-murahnya sesuai dengan kualitas yang dikehendaki, sehingga ada efesiensi biaya yang dikeluarkan.³⁶

³⁶Muhammad Hatta, *pengertian koperasi*. <http://www.blogcatalog.com> akses 29 tahun 2016

Ekonomi koperasi menekankan dari semua, untuk semua oleh semua. Dalam ekonomi koperasi setiap anggota mempunyai hak dan sekaligus kewajiban. Ekonomi koperasi untuk mencapai tujuan melalui demokrasi ekonomi. Demokrasi ekonomi itu diusahakan melalui usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan dengan membentuk badan-badan usaha koperasi oleh masyarakat atas dasar menolong diri sendiri secara mandiri. Dengan demikian demikian kemakmuran seluruh rakyat sejak semula berembang secara demokratis dan merata.

11. Prinsip-Prinsip Koperasi

Perbedaan koperasi dengan bentuk-bentuk perusahaan lainnya, tidak hanya terletak pada landasan dan asasnya, tetapi juga pada prinsip-prinsip pengelolaan organisasi dan usaha yang dilakukan. Prinsip pengelolaan organisasi dan usaha koperasi merupakan penjabaran dari asas kekeluargaan yang dianut oleh koperasi.

Prinsip koperasi atau juga disebut sebagai sendi-sendi dasar koperasi ialah pedoman pokok yang menjiwai setiap gerak langkah pengelolaan dan usaha Koperasi. Penyusunan prinsip koperasi di Indonesia tidak terlepas dari sejarah perkembangan koperasi secara internasional. Dalam mempelajari prinsip Koperasi internasional, disadari bahwa penyusunan prinsip koperasi Indonesia harus sesuai dengan kondisi dan tingkat perkembangan koperasi di Indonesia.³⁷ Dan termuat

³⁷Anwar Prabu Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000), h. 55

nilai koperasi, tujuan, fungsi dan peran koperasi syariah. Sedangkan koperasi konvensional yaitu bisa dilihat dari segi pengertian, konsep, aliran koperasi, dan prinsip.

Koperasi syariah adalah suatu badan hukum yang berlandaskan pada prinsip syariah atau prinsip agama Islam, yang mempunyai visi dan misi yang sesuai dengan ajaran agama Islam. Pada prinsip ini koperasi syariah mengharamkan adanya sistem bunga atau *riba* yang memberatkan nasabah. Koperasi konvensional selalu memberikan bunga pada setiap anggota atau nasabah sebagai keuntungan dari kegiatan tersebut. Sedangkan pada Koperasi syariah, bagi hasil adalah cara yang diambil untuk melayani para nasabahnya.⁴⁰

Pada dasarnya setiap kegiatan usaha yang dilakukan baik kelompok maupun perseorangan sah saja. Namun, ada beberapa pantangan yang harus dihindari dalam menjalan suatu usaha atau bisnis tersebut. Dan ini harus dipegang sebagai pantangan moral bisnis (*moral hazard*), yaitu:

1. *Maysir* yaitu segala bentuk spekulasi judi (*gambling*) yang mematikan *sector* riil dan tidak produktif.
2. *Asusila* yaitu praktik usaha yang melanggar kesusilaan dan norma sosial.
3. *Gharar* yaitu segala transaksi yang tidak transparan dan tidak jelas sehingga berpotensi merugikan salah satu pihak.
4. *Haram* yaitu objek transaksi dan proyek usaha yang diharamkan syariah.

⁴⁰ <http://kangobed.blogspot.com/2013/09/perbedaan> antara koperasi syariah dan koperasi konvensional.html

5. *Riba* yaitu segala bentuk distorsi mata uang menjadi komoditas dengan menganakan tambahan (bunga) pada transaksi kredit atau pinjaman dan pertukaran/barter lebih antar barang ribawi sejenis. Pelarangan riba ini mendorong usaha yang berbasis kemitraan dan kenormalan bisnis, di samping menghindari praktik pemerasan, eksploitasi dan pendzaliman oleh pihak yang memiliki posisi tawar tinggi terhadap pihak yang berposisi tawar rendah.
6. *Ihtikar* yaitu penimbunan dan monopoli barang dan jasa untuk tujuan permainan bunga.
7. Berbahaya yaitu segala bentuk transaksi dan usaha yang membahayakan individu maupun masyarakat serta bertentangan dengan maslahat dalam *maqashid syariah*.

Jika suatu kegiatan usaha atau bisnis yang tidak menghindari dari ketujuh pantangan bisnis syariah tersebut, maka dalam hal ini koperasi syariah dapat kehilangan identitas/jatidirinya. Koperasi harus meninggalkan praktik riba berupa penggunaan skim bunga dalam kegiatan usahanya. Tidak menetapkan bunga dalam kegiatan simpan pinjamnya. Karena, riba bertentangan dengan spirit kemitraan, keadilan, dan kepedulian terhadap lingkungan. Sistem bunga tidak peduli dengan nasib debiturnya dan tidak adil dalam penetapan bunga atas pokok modal.

13. Tinjauan Ekonomi Syariah

Pandangan masyarakat terhadap ekonomi syariah di koperasi Bakti Huria, dalam konsep pendirian KSP Bakti Huria ini, dalam pandangan ekonomi islam,

menggunakan konsep *syirkah* yang artinya percampuran dua bagian atau lebih sehingga tidak bisa lagi dibedakan antara yang satu dengan yang lainnya.

Syirkah hukumnya *jaiz (mubah)*, berdasarkan dalil Hadits Nabi saw berupa taqrir (pengakuan) beliau terhadap *syirkah*. Pada saat beliau diutus sebagai nabi, orang-orang pada saat itu telah bermuamakah dengan cara bersyirkah dan Nabi saw membenarkannya.

Teks Hadist Menurut Abu Dawud bahwa *syirkah* yaitu:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ سَلِيمَانَ الْمَصْبِغِيُّ حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الرَّبِيعِ عَنْ أَبِي حَيَّانَ النَّيْمِيِّ عَنْ أَبِيهِ
عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَفَعَهُ قَالَ إِنَّ اللَّهَ يَقُولُ أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكِينَ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ فَإِذَا خَانَ
خَرَجْتُ مِنْ بَيْنِهِمْ

Artinya:

Aku adalah yang ketiga dari dua orang yang berserikat selama tidak ada pihak yang mengkhianati mitra perserikatan, jika ada yang berkhianat maka aku keluar dari keduanya.⁴¹

Dari definisi yang dikemukakannya di atas bahwa Allah Swt akan memberi berkah ke atas harta perkumpulan dan memelihara keduanya (mitra kerja) selama mereka menjaga hubungan baik dan tidak saling mengkhianati. Apabila salah seorang berlaku curang niscaya Allah SWT akan mencabut berkah dari hartanya. Maksud hadis tersebut adalah Allah SWT menjaga dan memberkahi harta orang-orang yang melakukan syirkah, selama salah seorang dari mereka tidak berkhianat.

1. *Ijab-qabul (shighat)*

⁴¹Khafid bin Hajar Askolani, *Kitab Bulughul Marom*, “ Bab syirkah wakalah”, (Surabaya: Darul Kalam), h. 181

Dalam hal *ijab-qabul*, maka di dalamnya harus ada ungkapan baik lisan atau tertulis yang bisa dipahami bahwa salah satu pihak mengajak pihak lain untuk berserikat melakukan aktivitas bisnis dan harus ada penerimaan atau persetujuan pihak lain terhadap ajakan itu. Begitu pula kesepakatan menyerahkan atau menyeter sejumlah harta untuk berserikat juga belum bisa dinilai sebagai akad *syirkah*.

2. Dua pihak yang berakad (*aqidani*)

Kedua pihak yang berakad itu, pihak pertama pihak yang menyatakan *ijab* yaitu pihak yang menyampaikan ajakan berserikat untuk melakukan suatu aktivitas bisnis. Pihak kedua adalah pihak yang menyatakan *qabul* atau menerima ajakan itu. Kedua pihak itu syaratnya harus memiliki kelayakan (*ahliyah*) melakukan *tasharruf*.

3. Obyek akad (*ma'qud 'alayhi*)

Sehingga akad *syirkah* itu sah, maka disyaratkan pertama, bahwa obyek akadnya haruslah berupa *tasharruf*, Kedua, *tasharruf* yang diakadkan di dalam akad *syirkah* itu harus bisa diwakalahkan sehingga apa yang diperoleh dari *tasharruf* itu menjadi hak kedua pihak secara berserikat.

