

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Sejarah Berdirinya KSPP Syariah BMT NU Cabang Pragaan Sumenep

BMT NU lahir berangkat dari sebuah keprihatinan atas kondisi masyarakat Sumenep pada umumnya dan masyarakat Gapura pada khususnya, dimana kesejahteraan mereka tidak ada peningkatan secara signifikan, padahal etos kerja mereka cukup tinggi, hal ini sesuai dengan lagu madura *asapok angen abantal ombek* (berselimut angin dan berbantal ombak). Masyarakat kecamatan Gapura kabupaten Sumenep termasuk masyarakat pekerja keras, akan tetapi kerja keras mereka tidak mampu meningkatkan taraf hidupnya. Hal inilah yang membuat Nahdlatul Ulama merasa prihatin, oleh karenanya pada tahun 2003 Pengurus MWC NU Gapura memberikan tugas kepada Lembaga Perekonomian. Berangkat dari kesepakatan bersama, akhirnya Lembaga Perekonomian mencanangkan program penguatan ekonomi kerakyatan untuk kesejahteraan masyarakat yang *Mardhatillah*.¹

Untuk mewujudkan program tersebut, serangkaian upaya telah dilakukan oleh lembaga perekonomian MWC NU Gapura, diawali dengan pelatihan kewirausahaan, bincang bersama alumni pelatihan guna merumuskan model penguatan ekonomi kerakyatan, temu usaha, lokakarya tanaman alternatif selain

¹ BMT NU Jawa Timur, “*Sejarah BMT NU Jawa Timur*” BMT NU Jawa Timur, diakses dari <https://bmtnujatim.com/blog/>, pada tanggal 4 April 2020 pukul 21.17.

tembakau dan lokakarya perencanaan pembentukan BUMNU (Badan Usaha Milik NU). Dari lokakarya tersebut akhirnya ditemukan bahwa persoalan yang sedang dihadapi oleh masyarakat kecil adalah lemahnya akses permodalan, lemahnya pemasaran, dan lemahnya penguasaan teknologi. Ketua lembaga perekonomian NU waktu itu, menawarkan gagasan untuk mendirikan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang bergerak dibidang usaha simpan pinjam bagi anggotanya, gagasan ini berangkat dari sebuah keprihatinan semakin banyaknya praktek rentenir dilingkungan tersebut.²

Salah satu tantangan terbesar bagi pengurus diawal berdirinya adalah meyakinkan kembali seluruh pendiri BMT NU. Pengurus BMT NU bekerja keras guna meyakinkan mereka dan masyarakat bahwa BMT NU yang dilahirkan benar-benar dapat bermanfaat bagi peningkatan usaha kecil dan menengah, serta simpanan mereka akan aman dan menentramkan karena dikelola secara profesional dan bebas dari praktik riba yang diharamkan oleh Allah SWT.³

Semangat dan motivasi tinggi dari pengurus yang waktu itu hanya 2 (dua) orang benar-benar diuji dan memerlukan dedikasi secara total untuk dapat meningkatkan dan mengembangkan BMT NU yang diyakini mampu mengangkat ekonomi usaha kecil dan mikro. Oleh karenanya, pengurus hampir tiap malam *door to door* ke rumah masyarakat di kecamatan Gapura untuk mengajaknya menjadi anggota BMT. Siang sampai sore hari pengurus mencari peminjam sekaligus menyerahkan pinjamannya, sedangkan pada malam hari mencari penabung dan anggota serta mengerjakan administrasi keuangan. Awalnya, banyak orang pesimis, hal ini tidak terlepas dari kondisi dan image

² Ibid.

