

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

1. Sejarah Perkembangan Dan Letak Geografis Yayasan Nurul Hayat Surabaya

Yayasan Nurul Hayat berdiri pada tahun 2001, bergerak dalam bidang layanan sosial dan dakwah. Nurul Hayat sejak awal didirikan sudah dicita-citakan untuk menjadi lembaga milik ummat yang mandiri. Yayasan ini merupakan sebuah yayasan yang mandiri. Yayasan Nurul Hayat ini, juga biasa disebut dengan Lembaga Milik Ummat.

Lembaga Milik Ummat artinya lembaga yang dipercaya oleh umat karena mengedepankan transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana-dana amanah umat. Sedangkan Lembaga Yang Mandiri artinya hak Yayasan Nurul Hayat sebagai amil (gaji karyawan) tidak mengambil dana zakat dan sedekah umat. Yayasan Nurul Hayat berusaha memenuhi gaji karyawan secara mandiri dari hasil usaha yayasan.

"Kami tidak mengambil dana zakat dan sedekah umat. Gaji karyawan dipenuhi secara mandiri dari hasil usaha yayasan." Itulah sebuah kalimat, yang selalu dikatakan oleh yayasan ini, Segala Puji bagi Allah SWT, cita-cita menjadi lembaga mandiri, menjadi kenyataan. Hingga kini, gaji karyawan di yayasan ini, bisa dipenuhi oleh hasil unit usaha. Jadi donasi

dari umat berupa zakat, infak dan shodaqoh (ZIS) 100% tersalurkan untuk mendukung program layanan sosial dan dakwah Nurul Hayat.

Adapun visi dari yayasan ini adalah sebagai berikut:

Mengabdikan pada Allah dengan membangun Ummat.

Misi dari yayasan ini adalah sebagai berikut:

Menebar kemanfaatan dan pemberdayaan di bidang Dakwah, Sosial, Kesehatan, Pendidikan dan Ekonomi.

2. Struktur Organisasi Yayasan Nurul Hayat Surabaya

Susunan Pengurus Yayasan Nurul Hayat terdiri dari :

a. Dewan Pengawas Syariah

Ketua : KH. Aburrahman Navis, Lc.

Anggota : Moh. Ali Aziz, H., M.Ag., Dr., Prof.

KH. Ahmad Nawawi

b. Organ Yayasan :

Ketua : Drs. H. Muhammad Molik

Sekretaris Umum : H. Khoirul Nizar

Sekretaris : H. Johny Rusdiyanto, MM

Bendahara Umum : Achsan Rois BA

Bendahara : Bambang Hermanto, ST

c. Management Pelaksana :

Direktur Eksekutif : H. Bambang Heriyanto SE.

Direktur Program : H. Muhammad Djauhari

Direktur ZIS : H. Muhammad Azhar, Spdi

Direktur Usaha : Malik Mulyono

Direktur Operasional : Denik Ambarwati, SE.

3. Profil Yayasan Nurul Hayat Surabaya

Yayasan Nurul Hayat Surabaya ini, juga memiliki motto yaitu “Sejuk Untuk Semua”. Maksudnya yaitu “Nurul Hayat Sejuk Untuk Semua” adalah sebuah tekad agar dimanapun Nurul Hayat berada harus selalu menghadirkan kesejukan bagi sekitarnya. Sejuk Untuk Semua juga penegasan bahwa NH secara organisasi tidak berafiliasi dengan suatu paham atau golongan tertentu sehingga diharapkan Nurul Hayat dapat diterima dan memberi kemanfaatan untuk golongan manapun dan dimanapun. “SEJUK UNTUK SEMUA” adalah misi qurani untuk menjadi Rahmatan lil 'Alamiin. Yaitu berdakwah Islam menggunakan hikmah dan perkataan yang baik (mau'idzah hasanah), serta tolong menolong dalam kebaikan.

Komitmen dari yayasan Nurul Hayat Surabaya yaitu selalu berusaha melakukan perbaikan dan peningkatan prestasi dalam bekerja dengan memegang teguh empat komitmen yaitu : mandiri, amanah, profesional, dan memberdayakan. Adapun maksud dari empat komitmen tersebut antara lain sebagai berikut:

- a. Mandiri : Gaji karyawan Nurul Hayat dipenuhi dari hasil unit usaha. Sehingga amanah Zakat dan Sedekah menjadi makin optimal untuk program sosial dan dakwah lainnya.