Dalam dunia perkoperasian, dalam memberikan pelayanan kepada nasabah haruslah wajar dan tidak melanggar aturan agama, sehingga dalam proses pelayanan para anggota merasa tenang dan sering berkonsultasi dengan pengurus Koperasi. Dalam proses memberikan pelayanan yang baik oleh pengurus Koperasi Bakti Huria.

Kerangka Pemikiran

Dari rangkaian pemikiran di atas merupakan bentuk sederhana dari koefisien korelasi dan persamaan regresi antar variabel. Hal ini merupakan gambaran sederhana terhadap penelitian yang memiliki variabel berganda. Selain itu kerangka pikir tersebut juga dapat dijabarkan bahwa seberapa besar variabel X_1 atau tingkat produk memberi pengaruh terhadap variabel Y atau Preferensi Nasabah, variabel X_2 atau pelayanan memberi pengaruh terhadap variabel Y atau Preferensi Nasabah, dan variabel X_3 atau Lokasi memberi pengaruh terhadap variabel Y atau Preferensi Nasabah. Serta bagaimana faktor-faktor antara X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap Preferensi Nasabah Belopa.

Indikator Variabel Produk (X_1) adalah:

1. Produk-produk koperasi yang bermacam-macam menarik dan inovatif.
2. Fitur-fitur pendukung/keuntungan yang terdapat dalam produk.
3. Produk Koperasi Bakti Huria bermanfaat bagi pengembangan usaha/ekonomi.
4. Produk Koperasi Bakti Huria aman dari tindak kriminal.

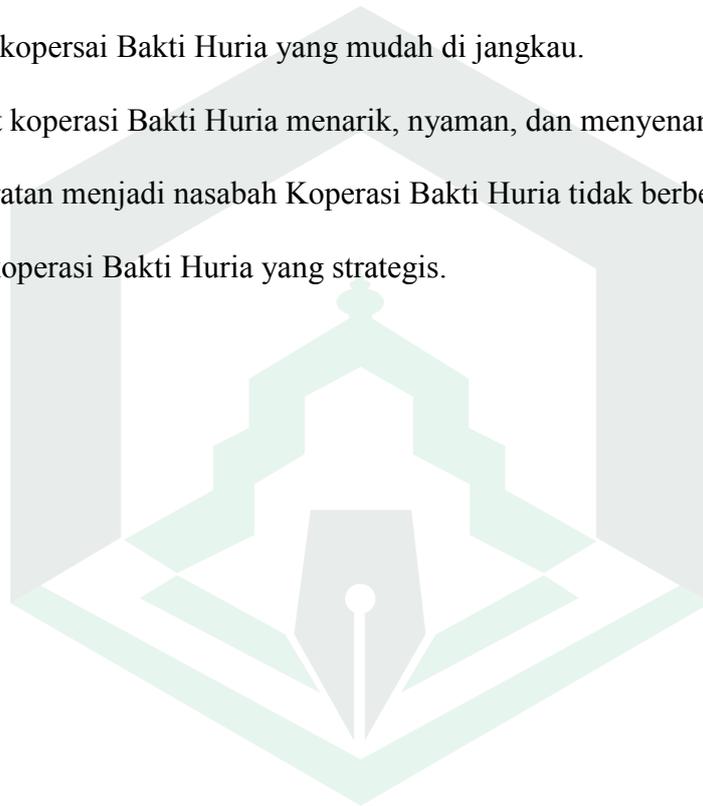
Indikator Variabel Pelayanan (X_2) adalah :

1. Pelayanan yang cepat dari para anggota koperasi Bakti Huria.
2. Pelayanan yang bersikap ramah dari para anggota koperasi Bakti Huria.
3. Pelayanan anggota koperasi Bakti Huria yang tanggap dan memuaskan.

4. Adanya kesabaran yang tinggi dari anggota kopersai Bakti Huria saat melayani nasabah.
5. Anggota Koperasi Bakti Huria menanggapi keluhan yang di hadapi nasabah dengan ramah dan cepat.
6. Anggota tidak pernah melakukan kesalahan dalam pencatatan.

Indikator Variabel Lokasi (X3) adalah :

1. Lokasi kopersai Bakti Huria yang mudah di jangkau.
2. Tempat koperasi Bakti Huria menarik, nyaman, dan menyenangkan.
3. Persyaratan menjadi nasabah Koperasi Bakti Huria tidak berbelit-belit.
4. Letak koperasi Bakti Huria yang strategis.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan lapangan (*Field Research*) yang akan dilakukan secara penelitian kuantitatif deskriptif. Sesuai dengan penelitian yang digunakan diatasi dengan terjun langsung kelokasi penelitian, baik dalam observasi maupun dalam penyebaran kuisioner. Penelitian yang akan ditempuh adalah.⁴² Penelitian ini dimaksudkan untuk mengangkat fakta, keadaan, variabel, dan fenomena-fenomena kemudian menyajikannya dengan apa adanya.

Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Survei merupakan tipe pendekatan dalam penelitian yang ditujukan pada sejumlah besar individu atau kelompok; unit yang ditelahnya, apakah individu ataukah kelompok, jumlah yang relatif besar. Karena jumlah yang ditelahnya relatif besar, tentunya mustahil untuk bisa menelahnya secara intensif, mendalam, mendetail, dan komprehensif seperti halnya yang dilakukan melalui studi kasus. Pada survei, fokus perhatiannya hanya ditujukan kebeberapa variabel saja, mengingat unit yang ditelahnya dalam jumlah besar.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket.

Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang digunakan secara tertulis pada

⁴²Comsuelo G. Sevilla, *Pengantar Metode Penelitian*, Terjemahan oleh Alimuddin Tuwu, (Jakarta: UI Press, 2006), h. 23.

seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapat jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti.⁴³

B. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini, penulis laksanakan di Koperasi Bakti Huria yang berada di Belopa Kabupaten Luwu, sehingga diperlukan upaya penelitian agar dapat diketahui sejauh mana preferensi masyarakat terhadap Koperasi Bakti Huria di daerah Belopa dan sekitarnya.

C. Sumber data

Data yang diperoleh dari berbagai sumber yang terkait dengan masalah yang sedang diteliti, seperti buku, jurnal, koran, dan blog yang berkaitan dengan penelitian. Data yang diperoleh terkait penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian, data primer yang dimaksud di sini adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber yang berkaitan dengan koperasi tersebut.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram.

⁴³ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Edisi Pertama, Cet.XII; Jakarta, PT Bumi Aksara, 2010), hal. 67

D. *Populasi dan sampel*

1. *Populasi*

Menurut kamus riset karangan Drs. Komaruddin yang dimaksudkan dengan populasi adalah semua individu yang menjadi sumber pengambilan sampel. Pada kenyataannya populasi itu adalah sekumpulan kasus yang perlu memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian.⁴⁴ Populasi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah nasabah Koperasi Bakti Huria. Jumlah populasi pada Koperasi Bakti Huria sebanyak 1.600 nasabah⁴⁵. Karena jumlah populasi yang terlalu banyak maka diadakan *sampling* untuk menentukan apakah sampel itu dapat mewakili populasi dengan menggunakan perhitungan statistik agar dapat memberi petunjuk mengenai penyimpangan sampel dari populasi sekaligus dapat memberi kepastian mengenai tingkat kepercayaan yang selanjutnya dipergunakan untuk menilai data yang diperoleh dari sampel.

2. *Sampel*

Sampel secara sederhana diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 nasabah yang terdaftar di koperasi Bakti Huria Belopa dalam penelitian kuantitatif, sampel merupakan sebuah isu yang sangat krusial

⁴⁴ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Edisi Pertama, Cet.XII; Jakarta, PT Bumi Aksara, 2010), hal. 53

⁴⁵ Data diperoleh dari pihak Koperasi Bakti Huria, pada tanggal 15 Januari 2017

yang dapat menentukan keabsahan hasil penelitian.⁴⁶ Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber dayanya adalah orang yang ahli makanan atau penelitian tentang kondisi politik di suatu daerah maka sampel sumber dayanya adalah orang yang ahli politik.

Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini digunakan teknik *Purposiv Sampling* yaitu pengampilan sampel disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian. Adapun kriteria yang dimaksud adalah responden.

3. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti pada studi ini bertindak sebagai pengumpul data aktif, selain itu, penelitian dibantu dengan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

c. Suvey

Daftar pertanyaan dalam angket dibagi kedalam dua bagian. Bagian pertama, berisi pertanyaan mengenai *Pengaruh Produk, Pelayanan, dan Lokasi*. Bagian kedua, berisi pertanyaan mengenai *Preferensi nasabah*. Angket yang digunakan dalam penelitian ada dua bentuk yaitu angket tertutup dan angket terbuka.