³ Ibid.

masyarakat terhadap perjalanan koperasi yang seringkali mati ditengah jalan dan simpanan anggota tidak diketahui nasibnya, bahkan banyak koperasi yang ujung-ujungnya hanya menguntungkan pengurusnya saja, kondisi inilah yang menjadi tantangan terberat bagi pengurus dalam meyakinkan masyarakat agar mau bergabung dan menabung.⁴

Berbagai langkah dan upaya terus dilakukan dengan semangat pengorbanan dan dedikasi yang maksimal selama 2 (dua) tahun BMT NU berdiri. Namun ternyata, di tahun 2005 kondisinya tetap tidak jauh berbeda dengan tahun 2004, hal ini karena masyarakat yang mau bergabung dan menabung masih belum percaya sepenuhnya dan harus berpikir seribu kali untuk menjadi anggota BMT NU. Namun hal tersebut tidak membuat pengurus BMT NU berputus asa, mereka terus bangkit hingga akhirnya sejak tahun 2006 kehadiran BMT NU mulai terasa perkembangannya. Hal ini terbukti pada akhir tahun buku 2006 jumlah aset BMT NU sudah mencapai Rp. 30.361.230,17 dengan jumlah Anggota 182 orang dan laba bersih 5.356.282. Melihat perkembangan BMT NU pada akhir tahun 2006, maka pengurus untuk melengkapi legal formalnya sebagai sebuah koperasi yang mendapatkan pangakuan dari pemerintah. Akhirnya pada tanggal 4 Mei 2007 telah resmi terdaftar di akte notaris dengan Nomor : 10, Badan Hukum : 188.4/11/BH/XVI.26/435.113/2007, SIUP : 503/6731/SIUP-K/435.114/2007, TDP : 132125200588, dan NPWP : 02.599.962.4-608.000 dengan nama Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah (KJKS) Baitul Maal wa Tamwil Nuansa Umat yang disingkat dengan BMT NU.⁵

⁴ Ibid.

⁵ Ibid.

Seiring dengan berjalannya waktu ternyata kehadiran BMT NU sangat membantu masyarakat miskin dalam hal permodalan, sehingga BMT NU semakin berkembang, dan dari perkembangan inilah BMT NU Gapura mulai mendirikan cabang diberbagai tempat seperti halnya di Desa Dungkek, Saronggi, Bluto, Lenteng, Pragaan, Ru-Baruh, Manding, Batu Putih, Batang-Batang dengan tujuan yang sama yaitu membantu masyarakat miskin dalam hal permodalan dan menjauhkan dari kekejaman para rentenir, seiring berjalannya waktu dengan perkembangan BMT yang terus meningkat, pada tahun 2012 diresmikan sebuah cabang baru dari BMT NU Gapura yang berlokasi di Desa Pakamban Laok dan diberi nama KSPPS BMT NU Cabang Pragaan, dengan alamat kantor Dusun Talon, Desa Pakamban Laok, Kecamatan Pragaan, Kabupaten Sumenep, Kode Pos 69465.

b. Visi Dan Misi KSPP.Syariah BMT NU Cabang Pragaan Sumenep

Adapun Visi dan Misi BMT NU adalah sebagai berikut:

Visi: “Terwujudnya BMT NU yang Jujur, Amanah, dan Profesional sehingga Anggun dalam Layanan, Unggul dalam Kinerja menuju terbentuknya 100 Kantor Cabang Pada Tahun 2026 untuk Kemandirian dan Kesejahteraan Anggota”.

Misi:⁶

- 1) Memberikan layanan prima, bina usaha dan solusi kepada anggota sebagai pilihan utamaMenerapkan dan mengembangkan nilai-nilai.
- 2) syariah secara murni dan konsekuen sehingga menjadi acuan tata kelola usaha yang profesional dan amanah.

⁶ BMT NU Jawa Timur, “*Visi&Misi BMT NU Jawa Timur*” BMT NU Jawa Timur, diakses dari <https://bmtnujatim.com/blog/>, pada tanggal 6 April 2020 pukul 10.01.