Legalitas Yayasan Nurul Hayat. Nurul Hayat resmi berdiri pada tahun 2001 dengan nama Yayasan Nurul Hayat Surabaya dan beralamat di Perum IKIP Gunung Anyar B-48 Surabaya. Nurul Hayat bergerak di bidang sosial, dakwah, pendidikan dan pemberdayaan ekonomi sesuai dengan :

- [illegible]

B. PENYAJIAN DATA

1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini cukup beragam, yaitu dalam hal jenis kelamin, usia, pendidikan, dan masa kerja. Responden dalam penelitian ini dengan jumlah banyak atau tak terhingga yaitu pelanggan barang bekas berkualitas Yayasan Nurul Hayat Surabaya yang sedang menyumbangkan barangnya di program barbeku yayasan ini. Kuesioner dibagikan secara acak kepada pelanggan barang bekas berkualitas Yayasan Nurul Hayat Surabaya tanpa memilih, artinya semua pelanggan memiliki kesempatan sama untuk menjadi responden. Namun, kuesioner penelitian hanya diberikan kepada para pelanggan yang mau menjadi responden saja.

Peneliti mengambil objek penelitian yang terletak pada posisi strategis. Yaitu di kantor yayasan Nurul Hayat Kota Surabaya, berjarak $\pm$ 100 samping sebuah universitas ternama. Berdasarkan pengamatan peneliti dan pendapat beberapa responden, Yayasan Nurul Hayat ini selalu memberikan layanan yang terbaik kepada para pelanggannya.

Berikut adalah karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, dan masa kerja.

a. Jenis Kelamin

Berikut adalah komposisi responden laki-laki dan perempuan dalam penelitian ini.

Tabel 4.1 Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah (orang)	Persentase
Laki-laki	37	37%
Perempuan	63	63%
Tidak terisi	0	0%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, ada 37 orang yang bejenis laki-laki, 63 orang yang berjenis kelamin perempuan, dan semua pegawai yang menjadi sampel merespon.Responden dengan jenis kelamin perempuan mendominasi sebesar 63% sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 37%.

b. Status Perkawinan

Berikut adalah komposisi status perkawinan dalam penelitian ini.

Tabel 4.2
Status Pernikahan

Status Pernikahan	Jumlah (orang)	Persentase
Kawin	88	88%
Tidak Kawin	9	9%

Janda/ Cerai Mati	3	3%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, ada 88 orang memiliki status kawin, 9 orang memiliki status tidak kawin, dan ada 3 orang memiliki status janda atau cerai mati. Responden yang memiliki status pernikahan telah kawin mendominasi sebesar 88 %, responden yang belum kawin sebesar 9%, dan responden yang memiliki status janda/ cerai mati sebesar 3%

c. Usia

Berikut adalah kelompok usia responden dalam penelitian ini,

Tabel 4.3
Jenis usia

Usia	Jumlah (orang)	Persentase
21 – 30 tahun	17	17%
31 – 40 tahun	28	28%
41 – 50 tahun	22	22%
51 – 60 tahun	14	14%
61 – 70 tahun	14	14%
71 – 80 tahun	5	5%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer diolah

responden merupakan pria dan wanita yang berumur 21– 30 tahun yaitu sebanyak 17 orang dengan persentase 17%. Kemudian terbanyak selanjutnya adalah responden dengan usia 31 – 40 tahun yaitu sebanyak 28 orang dengan persentase 28%. Kemudian selanjutnya pada usia 41 - 50 tahun yaitu sebanyak 22 orang dengan persentase 22%, selain itu yang berusia 51 – 60 tahun sebanyak 14 orang dengan persentase sebesar 14%, selanjutnya pada usia 61 – 70 tahun sebanyak 14 orang dengan persentase 14% dan yang berusia 71 – 80 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase 5%.