Untuk angket tertutup, digunakan metode rating yang dijumlahkan (*Method of Summated Ratings*). Metode rating yang dijumlahkan populer dengan

⁴⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 115

nama penskalaan model Likert, merupakan bentuk kuisisioner yang mengungkap jawaban dari responden tentang pendidikan dan pendapatan (pernyataan) yang berupa tingkat pendidikan Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA), Diploma (DI), dan lain-lain. Begitupun dengan pendapatan (pernyataan) Pendapatan Sangat Tinggi (E), Pendapatan Tinggi (D), Pendapatan Sedang (C), Pendapatan Rendah (B), Pendapatan Sangat Rendah (A).

Setiap jawaban tersebut memiliki skor tersendiri, memiliki skor untuk setiap pilihan (*option*), pada tingkat pendidikan yaitu SD=1, SMP=2, SMA=3, DIPLOMA=4, Lain-Lain=5, sedangkan pada pendapatan setiap pilihannya adalah E=5, D=4, C=3, B=2, A=1.

d. Metode Angket (Kuesioner)

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang mencangkup semua pernyataan dan pertanyaan yang akan digunakan mendapatkan data, baik yang dilakukan melalui telepon, surat atau bertatap muka.⁴⁷

Kuesioner yang dipakai disini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan. Dan pengukurannya menggunakan skala *likert*, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban, dengan pilihan jawaban sebagai berikut:⁴⁸

Tabel 3.1 Alternatif jawaban

⁴⁷Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disetasi Ilmu Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006, h. 28.

⁴⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, (Cetakan IV, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006)*, h. 45.

Simbol	Altertif jawaban	Nilai
SS	Sangat setuju	5
S	Setuju	4
R	Ragu	3
TS	Tidak setuju	2
STS	Setuju tidak setuju	1

Penelitian lapangan yaitu teknik pengumpulan data yang langsung ke objek yang di teliti. Dalam penelitian lapangan menggunakan:

e. Observasi

Observasi yaitu adalah observasi yang dilakukan dengan terlibat langsung secara aktif dalam objek yang diteliti.

4. *Teknik Pengelolaan Data dan Analisis Data*

a. Teknik pengelolaan data

1. Setelah data yang diperlukan dalam penelitian skripsi dianggap cukup, maka penulisan mengolahnya menggunakan metode analisis regresi linear ganda. Regresi linear ganda yaitu hubungan fungsional yang lebih dari satu variabel. Analisis regresi berguna untuk mendapatkan hubungan fungsional antara dua variabel atau lebih.
2. Penyajian data, pada proses ini penulis berusaha menyusun data yang relevan, sehingga menjadi informasi yang dapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu dengan cara menampilkan dan membuat hubungan antar

variabel agar peneliti lain atau pembaca laporan penelitian mengerti apa yang telah terjadi dan apa yang perlu ditindaklanjuti untuk mencapai tujuan penelitian.

3. Penarikan kesimpulan yaitu menggambarkan dan menjelaskan kesimpulan yang memiliki makna.

b. Analisis Data

1. Uji Validitas

Adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrument. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.⁴⁹ Untuk menghitung validitas tiap item instrument digunakan *korelasi product moment*, yaitu:⁵⁰

$$r = \frac{n (\Sigma XY) - (\Sigma X \Sigma Y)}{[n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2] [n \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}$$

2. Uji Reliabilitas

Adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau *konstruk*. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.⁵¹ Untuk mencari reliabilitas menggunakan rumus *Alpha*⁵²

⁴⁹Suharsimi Arikunto, *op cit.*, h. 168.

⁵⁰Husein Umar, *Metode Riset Komunikasi Organisasi*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2002, h. 105.

⁵¹*Ibid*, h. 105

⁵²Suharsimi Arikunto, *op cit.*, h. 195.

$$r_{11} = \frac{(k)}{(k-1)} \left(\frac{1 - \sum \alpha b^2}{\alpha t^2} \right)$$

di mana:

r_{11} = reliabilitas instrument

k = banyak butir pertanyaan

$\sum \alpha b^2$ = jumlah varians butir

αt^2 = varian total

3. Analisis Regresi

Analisis Regresi dapat dimanfaatkan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen (kriteria) dapat diprediksikan melalui variabel independen (*prediktor*). Dampak dari penggunaan Analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik atau menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan variabel independen.⁵³

Adapun persamaan regresi adalah sebagai berikut:

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

Di mana:

Y = Preferensi Nasabah

X_1 = Produk

X_2 = Pelayanan

X_3 = Akses

A = nilai intercept (konstan)

⁵³Husein Umar, *op. cit.*, h. 242

$b_1 - b_3 =$ koefisien arah regresi

4. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis, pengujian dilakukan dengan menggunakan:

a. Uji Parsial (*t test*)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.⁵⁴ Dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

$H_0 : b_i = 0$

Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_a : b \neq 0$

H_0 diterima, apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ pada $\alpha = 0.05$

H_a diterima, apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ pada $\alpha = 0.05$

Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel *dependen*.

b. Uji Simultan (*F test*)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen.⁵⁵

Melalui uji statistik dengan langkah-langkah sebagai berikut:

⁵⁴Imam Ghozali, *op cit.*, h. 164.

⁵⁵Husein Umar, *op. cit.*, h. 163.

Ho : $b_1=b_2=b_3=0$

Artinya secara bersama-sama atau simultan tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Ha : $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$

Artinya secara bersama-sama atau simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusannya yaitu:

Ho diterima, apabila F hitung $<$ F tabel pada $\alpha = 0.05$

Ha diterima, apabila F hitung $>$ F tabel pada $\alpha = 0.05$

5. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.⁵⁶

⁵⁶Imam Ghozali, *op cit.*, h. 87. <http://dataolah.blogspot.co.id/2015/06/langkah-mencari-sumbangan-efektif.html>, diakses tanggal 10 Maret 2017

Dalam proses pengolahan data, penulis mempergunakan aplikasi komputer dengan program SPSS 22.00 untuk mempermudah dan mempercepat pengolahan data. SPSS adalah suatu *software* yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametik maupun non parametik dengan basis *windows*.



BAB IV

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah singkat Koperasi Bakti Huria

Koperasi ini didirikan pada tanggal 23 Desember 2003 berdasarkan anggaran dasar 14/BH/DH/UKM.20.3/XII/2003, dengan maksud untuk membangun dan mengembangkan potensi ekonomi anggota terutama bagi pengembangan sektor usaha kecil yang produktif. Pada tanggal 29 September 2003 diadakan rapat anggota untuk pendirian Koperasi simpan pinjam (KSP) yang dihadiri oleh 22 orang anggota. Anggota-anggota tersebut merupakan kalaborasi antara pelaku/praktisi koperasi serta beberapa orang dari kalangan pengusaha kecil dan menengah.

Dari pertemuan tersebut diputuskan untuk mendirikan koperasi yang diberi nama Koperasi Simpan pinjam (KSP) Bakti Huria yang merupakan singkatan dari “*Center For Human Rights In Action*” adalah suatu lembaga yang bergerak dalam usaha Simpan Pinjam yang diperuntukkan untuk masyarakat kecil dan menengah yang bertujuan untuk membantu dalam hal penambahan modal kerja. Dan pada tanggal 30 Juni 2006 dari hasil rapat, KSP Bakti Huria. KSP Bakti Huria beroperasi sejak tahun 2003 dengan modal awal Rp. 500,000,000,- (lima ratus juta rupiah) dengan jenis usaha fokus pada simpan pinjam. Koperasi simpan pinjam (KSP) Bakti Huria yang terdapat di Kabupaten Luwu ini ada 8, di antaranya

Kantor cabang Siwa, kantor cabang Palopo, kantor cabang Belopa, kantor cabang Malili, kantor cabang Masamba, kantor cabang Wowondula, kantor cabang Padangsappa, kantor cabang mangkutana⁵⁷. Dan kantor pusat Koperasi Bakti Huria ini berada di Jl. Malengkeri Raya No. 34 Makassar, Sulawesi Selatan.

2. Jenis Usaha dan Produk/Jasa

Bertahap SIMANTAP merupakan fasilitas simpanan perencanaan masa depan dengan ketentuan waktu yang disepakati dan berbagai unggulan lainnya yang menarik.