- 3) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan menuju berdirinya 100 kantor cabang pada tahun 2026.
- 4) Mengutamakan penghimpunan dana atas dasar ta'awun dan penyaluran pembiayaan pada segment UMKM baik secara Perseorangan maupun berbasis jamaah.
- 5) Mewujudkan penghimpunan dan penyaluran zakat, infaq, shodaqah, dan waqaf.
- 6) Menyiapkan dan mengembangkan SDI yang berkualitas, profesional, dan memiliki integritas tinggi.
- 7) Mengembangkan budaya dan lingkungan kerja yang ramah dan sehat serta management yang sesuai prinsip kehati-hatian.
- 8) Menciptakan kondisi terbaik bagi SDI sebagai tempat kebanggaan dalam mengabdikan tanpa batas dan melayani dengan ikhlas sebagai perwujudan ibadah.
- 9) Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan jamaah

Motto: "Menebar Manfaat Berbagi Keuntungan"

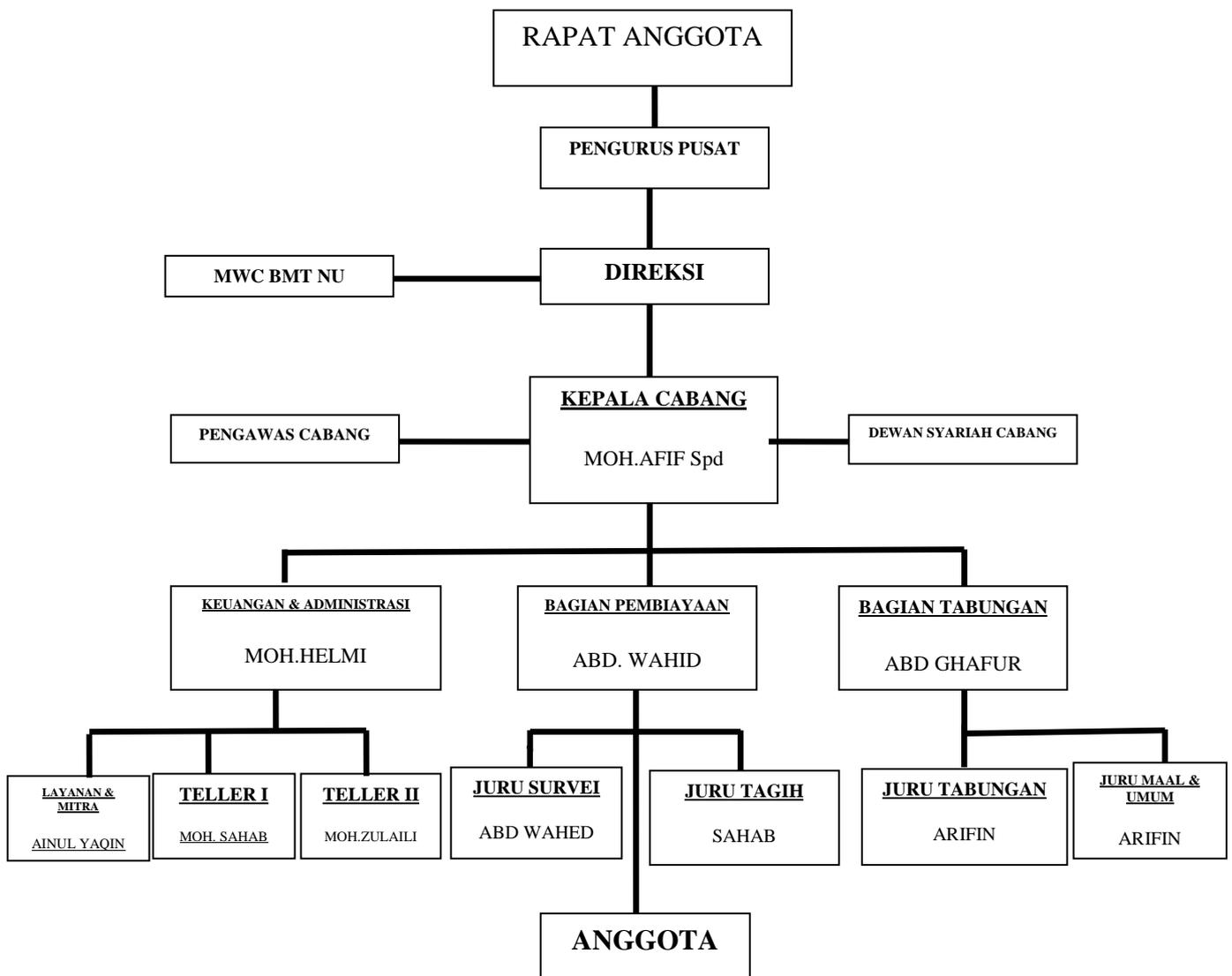
c. Budaya Kerja

- 1) Siddiq (Menjaga martabat dan Integritas).
- 2) Amanah (Terpercaya dengan penuh tanggung-jawab).
- 3) Fathonah (Profesional dalam bekerja).
- 4) Tabligh (Bekerja dengan penuh keterbukaan).
- 5) Istiqomah (Konsisten menuju kesuksesan).

d. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah suatu jenjang urutan dalam pendeglarasian wewenang yang ada dalam organisasi. Struktur organisasi sangat diperlukan guna mencapai hasil yang optimal, struktur organisasi akan memperlancar tugas dan wewenang pada seluruh bagian dalam perusahaan atau organisasi. Adapun struktur organisasi KSPP Syariah BMT NU Cabang Pragaan Sumenep adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1
Struktur Pengelola KSPP SYARIAH BMT NU Cabang Pragaan



