

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada riset yang dilakukan terhadap anggota pembiayaan kafalah di BMT UGT Sidogiri Mojo sebagai responden, maka dapat ditarik kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan riset serta hasil penyajian data yang terkumpul. Maka peneliti menyusun beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis data variabel kualitas pelayanan, diperoleh hasil 46 (69,7%) responden menyatakan bahwa kualitas pelayanan di BMT UGT Sidogiri Mojo termasuk dalam kategori baik.
2. Analisis data variabel kualitas produk, diperoleh hasil 38 (57,6%) responden menyatakan bahwa kualitas produk di BMT UGT Sidogiri Mojo termasuk dalam kategori baik.
3. Analisis data variabel kepuasan, diperoleh hasil 52 (78,8%) responden menyatakan bahwa kepuasan anggota pembiayaan kafalah di BMT UGT Sidogiri Mojo termasuk dalam kategori baik.
4. Hasil riset menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota pembiayaan kafalah di BMT UGT Sidogiri Mojo. hal ini dibuktikan dengan hasil uji korelasi *Pearson Correlation* sebesar 0,532 dan nilai signifikansi 0,000. Kesimpulannya bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan

anggota pembiayaan kafalah di BMT UGT Sidogiri Mojo adalah sedang.

5. Hasil riset menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan anggota pembiayaan kafalah di BMT UGT Sidogiri Mojo. hal ini dibuktikan dengan hasil nilai uji korelasi *pearson* 0,629 dan nilai signifikan 0,000. Kesimpulannya bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota pembiayaan kafalah di BMT UGT Sidogiri Mojo adalah kuat.
6. Pada analisis korelasi/hubungan secara simultan (bersama-sama) diperoleh nilai R sebesar 0,648 dan berada pada interval nilai 0,50-0,699. Sehingga dapat diartikan bahwa hubungan kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara simultan (bersama-sama) dengan variabel kepuasan anggota (Y) memiliki derajat hubungan yang kuat. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi $Y = 3,024 + 0,221 X_1 + 0,392X_2$ dan nilai sig X_1 sebesar $0,107 > 0,05$ yang berarti tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota dan nilai sig X_2 sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan anggota. Hasil analisis koefisien determinasi atau *R squer* diperoleh sebesar 0,420 atau 42,0%, artinya variabel kepuasan anggota dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk. Sedangkan 58,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam riset ini, yaitu faktor emosi, harga dan biaya.