Keunggulan simantap :

- a. Mendapatkan sertifikat dan buku tabungan
- b. Berhak mendapatkan pengembangan dana dengan tenor yang bervariasi 1 tahun 1,7%, 2 tahun 1,8%, 3 tahun 1,9%.
- c. Simpanan dijemput dikarenakan transaksi online dan terkoneksi langsung dengan kantor KSP Bakti Huria.

3. Simpanan Anggota

Terdiri dari:

- a. Simpanan Pokok Rp 500.000,-
- b. Simpanan wajib 3000.000,-

Keuntungan:

- a. Mendapatkan pelayanan dari KSP Bakti Huria

⁵⁷ Data diperoleh dari pihak Koperasi Bakti Huria, pada tanggal 15 Januari 2017

- b. Memperoleh pembagian SHU
- c. Mendapatkan undian Hadiah menarik dan undian fasilitas umroh
- d. Menghadiri Rapat Anggota Tahunan (RAT).

4. Aliran Koperasi Bakti Huria

Merupakan aliran sosialis, karena sebagai alat yang efektif untuk mensejahterakan masyarakat dan menyatukan rakyatnya serta membangun dan mengembangkan potensi ekonomi anggotanya terutama bagi pengembangan sektor usaha kecil yang produktif.

5. Tujuan Koperasi Bakti Huria

- a. Membangun dan mengembangkan potensi ekonomi sektor usaha kecil.
- b. Membantu dalam hal penambahan modal kerja.
- c. Menjadi KSP terkemuka, terpercaya dalam membebaskan dan memandirikan ekonomi rakyat.
- d. Membebaskan masyarakat dalam kesulitan ekonomi menuju kesejahteraan.
- e. Menciptakan pelaku usaha rakyat yang mandiri dan tangguh.
- f. Memberi pelayanan yang baik dalam mendukung pengembangan kegiatan ekonomi masyarakat.

6. Prinsip Koperasi Bakti Huria

- a. Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka
- b. Mengembangkan sektor usaha kecil
- c. Mensejahterakan masyarakat dan menyatukan rakyatnya
- d. Pengelolaan dilakukan secara demokrasi

- e. Kemandirian
- f. Pendidikan perkoperasian.

7. Jenis-jenis Produk Simpan Pinjam berupa:

- a. Simpanan masyarakat mikro
- b. Simpanan masyarakat untuk pendidikan
- c. Pinjaman harian tapi singkat
- d. Pinjaman Pegawai Negeri Sipil
- e. Pinjaman produktif masyarakat.

8. Visi dan Misi Koperasi Simpan Pinjam Bakti Huria

a. Visi Koperasi

Menjadi koperasi terbaik milik bangsa dengan mengembangkan potensi ekonomi rakyat menuju kesejahteraan bersama.

b. Misi Koperasi

- 1) Mengelola usaha koperasi Bakti Huria secara profesional dengan berbasis teknologi terkini.
- 2) Melakukan inovasi terus menerus untuk memperkuat eksistensi dan kompetensi KSP Bakti Huria.
- 3) Memberikan pelayanan prima untuk kepuasan masyarakat sebagai anggota maupun calon anggota KSP Bakti Huria.

9. Keunggulan Koperasi Bhakti Huria Belopa

- a. Keamanan dana, dalam arti dapat ditarik kembali oleh pemiliknya sesuai dengan perjanjian.

- b. Menghasilkan nilai tambah dalam bentuk bunga simpanan atau insentif lainnya dan diterima oleh anggota sesuai dengan perjanjian.
- c. Bahwa menabung di KSP merupakan wujud dari partisipasi anggota dalam kedudukannya sebagai pengguna jasa, dan karena itu anggota merasakan adanya kedudukan yang lebih.

B. Analisis Data dan Pembahasan

Responden dalam penelitian ini dapat dikategorikan dalam beberapa karakteristik responden, yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan informasi mengenai koperasi Bakti Huria.

1. Karakteristik Responden

- a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	14	28%
Wanita	36	72%
Total	50	100%

Sumber: data primer diolah, 2017

Dari tabel 2.1 tersebut, diidentifikasi bahwa responden dalam penelitian ini berjumlah 50 orang responden yang terdiri dari pria dan wanita. Responden yang berjenis kelamin pria berjumlah 14 orang (28%) dan responden yang berjenis kelamin wanita berjumlah 36 orang (72%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin wanita.

b. Karakteristik responden berdasarkan usia

Data responden berdasarkan usia dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
< 20	19	38%
21-30	10	20%
31-40	6	12%
>41	15	30%
Total	50	100%

Sumber : data primer diolah, 2017

Dari tabel 2.2 dapat diidentifikasi bahwa responden dalam penelitian ini yang berusia <20 tahun berjumlah 19 orang (38%), yang berusia 21-30 tahun berjumlah 10 orang (20%), yang berusia 31-40 tahun berjumlah 6 orang (12%), dan > 41 tahun berjumlah 15 orang (30%). Dengan demikian mayoritas responden dalam penelitian ini yaitu < 20 tahun berjumlah 19 orang (38%).

c. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	7	14%
SLTP/SMP	12	24%
SLTA/SMA	27	54%
Diploma	4	8%
Lain-lain	-	-
Total	50	100%

Sumber: data primer diolah, 2017

Dari tabel 2.3 dapat diidentifikasi bahwa responden berdasarkan tingkat pendidikan pada penelitian ini SD berjumlah 7 orang (14%), SLTP/SMP berjumlah 12 orang (24%), SLTA/SMA berjumlah 27 orang (54%), dan Diploma berjumlah 4 orang (8%). Hal ini menunjukkan mayoritas responden dalam penelitian ini yaitu SLTA/SMA.

d. Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Petani	-	-
Pelajar/mahasiswa	17	34%
Pegawai swasta	2	4%
Wiraswasta	19	38%
Lain-lain	12	24%
Total	50	100%

Sumber : data primer diolah, 2017

Dari tabel 2.4 dapat diidentifikasi bahwa responden berdasarkan pekerjaan pada penelitian yaitu pelajar/mahasiswa berjumlah 17 orang (34%), pegawai swasta berjumlah 2 orang (4%), wiraswasta berjumlah 19 orang (38%), dan lain-lain berjumlah 12 orang (24%). Dengan demikian mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden wiraswasta.

e. Karakteristik responden berdasarkan informasi mengenai koperasi

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi Koperasi

Informasi Mengenai Koperasi	Jumlah	Persentase
Keluarga	22	44%
Teman	21	42%
Tetangga	7	14%
Mubalig	-	-
Lain-lain	-	-
Total	50%	100%

Sumber: data primer diolah 2017

Dari tabel 2.4 dapat diidentifikasi bahwa responden berdasarkan informasi mengenai koperasi Bakti Huria pada penelitian ini bahwa keluarga berjumlah 22 orang (44%), teman berjumlah 21 orang (42%), dan tetangga berjumlah 7 orang (14%). Dengan demikian mayoritas responden dalam penelitian ini adalah keluarga.

2. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian angket yang peneliti gunakan untuk memperoleh data dari responden. Uji validitas data, menggunakan prinsip mengkorelasikan atau menghubungkan antara masing-masing skor item dengan skor total yang diperoleh dalam penelitian.

Di bawah ini adalah uraian mengenai masing-masing hubungan variabel valid tidaknya suatu pernyataan, pada tabel uji validitas antara X1 (Produk), X2 (Pelayanan), X3 (Lokasi), Y (Preferensi Nasabah) dengan menggunakan program SPSS 22.00.

Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka angket tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika nilai $R_{hitung} < R_{tabel}$ maka angket tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.6
Rekap Hasil Uji Validitas Pernyataan

Variabel	Pernyataan	Rhitung	Keterangan
X1 (Produk)	1	0.377	Valid
	2	0.421	Valid
	3	0.433	Valid
	4	0.577	Valid
X2 (Pelayanan)	5	0.666	Valid
	6	0.293	Valid
	7	0.299	Valid
	8	0.552	Valid
	9	0.821	Valid
	10	0.333	Valid
X3 (Lokasi)	11	0.376	Valid
	12	0.441	Valid
	13	0.769	Valid
	14	0.323	Valid
Y (Preferensi Nasabah)	15	0.626	Valid
	16	0.329	Valid
	17	0.822	Valid
	18	0.555	Valid

Sumber: Data Angket diolah

Berdasarkan tabel uji validitas di atas dapat dilihat nilai T_{hitung} pada kolom total korelasi dan dari pernyataan variabel X1 (produk), X2 (pelayanan), X3 (Lokasi) dan Y (preferensi nasabah), semua pernyataan dinyatakan valid karena nilai *Total Correlation* lebih besar di banding 0,273.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini berfungsi untuk mengetahui tingkat kekonsistenan angket yang digunakan oleh peneliti sehingga angket tersebut dapat dipercaya.