Sumber : Data ini diperoleh dari KSPPS BMT NU Cabang Pragaan

e. Produk-Produk KSPP Syariah BMT NU Cabang Pragaan Sumenep

Produk-produk yang dimiliki oleh KSPP Syariah BMT NU Cabang Pragaan Sumenep adalah sebagai berikut:

1) Produk Tabungan atau Simpanan

a) Simpanan Anggota (SIAGA)

Terdiri dari : Siaga Pokok Rp. 100.000 Siaga Wajib Rp. 20.000 perbulan dan siaga suka rela yang jumlahnya tidak di tentuka. Siaga Pokok dan Wajib hanya dapat di tarik ketika yang bersangkutan berhenti dari keanggotaan sedangkan siaga suka rela hanya dapat di tarik satu tahun sekali. sedangkan bagi hasilnya 70% Dari SHU (Maksimal 60% sebagai partisipasi modal dan minimal 10% sebagai dana cadangan) dengan menggunakan akad musyarakah.

b) Tabungan Mudharabah (TABAH)

Simpanan yang bisaMemperudahkan Anda Memenuhi Kebutuhan sehari – hari karena setoran dan penarikan dapat dilakukan kapan saja dan memperoleh keuntungan bagi hasil 40% menggunakan akad mudlarabah muthlaqah. Setoran awal Rp 10.000 dan selanjutnya minimal Rp. 2.500.

c) Simpanan Berhadiah (SAJADAH)

Simpanan dengan keuntungan yang dapat dinikmati diawal dengan memperoleh hadiah langsung tanpa diundi. Menggunakan akad wadiah Yad Al-Dhamanah dan dapat di tarik pada waktu berdasarkan ketentuan yang berlaku.

d) Simpanan Pendidikan Fathonah (SIDIK Fathonah)

Simpanan yang alokasi dananya diperuntukkan untuk dana pendidikan bagi putra-putri mitra. Penarikan dapat dilakukan dua kali dalam satu tahun,

pertama pada saat ajaran baru, kedua pada saat semester. nisbah bagi hasil 45% (nasabah) : 55 % (BMT).

e) Simpanan Haji Sejahtera (SAHARA)