Berikut adalah kelompok pendidikan responden dalam penelitian ini,

Tabel 4.4
Pendidikan

Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase
SMP	3	3%
SMA	15	15%
Akademi (D1-D3)	7	7%
Universitas S1/S2	75	75%
Jumlah	100	100%

sumber: Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa 75% responden berpendidikan universitas (S1 dan S2) yaitu sebanyak 75

a. Kepercayaan Pelanggan

Dalam variabel Kepercayaan Pelanggan, peneliti memberikan 11 pernyataan yang akan direspon oleh responden. Berikut adalah tabel pernyataan tersebut beserta jumlah respon dari responden,

Tabel 4.5
Kepercayaan Pelanggan

Item pernyataan	Jumlah orang yang merespon dengan					Jumlah
	SS	S	RR	TS	STS	
1. Program barbeku Yayasan Nurul Hayat selalu mengerjakan pekerjaan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati	41	55	3	1		100

2. Kualitas yang dihasilkan oleh program barbeku Yayasan Nurul Hayat sesuai aspek yang ditentukan	28	61	11			100
3. Program barbeku Yayasan Nurul Hayat tidak pernah melanggar janji ketepatan waktu dalam pendistribusian barang	26	53	9	2		100
4. Dalam menjalin perjanjian pihak barbeku Yayasan Nurul Hayat dapat dipercaya	40	53	4	3		100
5. Pihak pengelola barbeku Yayasan Nurul Hayat selau ramah dalam melayani penerimaan barang dari para donatur	41	53	5	1		100
6. Pihak barbeku Yayasan Nurul Hayat memberikan pelayanan yang cepat tanpa membuat para donatur menunggu lama	33	54	12		1	100
7. Pihak barbeku Yayasan Nurul Hayat Surabaya memberikan solusi yang tepat pada setiap keluhan para donatur	14	64	18	2		100
8. Pihak barbeku Yayasan Nurul Hayat bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan para donatur	25	66	8	1		100
9. Pihak barbeku Yayasan Nurul Hayat tidak mempersulit para donatur dalam menyedekahkan	44	50	6			100

Pada item pernyataan **Dalam menjalin perjanjian pihak barbeku Yayasan Nurrul Hayat dapat dipercayad** dari 100 responden 40 orang menjawab sangat tidak setuju, 53 orang menjawab ragu-ragu, 4 orang yang menjawab tidak setuju dan 3 orang menjawab tidak setuju.

Pada item pernyataan **Pihak pengelola barbeku Yayasan Nurul Hayat selalu ramah dalam melayani penerimaan barang dari para donatur**, dari 100 responden 41 orang menjawab sangat setuju, 53 orang menjawab setuju, 5 orang menjawab ragu-ragu, 1 orang menjawab tidak setuju. dan tidak ada orang yang menjawab sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan **Pihak barbeku Yayasan Nurul Hayat memberikan pelayanan yang cepat tanpa membuat para donatur menunggu lama**, dari 100 responden 33 orang menjawab sangat setuju, 54 orang menjawab setuju, 12 orang menjawab ragu-ragu, tidak ada orang yang menjawab tidak setuju dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan Pihak barbekuYayasan Nurul Hayat Surabaya memberikan solusi yang tepat pada setiap keluhan para

Pada itempernyataan **Pihak barbeku Pihak barbeku**
Yayasan Nurul Hayat bersedia memberikan informasi yang
dibutuhkan para donatur, dari 100 responden 25 orang menjawab
sangat setuju, 66 orang menjawab setuju, 8 orang menjawab ragu-ragu,
1 orang yang menjawab tidak setuju dan tidak ada yang menjawab
sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan **Pihak barbeku Yayasan Nurul Hayat** selalu menghormati kepercayaan donatur untuk menyedekahkan **barangnya**, dari 100 responden 38 orang menjawab sangat setuju, 57 orang menjawab setuju, 3 orang menjawab ragu-ragu, 2 orang yang menjawab tidak setuju dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

[illegible]

b. Keputusan Pelanggan

Tabel 4.6
Keputusan pelanggan

Item Pernyataan	Jumlah orang yang merespon dengan					Jumlah
	SS	S	RR	TS	STS	
12. Saya memberitahukan kepada saudara atau teman adanya program barbeku di Yayasan Nurul Hayat	28	65	6	1		100
13. Saya merasa yakin setiap kali menyedekahkan barang di program barbeku Yayasan Nurul Hayat	46	48	5	1		100
14. Saya akan melanjutkan kembali menyedekahkan barang di Yayasan Nurul Hayat	40	52	6	2		100

Pada item pernyataan **Jika ada barang tidak terpakai saya akan menyedekahkan kembali ke program barbeku Yayasan Nurul Hayat**, dari 100 responden, 45 orang menjawab sangat setuju, 50 orang menjawab setuju, 4 orang menjawab ragu-ragu, dan 1 orang

menjawab tidak setuju dan tidak ada orang yang menjawab sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan **Menurut saya di program barbeku Yayasan Nurul Hayat tempat yang tepat dalam menyedekahkan barang bekas**, dari 100 responden, 52 orang menjawab sangat setuju, 43 orang menjawab setuju, 5 orang menjawab ragu-ragu, tidak ada orang menjawab tidak setuju dan 1 orang yang menjawab sangat tidak setuju.