Di bawah ini adalah uraian mengenai tingkat variabel reliabel tidaknya suatu angket, pada tabel uji reliabilitas dengan menggunakan program SPSS 22.00. Adapun dasar pengambilan keputusan data reliabel atau tidak adalah:

Apabila nilai $\alpha > r_{\text{tabel}}$ maka data reliabel.

Apabila nilai $\alpha < r_{\text{tabel}}$ maka data tidak reliabel

Berikut hasil uji dari pengujian reliabelitas variabel.

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas Pernyataan
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,578	18

Sumber: Data Angket diolah

Berdasarkan uji reliabilitas di atas dapat dilihat nilai α (0,578), sedangkan nilai r_{tabel} (0,273). Maka semua pernyataan dinyatakan reliabel atau konsisten karena nilai alpha lebih besar dari nilai r_{tabel} (0,273).

3. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (F test)

$df_1 = \text{Variabel bebas} + \text{Variabel terikat} - 1$

$$= 3 + 1 - 1$$

$$= 3$$

$df_2 = \text{sampel} - \text{Jumlah Variabel}$

$$= 50 - 4$$

$$= 46$$

Dari nilai df_1 dan df_2 dengan mengambil tingkat kepercayaan sebesar 95% atau nilai signifikansi sebesar 0.05 didapatkan nilai F_{tabel} sebesar **2.79**. dasar pengambilan keputusan untuk menentukan hasil analisis terdapat pengaruh atau tidak adalah sebagai berikut:

- Apabila nilai $F_{\text{hitung}} >$ dari F_{tabel} maka terdapat pengaruh pada variabelnya
- Apabila nilai $F_{\text{hitung}} <$ dari F_{tabel} maka tidak terdapat pengaruh pada variabelnya.

Hasil uji statistik uji F dilakukan dengan bantuan spss 20.00 didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas Pernyataan
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	30,031	3	10,010	4,735	,006 ^b
Residual	97,249	46	2,114		
Total	127,280	49			

a. Dependent Variable: PREFERENSI

b. Predictors: (Constant), LOKASI, PRODUK, PELAYANAN

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Hasil uji *Anova* diketahui besarnya nilai F_{hitung} adalah 4,735 dengan derajat bebas *degree of freedom* (*df*) *regression* sebesar 3 dan nilai *df* residual sebesar 46 dan nilai F_{tabel} adalah 2.81.

Untuk pengujian yaitu dengan membandingkan besarnya nilai F_{hitung} dan F_{tabel} , memberikan hasil bahwa $F_{hitung} (4.735) >$ nilai $F_{tabel} (2.81)$. Berdasarkan cara pengambilan keputusan uji simultan dalam analisis regresi dapat disimpulkan variabel Produk (X1), Pelayanan (X2) dan Lokasi (X3) jika diuji secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi nasabah dalam memilih Koperasi Bhakti Huria di Belopa.

b. Uji Parsial (T test)

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada kolom sig (*significance*). Jika probabilitas nilai t atau signifikansi $< 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun, jika probabilitas nilai t atau signifikansi $> 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.⁵⁸

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel Produk (X1), Pelayanan (X2) dan Lokasi (X3) secara parsial berpengaruh terhadap variabel Preferensi nasabah (Y). Dasar pengambilan keputusan untuk pengujian t dalam analisis ini adalah berdasarkan nilai T_{hitung} dan nilai T_{tabel} , sebagai berikut:

Jika nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

⁵⁸ <http://dataolah.blogspot.co.id/2014/06/tutorial-uji-t-dengan-ibm-spss-21.html>, diakses tanggal 10 Maret 2017

Jika nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Dari sampel 50 dengan tingkat kepercayaan 95% atau signifikansi 0.05 didapatkan nilai T_{tabel} sebesar 2.008.

Tabel 4.9
Output Spss Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,265	5,977		,714	,479
	PRODUK	,334	,190	,228	2,756	,086
	PELAYANAN	,567	,195	,379	2,915	,005
	LOKASI	,772	,163	,215	3,666	,003

a. Dependent Variable: PREFERENSI

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil satatistik pada Tabel di atas dapat diketahui besarnya nilai T_{hitung} masing-masing dari ketiga variabel bebas diatas yaitu:

- a. Variabel Produk X1 (2.756) > nilai T_{tabel} (2,008) yang berarti bahwa Produk berpengaruh positif terhadap variabel Y Preferensi nasabah.
 - b. Variabel Pelayanan X2 (2,915) > nilai T_{tabel} (2.008) yang berarti bahwa variabel Pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel Y Preferensi nasabah.
 - c. Variabel Lokasi X3 (3.666) > nilai T_{tabel} (2.008) yang berarti bahwa variabel Lokasi berpengaruh positif terhadap variabel Y Preferensi nasabah.
- c. Koefisien Determinasi

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara serentak terhadap variabel dependen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen.

Jika analisis *determinasi* (R^2) sama dengan 0, maka tidak ada hubungan sedikitpun presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika analisis *determinasi* (R^2) sama dengan 1, maka presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna.

Dari hasil analisis *regresi*, dapat dilihat pada *output* model *summary* sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Analisis Determinasi (*Model Summary*^b)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,486 ^a	,236	,186	1,454

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

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Nilai *Adjusted R Square* adalah nilai *R Square* yang telah disesuaikan dan nilai ini selalu lebih kecil dari nilai *R Square*. Untuk regresi lebih dari dua variabel bebas digunakan *adjusted R Square* sebagai koefisien determinasi.

Berdasarkan tabel diatas diperoleh angka *Adjusted R Square* sebesar 0,186 atau sekitar 18.6%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh

variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 18.6%. dapat diketahui bahwa preferensi nasabah terhadap Koperasi Bhakti Huria Belopa masih kurang hanya sebesar 18.6% Preferensi nasabah tersebut tercermin dari produk, layanan dan lokasi dari Koperasi Bhakti Huria Belopa.

d. Persamaan Regresi

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel X_1 (Produk), X_2 (Pelayanan) X_3 (lokasi) terhadap Y (preferensinasabah), maka dilakukan regresi linear berganda yang disajikan sebagai berikut:

Berdasarkan tabel uji T diketahui sebuah model persamaan regresi:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3$$

$$Y = 4.265 + 0.334X_1 + 0.566X_2 + 0.772X_3$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat

$X_1, X_2, \text{ dan } X_3$ = Variabel Bebas

a = Intersep

$b_1, b_2 \text{ dan } b_3$ = Constanta

Dari persamaan regresi di atas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 4.265 menunjukkan nilai preferensi nasabah sebelum dipengaruhi oleh variabel produk, pelayanan dan lokasi Koperasi Bhakti Huria adalah positif sebesar 4.265.
- b. Koefisien $B_1=0.334$ menunjukkan peningkatan skor produk akan meningkatkan preferensi nasabah sebesar 0.334 dengan asumsi variabel-

variabel lainnya konstan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara produk terhadap preferensi nasabah, semakin baik atau variatif produk di Koperasi Bhakti Huria maka semakin meningkatkan preferensi nasabah di Belopa.

- c. Koefisien $B_1 = 0.566$ menunjukkan peningkatan skor pelayanan akan meningkatkan preferensi nasabah sebesar 0.566 dengan asumsi variabel-variabel lainnya konstan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara pelayanan terhadap preferensi nasabah, semakin baik bentuk pelayanan di koperasi Bhakti Huria maka semakin meningkatkan preferensi nasabah di Belopa.
- d. Koefisien $B_1 = 0.772$ menunjukkan peningkatan skor lokasi akan meningkatkan preferensi nasabah sebesar 0.334 dengan asumsi variabel-variabel lainnya konstan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara lokasi terhadap preferensi nasabah, semakin dekat, mudah dijangka, dan aman lokasi koperasi Bhakti Huria maka semakin meningkatkan preferensi nasabah di Belopa.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Produk Terhadap Preferensi Nasabah Koperasi Bakti Huria Belopa

Dari hasil analisis data yang didapatkan dilapangan dari variabel produk $X_1 (2.756) > \text{nilai } T_{\text{tabel}} (2,008)$ yang artinya variabel ini berpengaruh positif

terhadap preferensi nasabah baik secara sendiri-sendiri (*parsial*) ataupun bersama-sama (*simultan*.)

2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Preferensi Nasabah Koperasi Bakti Huria Belopa

Dari hasil analisis data yang didapatkan dilapangan dari variabel pelayanan X2 (2,915) > nilai T_{tabel} (2,008) yang artinya variabel ini berpengaruh positif terhadap preferensi nasabah baik secara sendiri-sendiri (*parsial*) ataupun bersama-sama (*simultan*.)

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Preferensi Nasabah Koperasi Bakti Huria Belopa

Dari hasil analisis data yang didapatkan dilapangan dari variabel lokasi X3 (3.666) > nilai T_{tabel} (2,008) yang artinya variabel ini berpengaruh positif terhadap preferensi nasabah baik secara sendiri-sendiri (*parsial*) ataupun bersama-sama (*simultan*.)

Adapun dari tiga variabel di atas yang paling dominan yang memengaruhi preferensi nasabah Belopa terhadap Koperasi Bhakti Huria adalah variabel lokasi.

4. Preferensi Masyarakat Terhadap Koperasi Bhakti Huria Belopa

Preferensi adalah suatu bentuk pernyataan yang menyatakan perasaan lebih suka dari yang lainnya.

Preferensi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk yang dikonsumsi, para konsumen juga akan menyatakan preferensi terhadap merek

dagang tertentu pada suatu produk barang yang dibeli.⁵⁹ Preferensi masyarakat dalam memilih koperasi sangat bervariasi, karena setiap individu mempunyai keinginan yang berbeda-beda dalam memilih koperasi. Namun secara umum, tingkat preferensi masyarakat tersebut dapat diperoleh berdasarkan faktor-faktor yang menjadi dasar pertimbangan pemilihan suatu koperasi penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi masyarakat (Koperasi Bakti Huria) di Belopa, dalam memilih dan menentukan koperasi. Dari hasil penelitian yang dilakukan dan hasil analisis data diketahui bahwa preferensi masyarakat terhadap Koperasi Bakti Huria masih cukup kecil hanya sebesar 18.6%.

Popularitas merupakan salah satu faktor yang menentukan masyarakat untuk memilih Koperasi Bakti Huria. Semakin baik popularitas suatu koperasi Bakti Huria banyak masyarakat yang tertarik untuk bergabung, semakin dikenal koperasi Bakti Huria tersebut maka semakin banyak pula masyarakat mengetahui tentang koperasi Bakti Huria tersebut. Dapat dilihat dari hasil interpretasi diatas, apabila kepopuleritan koperasi Bakti Huria semakin ditingkatkan maka akan semakin banyak masyarakat untuk memilih koperasi Bakti Huria tersebut.

Begitu juga dengan kemudahan mengakses produk atau pelayanan koperasi Bakti Huria mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih koperasi bakti Huria. Hal ini menunjukkan bahwa layanan koperasi Bakti Huria membuat nasabah dapat mengakses produk dan pelayanan koperasi Bakti Huria

⁵⁹Abdullah Gofar, *Dalam Pendekatan Ilmu Hukum Dan Sistem Perbankan Regulasi Bank Syariah*, (http://eprints.unsri.ac.id/3975/1/Regulasi_Bank_Syariah_Dalam_Pendekatan_Ilmu_Hukum.pdf tanggal 11 Juli 2016

dengan mudah. Hal ini menjelaskan bahwa kemudahan-kemudahan bertransaksi dalam koperasi simpan pinjam membuat masyarakat memilih untuk menggunakan produk-produk yang telah dipilihnya dalam koperasi Bakti Huria yang ditawarkan.

Semakin banyaknya produk yang ditawarkan semakin banyak pula masyarakat yang ingin menggunakan produk koperasi Bakti Huria. Semakin banyak produk yang ditawarkan kepada nasabah akan semakin menambah preferensi masyarakat untuk menggunakan produk koperasi Bakti Huria.

Produk yang dihasilkan oleh dunia usaha pada umumnya berbentuk dua macam, yaitu produk yang berwujud dan produk yang tidak berwujud. Masing-masing produk untuk dapat dikatakan berwujud atau tidak berwujud memiliki karakteristik atau ciri-ciri tertentu. Produk yang berwujud berupa barang yang dapat dilihat, dipegang, dan dirasa sekarang langsung sebelum dibeli, sedangkan produk yang tidak berwujud berupa jasa dimana tidak dapat dilihat atau dirasa sebelum dibeli. Satu hal lagi perbedaan kedua jenis produk ini adalah untuk produk yang berwujud biasanya tahan lama, sedangkan untuk yang tidak berwujud tidak tahan lama. Contoh produk berupa barang berkaitan dengan fisik atau benda berwujud seperti buku, meja, kursi, rumah, mobil, dan lain-lain. Kemudian tidak berwujud yang biasanya disebut jasa dapat disediakan dalam berbagai wahana seperti pribadi, tempat, kegiatan, organisasi, dan ide-ide⁶⁰

⁶⁰Kasmir,SE.,MM, *Pemasaran Bank*, (Kencana, 2005) h. 137

Pelayanan terutama pada instansi pemerintah sangatlah penting karena hal ini dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Mutu atau kualitas pelayanan dikatakan berkualitas jika pelayanan yang diberikan dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Kepuasan nasabah terhadap suatu pelayanan pada instansi pemerintah sangat bervariasi karena setiap individu mempunyai persepsi atau pendapat sendiri mengenai pelayanan yang diterima. Namun secara umum, tingkat kepuasan nasabah tersebut dapat diperoleh berdasarkan faktor-faktor yang menjadi dasar dalam menerima pelayanan dari instansi pemerintah di Belopa.⁶¹

Lokasi adalah tempat dimana usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ketujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda.⁶²

Ada beberapa hal yang dapat dikaji dari hasil temuan diatas. Hipotesis pertama terbukti bahwa secara simultan ada pengaruh positif antara variabel popularitas, dalam analisis regresi dapat disimpulkan variabel Produk (X1), Pelayanan (X2) dan Lokasi (X3) jika diuji secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi masyarakat dalam memilih koperasi Bhakti Huria di Belopa.

⁶¹<http://www.kajianpustaka.com/2014/01/pengertian-indikator-faktor-mempengaruhi-pelayanan.html>

⁶²Kotler, *manajemen pemasaran*, jilid 1, (Jakarta, PT indeks kelompok Gremedia)

BAB V

PENUTUP

A. *Kesimpulan*

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penulis menarik beberapa kesimpulan atau hasil analisis tersebut, yaitu sebagai berikut:

5. Pengaruh Produk Terhadap Preferensi Nasabah Koperasi Bakti Huria

Belopa

Dari hasil analisis data yang didapatkan dilapangan dari variabel produk X1 (2.756) > nilai T_{tabel} (2,008) yang artinya variabel ini berpengaruh positif terhadap preferensi nasabah baik secara sendiri-sendiri (*parsial*) ataupun bersama-sama (*simultan.*)

6. Pengaruh Pelayanan Terhadap Preferensi Nasabah Koperasi Bakti Huria

Belopa

Dari hasil analisis data yang didapatkan dilapangan dari variabel pelayanan X2 (2,915) > nilai T_{tabel} (2,008) yang artinya variabel ini berpengaruh positif terhadap preferensi nasabah baik secara sendiri-sendiri (*parsial*) ataupun bersama-sama (*simultan.*)

7. Pengaruh Lokasi Terhadap Preferensi Nasabah Koperasi Bakti Huria

Belopa

Dari hasil analisis data yang didapatkan dilapangan dari variabel lokasi X3 (3.666) > nilai T_{tabel} (2,008) yang artinya variabel ini berpengaruh positif terhadap

preferensi nasabah baik secara sendiri-sendiri (*parsial*) ataupun bersama-sama (*simultan*.)

Adapun dari tiga variabel di atas yang paling dominan yang memengaruhi preferensi nasabah Belopa terhadap Koperasi Bhakti Huria adalah variabel lokasi.

8. Preferensi Nasabah Terhadap Koperasi Bhakti Huria Belopa

Preferensi adalah suatu bentuk pernyataan yang menyatakan perasaan lebih suka dari yang lainnya. Preferensi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk yang dikonsumsi, para konsumen juga akan menyatakan preferensi terhadap merek dagang tertentu pada suatu produk barang yang dibeli. Preferensi masyarakat dalam memilih koperasi sangat bervariasi, karena setiap individu mempunyai keinginan yang berbeda-beda dalam memilih koperasi. Namun secara umum, tingkat preferensi masyarakat tersebut dapat diperoleh berdasarkan faktor-faktor yang menjadi dasar pertimbangan pemilihan suatu koperasi penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi masyarakat (Koperasi Bakti Huria) di Belopa, dalam memilih dan menentukan koperasi. Dari hasil penelitian yang dilakukan dan hasil analisis data diketahui bahwa preferensi masyarakat terhadap Koperasi Bhakti Huria masih cukup kecil hanya sebesar 18.6%.