3. Validitas Instrumen

Untuk mendapatkan data yang valid, diperlukan instrumen yang valid pula. Dalam penelitian ini pengujian validitas instrumen menggunakan korelasi *Bivariate Pearson*. Yaitu dengan cara membandingkan r hitung dan r tabel. Instrumen dikatakan valid apabila r hitung lebih besar daripada r tabel. Jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka instrumen tersebut harus diganti atau diperbaiki. Berikut adalah hasil uji validasi instrumen dalam penelitian ini.

a. Validitaskepercayaan pelanggan

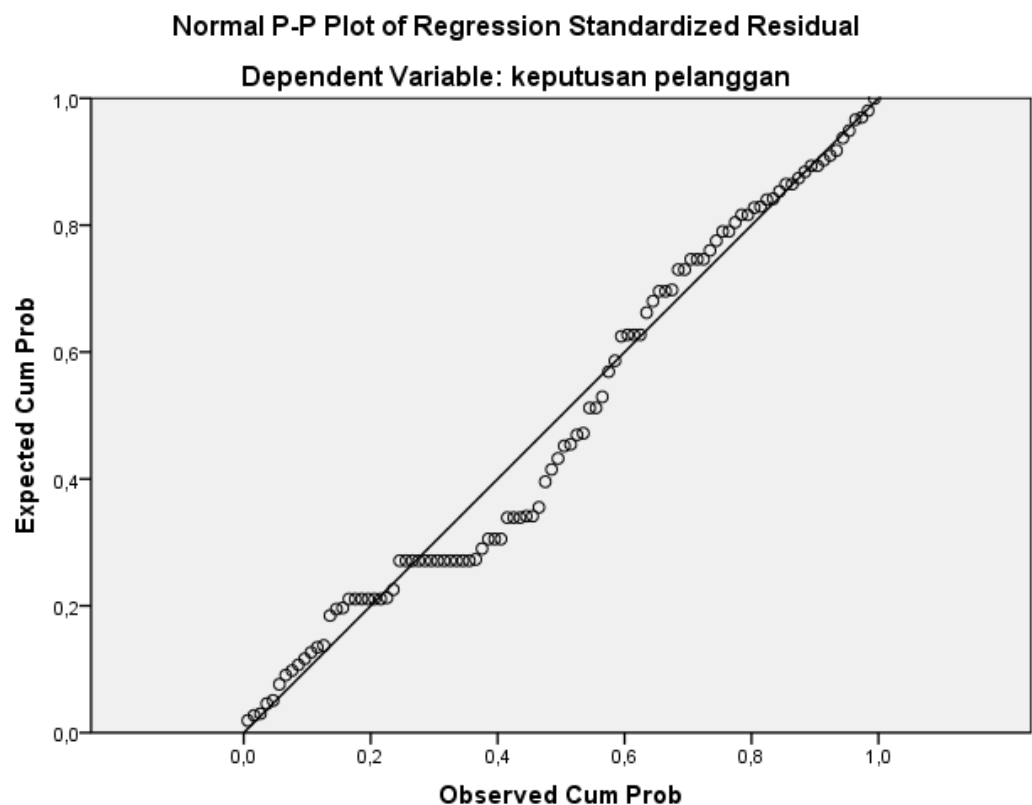
Dalam variabel kepercayaan pelanggan, terdapat 11 item pernyataan. Berikut adalah hasil uji validasi kesebelas item pernyataan tersebut.

Tabel 4.7

kp 4	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,449*	,575**	,426**	1	,422**	,393**	,479**	,337**	,481**	,585**	,528**	,753**
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
kp 5	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,355*	,251*	,451**	,422**	1	,375**	,256*	,304**	,450**	,428**	,509**	,637**
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
kp 6	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,445*	,341**	,560**	,393**	,375**	1	,314**	,121	,363**	,257**	,221*	,600**
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
kp 7	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,327*	,500**	,413**	,479**	,256*	,314**	1	,464**	,327**	,558**	,456**	,672**
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov test* (taraf signifikansi 0.05) dengan melihat data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0.05. Berikut adalah hasil pengujian normalitas data dalam penelitian ini.