B. *Saran*

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Preferensi Nasabah. Adapun variabel yang lebih dominan

berpengaruh terhadap Preferensi Nasabah yaitu variabel lokasi, yang menunjukkan nasabah baik secara sendiri-sendiri *parsial* ataupun bersama-sama *simultan*. Oleh karena itu bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menganalisis lebih dalam lagi dan lebih spesifik sehingga hasil yang didapatkan juga lebih maksimal.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an al-Karim

Adi, Nugroho, *Perilaku Konsumen*, Jakarta : StudiPress, 2002.

As Sijistani, Abu Dawud Sulaiman bin Al Asy'ats, *Sunan Abu Dawud*, Jus II Darul Fikr, Beirut; 1994.

Anshori, Abdul Ghofur, *Payung Hukum Perbankan Syariah*, UII Press, Yogyakarta; 2007.

Bank Indonesia dan UNDIP, *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syariah di Wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta*, Penelitian, 2014.

Ferdinand, Augusty, *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disetasi Ilmu Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.

Hafidz Abdurrahman dan Yahya Abdurrahman, *Bisnis Dan Muamalah Kontenporer*, Bogor, 2014

Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Cetakan IV, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.

Indrawan Rully, *Ekonomi Koperasi*. Bandung: Lemlit Unpas, 2014.

Kasmir,SE.,MM, *Pemasaran Bank*, Kencana, 2005.

Lutpi Sahal, *Preferensi Nasabah Pegadaian Syariah Di Yogyakarta*, tesis tidak diterbitkan, Konsentrasi Keuangan dan Perbankan Islam, UIN Suka Yogyakarta, 2015.

Mahmud Machfoedz, *Pengantar Bisnis Modern*, Ed. I; Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2007.

Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Edisi Pertama, Cet.XII; Jakarta, PT Bumi Aksara, 2010.

Melani Wallendorf, *Consumer Behavior*, Prentice-Hall International, 1995.

Mowen dan Minor, *Perilaku Konsumen*, Jakarta, Penerbit Erlangga, 2002.

Muhammad Aris Safi'i, *Preferensi Nasabah Terhadap Gadai emas Syariah (Studi Kasus Gadai emas Di BRI Syariah Cabang Yogyakarta)*, Masters Thesis, Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta; 2015

Nur Dumairi, Hadi Muntahal, *Kamus Ekonomi Praktis* Pasuruan: Pustaka Sidogiri, 20014.

Rahmat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Jakarta: Salemba Empat, 2001.

Rani Widya Lestari, *Preferensi dan Permintaan Masyarakat Terhadap Produk-produk Bank Syariah (Studi Kasus : Bank BTN Syariah dan Bank BNI Syariah di Yogyakarta)*, UII: Yogyakarta; 2014, Skripsi.

Sevilla, Comsuelo G. *Pengantar Metode Penelitian*, Terjemahan oleh Alimuddin Tuwu, Jakarta: UI Press, 2006.

Siswanto Sutoyo, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Pustaka Pinaman, 1983.

Sukirman, *Cara Kreatif Menulis Karya Ilmiah*, Makassar: Angkasa Timur, 2015.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur penelitian, Suatu pendekatan Praktek*, PT. Rineka Cipta, Jakarta; 2002.

Suhrawardi K.Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, cet. II; Jakarta: Sinar Grafika Offest, 2000.

Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Jakarta: Rieneka Cipta, 2001.

Sutantya Rahardja Hadhikusuma R.T., *Hukum Koperasi Indonesia*, Jakarta: PT Raja Grafindo Pesada, 2005.

Umar Husein, *Metode Riset Komunikasi Organisasi*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2002.

Prabu Anwar, Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000.

Sumber Lain:

Bernando, Faisal Rino, *et al. Industry Update, Vol. 4*. Jakarta: Office of Chief Economist PT. Bank Mandiri 2015.

Data diperoleh dari pihak Koperasi Bakti Huria, pada tanggal 15 Januari 2017

Gofar,Abdullah, *Dalam Pendekatan Ilmu Hukum Dan Sistem Perbankan Regulasi Bank Syariah*, (http://eprints.unsri.ac.id/3975/1/Regulasi_Bank_Syariah_Dalam_Pendekatan_Ilmu_Hukum.pdf tanggal 11 Juli 2016

Waqwar, Nisar, Influences of Consumer Behavior: Research about Beverage Brands of Pakistan. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol. 4(8), 2015.

LAMPIRAN



Kuesioner Penelitian

A. Demografi Responden

1. Jenis kelamin:
 - a. L
 - b. P
2. Usia:
 - a. < 20 tahun
 - b. 21-30 tahun
 - c. 31-40 tahun
 - d. > 41 tahun
3. Pendidikan Terakhir
 - a. SD
 - b. SLTP/SMP
 - c. SLTA/SMA
 - d. Diploma
 - e. Lain-lain
4. Pekerjaan:
 - a. Petani
 - b. Pelajar/Mahasiswa
 - c. Lain-lain....
 - d. Pegawai Swasta
 - e. Wiraswasta
5. Dari manakah anda mengetahui keberadaan Kopersai Bakti Huria?
 - a. Keluarga
 - b. Tetangga
 - c. Teman
 - d. Mubaligh
 - e. Lain-lain....

B. Faktor-faktor

Petunjuk :

Jawablah dengan memberikan tanda check list Pada kotak yang tersedia dengan beberapa alternatif pilihan, yaitu:

No.	Kategori	Kode	Bobot
1	Sangat setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Ragu-ragu	R	3
4	Tidak setuju	TS	2
5	Sangat tidak setuju	STS	1

Pernyataan-pernyataan dibawah ini adalah pengaruh minat Bapak/Ibu untuk menjadi Preferensi Nasabah Koperasi Bakti Huria.

No	A. Produk	SS	S	R	TS	STS
1	Produk-produk koperasi yang bermacam-macam menarik dan inovatif					
2	Fitur-fitur pendukung/keuntungan yang terdapat dalam produk					
3	Produk Koperasi Bakti Huria bermanfaat bagi pengembangan usaha/ekonomi					
4	Produk Koperasi Bakti Huria aman dari tindak kriminal					
	B. Pelayanan					
5	Pelayanan yang cepat dari para anggota koperasi Bakti Huria					
6	Pelayanan yang bersikap ramah dari para anggota koperasi Bakti Huria					
7	Pelayanan anggota koperasi Bakti Huria yang tanggap dan memuaskan					
8	Adanya kesabaran yang tinggi dari anggota kopersai Bakti Huria saat melayani nasabah					
9	Anggota Koperasi Bakti Huria menanggapi keluhan yang di hadapi nasabah dengan ramah dan cepat					

10	Anggota tidak pernah melakukan kesalahan dalam pencatatan					
	C. Lokasi					
11	Lokasi koperasi Bakti Huria yang mudah di jangkau					
12	Tempat koperasi Bakti Huria menarik, nyaman, dan menyenangkan					
13	Persyaratan menjadi nasabah Koperasi Bakti Huria tidak berbelit-belit					
14	Letak koperasi Bakti Huria yang strategis					
	D. Preferensi Nasabah					
15	Menurut anda koperasi yang ditawarkan oleh anggota koperasi Bakti Huria aman dari segi halal dan baik					
16	Menurut anda apakah pelayanan yang diberikan oleh koperasi Bakti Huria memuaskan					
17	Jadi menurut anda lokasi untuk berhubungan dengan koperasi Bakti Huria mudah bagi nasabah					
18	Jadi apakah anda akan tetap menjadi nasabah di Koperasi Bakti Huria					

Terimakasih kepada Bapak/Ibu yang telah berpartisipasi dalam survey ini. Akhir kata dari saya,

Wassalamu' Alaikum Wr.Wb

TTD Responden

(_____)

```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X1 X2 X3.

```

Regression

Notes

Output Created		23-FEB-2017 13:39:25
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER X1 X2 X3.
	Processor Time	00:00:00,05
	Elapsed Time	00:00:00,03
Resources	Memory Required	2308 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

DataSet0]

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	LOKASI, PRODUK, PELAYANAN ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: PREFERENSI

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,486 ^a	,236	,186	1,454

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

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30,031	3	10,010	4,735	,006 ^b
	Residual	97,249	46	2,114		
	Total	127,280	49			

a. Dependent Variable: PREFERENSI

b. Predictors: (Constant), LOKASI, PRODUK, PELAYANAN

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,265	5,977		,714	,479
	PRODUK	,334	,190	-,228	2,756	,086
	PELAYANAN	,567	,195	,379	2,915	,005
	LOKASI	,772	,163	,215	3,666	,003

a. Dependent Variable: PREFERENSI

```
SAVE OUTFILE='D:\kasia\Untitled1.sav'
/COMPRESSED.
CORRELATIONS
/VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P6 P7 P8 P9 P10 P11 P12 P13 P14 P15 P16
P17 P18 P19 TOTAL
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
```

Correlations

Notes

Output Created		23-FEB-2017 13:44:28
Comments		
Input	Data Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	D:\kasia\Untitled1.sav DataSet0 <none> <none> <none> 50
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.

Cases Used		Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair. CORRELATIONS /VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P6 P7 P8 P9 P10 P11 P12 P13 P14 P15 P16 P17 P18 P19 TOTAL /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Syntax		
Resources	Processor Time	
	Elapsed Time	
		00:00:00,06
		00:00:00,06

C
o
r
r
e
l
a
t
i
o
n
s

	PROD UK	P R O D U K	P R O D U K	PR O D U K	P E L A Y A N A N	P E L A Y A N A N	PE LA YA NA N	P E L A Y A N A N	P E L A Y A N A N	PE LA YA NA N	LOK ASI	LOK ASI	LOK ASI	LOK ASI	PREF EREN SI	PREF EREN SI	PREF EREN SI	PREF EREN SI	TOT AL
P e a r s o n C o r r e l a t i o n	1	,067	,187	,013	,003	,003	,027	,037	,201	,250	,000	,313*	,132	,124	-,154	-,232	-,154	-,073	,234

	P R O D U K		P R O D U K	
	Si g. (2 - ta ile d)	N P e a r s o n C o r r e l a t i o n	Si g. (2 - ta ile d)	N P e a r s o n C o r r e l a t i o n
	,642	50	,187	50
	,194	50	,074	50
	,931	50	,354*	50
	,985	50	,074	50
	,983	50	,169	50
	,850	50	,001	50
	,796	50	,130	50
	,162	50	,064	50
	,080	50	,239	50
	1,000	50	-,034	50
	,027	50	-,257	50
	,361	50	,114	50
	,392	50	,009	50
	,286	50	-,090	50
	,105	50	-,148	50
	,286	50	,010	50
	,615	50	,234	50
	,101	50	-,033	50
	,642	50	,187	50
	,610	50	,074	50
	,084	50	,354*	50
	,956	50	,074	50
	,013	50	,169	50
	,982	50	,001	50
	,262	50	,130	50
	,982	50	,064	50
	,074	50	,239	50
	,535	50	-,034	50
	1,000	50	-,257	50
	,454	50	,114	50
	,418	50	,009	50
	,950	50	-,090	50
	,174	50	-,148	50
	,863	50	,010	50
	,452	50	,234	50
	,927	50	-,033	50
	,610	50	,074	50
	,012	50	,354*	50
	,610	50	,074	50
	,241	50	,169	50
	,993	50	,001	50
	,367	50	,130	50
	,659	50	,064	50
	,095	50	,239	50
	,813	50	-,034	50
	,071	50	-,257	50
	,431	50	,114	50
	,952	50	,009	50
	,536	50	-,090	50
	,305	50	-,148	50
	,947	50	,010	50
	,102	50	,234	50
	,820	50	-,033	50

P R O D U K	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50				
	Pearson																						
	Correlation	,013	-,247	-,354*	1	-,134	-,041	-,054	-,056	,130	,238	,278	,189	-,084	,102	,167	,098	-,171	-,206	,276			
	Sig. (2-tailed)	,931	,084	,012		,354	,780	,707	,702	,368	,096	,051	,188	,563	,481	,245	,498	,235	,151	,052			
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50		
	P E L A Y A N A N	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	
		Pearson																					
		Correlation	,003	-,008	,074	-,134	1	-,329*	-,167	-,072	,079	-,070	-,090	,225	-,041	,023	,104	,379**	-,079	,210	,170		
		Sig. (2-tailed)	,985	,956	,610	,354		,019	,245	,620	,587	,628	,535	,117	,779	,876	,473	,007	,585	,144	,237		
		N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,003	,347	,169	,041	,329*	1	,272	,281*	,004	,232	,201	-,126	-,030	,080	,136	-,210	,205	-,122	,056
N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,027	,003	,001	,054	,167	,272	1	,285*	,132	,047	-,329*	-,091	-,154	,163	-,095	-,080	,095	,003	-,065
N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,037	,162	,130	,056	,072	,281*	,285*	1	,066	,074	,120	-,200	,060	,135	,221	,094	,223	-,018	,209
N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

PELAYANAN	Sig. (2-tailed)		N	PELAYANAN		Sig. (2-tailed)		N
	Correlation	Sig.		Correlation	Sig.			
	,201	,162	50	,250	,080	50		
	,003	,982	50	,255	,074	50		
	,064	,659	50	,239	,095	50		
	,130	,368	50	,238	,096	50		
	,079	,587	50	,070	,628	50		
	,004	,980	50	,232	,105	50		
	,132	,360	50	,047	,748	50		
	,066	,650	50	,074	,609	50		
	,1	,650	50	,122	,399	50		
	,066	,650	50	,1	,151	50		
	,122	,399	50	,206	,151	50		
	-,110	,449	50	,103	,477	50		
	,274	,054	50	,050	,732	50		
	,176	,221	50	,149	,301	50		
	-,163	,258	50	,025	,864	50		
	,180	,211	50	,142	,324	50		
	,310*	,028	50	,027	,854	50		
	,265	,063	50	-,022	,878	50		
	,249	,081	50	,373*	,008	50		
	,577*	,000	50					

Pearson P R E F E R E N C E S I	- ,23 2	- ,1 9 5	- ,1 4 8	,0 98	,3 7 9*	- ,21 0	- ,08 0	,0 9 4	,3 1 0*	,142	,213	,320*	-,051	,169	,317*	1	,309*	,387**	,517*
Correlation S i g. (2 - t a i l e d)	,10 5	,1 7 4	,3 0 5	,4 98	,0 0 7	,14 3	,58 3	,5 1 7	,0 2 8	,324	,137	,023	,723	,241	,025		,029	,005	,000
N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Pearson P R E F E R E N C E S I	- ,15 4	,0 2 5	,0 1 0	- ,1 71	- ,0 7 9	,20 5	,09 5	,2 2 3	,2 6 5	,027	-,093	-,116	,126	,125	,028	,309*	1	,705**	,401*
Correlation S i g. (2 - t a i l e d)	,28 6	,8 6 3	,9 4 7	,2 35	,5 8 5	,15 3	,51 2	,1 2 0	,0 6 3	,854	,521	,422	,383	,387	,847	,029		,000	,004
N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Pearson P R E F E R E N C E S I	- ,07 3	,1 0 9	,2 3 4	- ,2 06	,2 1 0	- ,12 2	,00 3	- ,0 1 8	,2 4 9	-,022	-,090	,112	,176	,166	-,104	,387**	,705**	1	,435*
Correlation																			

	Sig. (2-tailed)	N	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	TOTAL N
	,615	50	,234	,101	50
	,452	50	,013	,927	50
	,102	50	,033	,820	50
	,151	50	,276	,052	50
	,144	50	,170	,237	50
	,399	50	,056	,700	50
	,982	50	,065	,653	50
	,901	50	,209	,145	50
	,081	50	,577*	,000	50
	,878	50	,373**	,008	50
	,535	50	,376**	,007	50
	,438	50	,347*	,013	50
	,221	50	,303*	,032	50
	,248	50	,307	,030	50
	,473	50	,396**	,004	50
	,005	50	,517**	,000	50
	,000	50	,401**	,004	50
	,002	50	,435**	,002	50
	,002	50	1	,002	50



*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P6 P7 P8 P9 P10 P11 P12 P13 P14 P15 P16
P17 P18 P19 TOTAL
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA.
```

Reliability

		Notes	
Output Created			23-FEB-2017 13:45:19
Comments			
Input	Data Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File Matrix Input	D:\kasia\Untitled1.sav DataSet0 <none> <none> <none>	50
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.	
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P6 P7 P8 P9 P10 P11 P12 P13 P14 P15 P16 P17 P18 P19 TOTAL /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.	
Resources	Processor Time Elapsed Time		00:00:00,02 00:00:00,02

[DataSet0] D:\kasia\Untitled1.sav

Scale: ALL VARIABLES

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,578	19