Gambar 4.11
Grafik P-P Plot Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,26778240
Most Extreme Differences	Absolute	,119
	Positive	,119
	Negative	-,054
Kolmogorov-Smirnov Z		1,195
Asymp. Sig. (2-tailed)		,115

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

[illegible]

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9,903	2,129		4,651	,000		
kepercayaan pelanggan	,443	,046	,699	9,678	,000	1,000	1,000

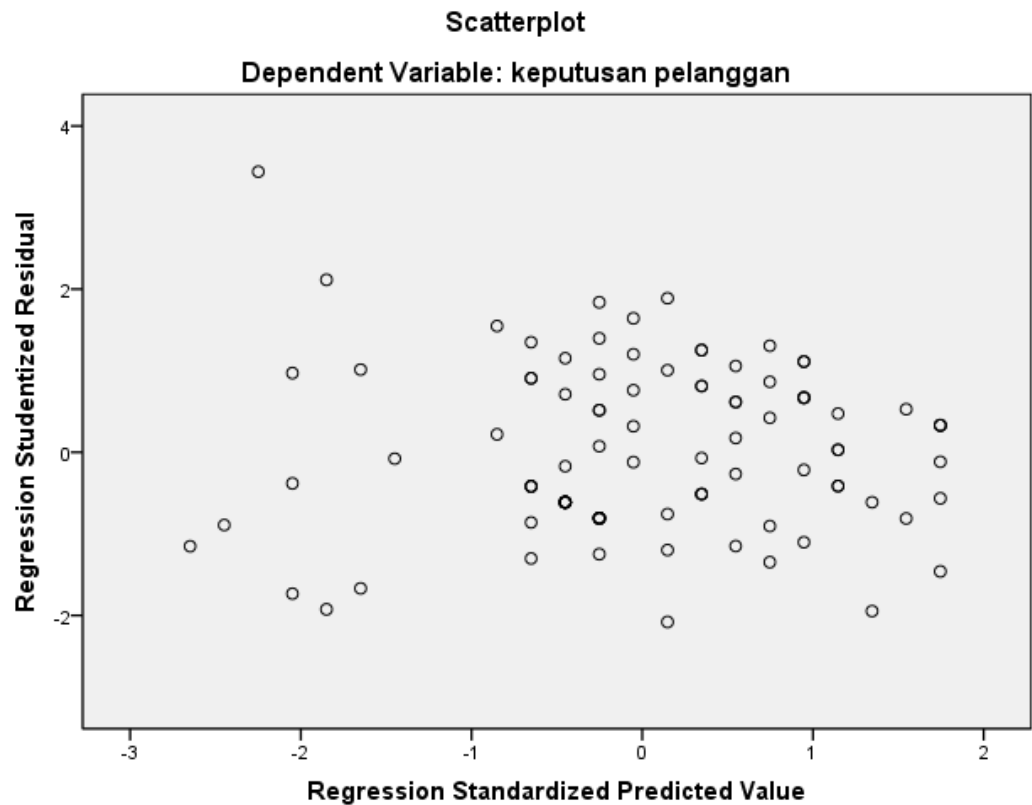
b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas⁸².

⁸²Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, hal. 41-42

SPSS. Seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, menyebar, kemudian menyempit) maka dapat disimpulkan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas. Dan sebaliknya, jika tidak ada pola jelas serta titik menyebar maka indikasinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.14
Grafik Scatter Hasil Uji heteroskedastisitas



Berdasarkan output scatterplot di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

C. Pengujian Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 4.15
Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
keputusan pelanggan	30,39	3,172	100
kepercayaan pelanggan	46,26	5,006	100

Sumber : Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Tabel “Descriptive Statistic” diatas, memberikan informasi bahwa besarnya mean (rata-rata) dan simpangan baku setiap variabel. Rata-rata kepercayaan adalah 46,26. Rata-rata keputusan pelanggan adalah 30,39. simpangan baku kepercayaan pelanggan adalah 5,009 dan simpangan baku untuk variabel keputusan adalah 3,172.

Tabel 4. 16
Korelasi Product Moment
Kepercayaan terhadap keputusan pelanggan

Correlations			
		keputusan pelanggan	kepercayaan pelanggan
Pearson	keputusan pelanggan	1,000	,699

Correlation	kepercayaan pelanggan	,699	1,000
Sig. (1-tailed)	keputusan pelanggan		,000
	kepercayaan pelanggan	,000	
N	keputusan pelanggan	100	100
	kepercayaan pelanggan	100	100

Sumber : Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Tabel Correlations diatas menunjukkan nilai Korelasi Product Moment : Nilai korelasi X dan Y adalah sebesar 0.699, dengan nilai p-value (sig-) sebesar 0.000. Dengan demikian, dapat dikatakan terdapat hubungan yang kuat (dengan arah positif) dan signifikan (karena p-value < 0.05) antara insentif dan produktivitas. Hubungan positif ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi pula keputusan pelanggan.

Tabel 4.17
Variable Entered

Variables Entered/Removed ^b			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	kepercayaan pelanggan	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: keputusan pelanggan

Sumber : Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Tabel variabel entered / removed menunjukkan bahwa semua variabel diikutkan dalam pengolahan data.

Standart Error of Estimate (SEE) adalah 2,279. Nilai ini berfungsi untuk menguji apakah model regresi sudah berfungsi dengan baik sebagai prediktor atau belum. Untuk itu, nilai SEE harus dibandingkan dengan nilai Simpangan Baku, yaitu sebesar

5,006 dan simpangan baku keputusan pelanggan sebesar 3,172. SEE ternyata lebih kecil dari nilai simpangan baku, maka model regresi ini dapat digunakan sebagai prediktor keputusan pelanggan.

2. Uji F

Tabel 4.19

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	486,649	1	486,649	93,671	,000 ^a
	Residual	509,141	98	5,195		
	Total	995.790	99			

a. Predictors: (Constant), kepercayaan pelanggan

b. Dependent Variable: keputusan pelanggan

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, df 1 (Jumlah variabel - 1) = 2 - 1 = 1, dan df 5 (n-k-1) atau 100 - 1 - 1 = 98 (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen), hasil diperoleh untuk F_{Tabel} sebesar 3.089 {pada cell kosong Ms. Excel mengetikkan =FINV(0,05;5;52)}. Kriteria pengujian, H_0 diterima bila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, sedangkan H_0 ditolak bila $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$. Berdasarkan hasil dari tabel diatas maka nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($46,737 > 3.089$), maka H_0 ditolak.

Karena F hitung lebih besar dari F tabel ($93,671 > 3.175$), maka H_1 diterima, artinya ada pengaruh secara signifikan antara kepercayaan pelanggan terhadap keputusan pelanggan Yayasan Nurul Hayat di Surabaya.

3. Uji t

Tabel 4.20
Coefficients
Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pelanggan
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

D. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)

Setelah melihat proses analisa tersebut, didapatkan hasil yaitu variable kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan. Berdasarkan hasil dari hipotesa tersebut, yang telah menguji hipotesa tersebut dan telah diterima. Berarti keputusan pelanggan dalam menyedekahkan barang bekas berkualitas memiliki kepercayaan pelanggan yang tinggi, sehingga keputusan pelanggan yang mereka ambil juga baik. Dengan memiliki kepercayaan pelanggan tentu akan mempengaruhi keputusan pelanggan tersebut. Bisa dilihat pada besarnya koefisien korelasi yaitu sebesar 0.489 dengan nilai signifikansi atau p-value sebesar 0.000 yang mengindikasikan hubungan pengaruh tersebut kuat. Koefisien bernilai positif, itu artinya terjadi hubungan positif antara kepercayaan pelanggan terhadap keputusan pelanggan, semakin naik kepercayaan yang dimiliki pelanggan maka semakin meningkat atau baik keputusan pelanggan tersebut.

Meski demikian, variabel kepercayaan pelanggan hanya dapat memberikan kontribusi dalam mempengaruhi keputusan pelanggan Nurul Hayat di Surabaya hanya sebesar 48.9%. Hal ini ditunjukkan dengan nilai R-square sebesar 0.489 (sehingga kontribusinya hanya $0.489 \times 100\%$).

Hal ini menunjukkan bahwa besarnya sumbangan atau kontribusi variabel kepercayaan pelanggan dalam mempengaruhi keputusan pelanggan Nurul Hayat di Surabaya adalah sebesar 48.9%, sedangkan sisanya sebesar 51.1% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain selain kepercayaan pelanggan.