Merupakan simpanan bagi mereka yang Hendak Menunaikan ibadah Haji. Setoran awal minimal Rp. 1.000.000 Setoran selanjutnya Sesuai kemampuan. Setoran kapan saja dan penarikan hanya bisa dilakukan ketika akan melaksanakan haji dan umrah kecuali Udzur Syar'i dengan nisbah bagi hasil 65 % dan 35 % untuk BMT NU.

f) Tabungan Ukhrawi (TARAWI)

Merupakan simpanan yang bagi hasilnya digunakan untuk membantu pengembangan kualitas dhuafa. Dengan Simpanan ini berarti nasabah menyimpan sekaligus beramal tanpa kehilangan dana. Penarikan minimal enam bulan setelah pembukaan simpanan. Setoran awal minimal Rp. 25.000 Setoran selanjutnya minimal Rp 5.000 dengan nisbah bagi hasil 50 %.

g) Simpanan Berjangka Mudlarabah (SIBERKAH)

Simpanan dengan keuntungan yang melimpah dengan bagi hasil 65% Menggunakan akad Mudlarabah Muthalaqah. Setoran minimal Rp. 500.000 dengan jangka waktu minimal (satu) tahun.

h) Simpanan Lebaran (SABAR)

Simpanan yang dapat mempermudah anda memenuhi kebutuhan Lebaran dengan memperoleh keuntungan dari bagi hasil sebesar 55% menggunakan akad mudlarabah muthalaqah dengan setoran awal Rp. 25.000 dan setoran selanjutnya Minimal Rp. 5000. Setoran kapan saja dan penarikan hanya bisa dilakukan setiap Bulan Ramadhan.

2) Produk Pembiayaan

a) Bai' Bits Tsamani Al-Ajil (BBA)

Proses jual beli secara kredit dengan memberikan margin keuntungan yang telah disepakati . Pokok Pembiayaan dan Marginnya diangsur setiap bulan.

b) Murabahah

Proses jual beli dengan memberikan margin keuntungan yang telah disepakati. Pokok Pembiayaan dibayar pada iakhir jangka waktu sedangkan marginnya dibayar setiap bulan.

c) Mudlarabah

Akad kerjasama usaha produktif dan halal antara BMT dengan nasabah dimana sumber modalnya seluruhnya dari BMT NU, sedangkan Nasabah hanya bertindak selaku pengelola. Nisbah Bagi Hasil adalah 65 % untuk BMT NU dan 35 % untuk Nasabah. Jika terjadi kerugian, makakerugian dana ditanggung shohib al-maal sedangkan mudharib akan kehilangan usaha, reputasi dan tidak mendapatkan keuntungan.

d) Musyarakah

Kerja sama usaha antara shohib al-maal (BMT) dengan mudharib (Pengelola). Dalam akad ini modal usaha dari kedua belah pihak (sharing modal), dengan Sistem bagi hasil Jika terjadi kerugian, maka kerugian ditanggung kedua belah Pihak sesuai dengan porsi modal.

e) Al-Qardlul Hasan

Pemberian pinjaman dengan tanpa bagi hasil maupun margin, akan tetapi dianjurkan adanya jazaul Ihsan (balas budi) atas pinjaman dengan seikhlasnya atau sesuai dengan kemampuan nasabah dalam memberikan jasa pinjaman.

f) Rahn (Gadai) (Sejak Tahun 2008)

Karakteristik dan ketentuan umum, Barang yang dapat digadaikan berupa perhiasan emas dan barang berharga lainnya, mitra menanggung biaya taksir mulai 0,5% dari nilai taksir barang yang digadaikan, jumlah pembiayaan 80% dari nilai taksir barang, memberikan ujroh/biaya penitipan barang sebesar Rp.6,- dari nilai taksir barang untuk kelipatan Rp.10.000,- ujroh dihitung setiap hari (system, harian), jangka waktu gadai maksimal 4 bulan dengan masa tenggang 15 hari dan dapat diperpanjang kembali.

2. Deskripsi Data Penelitian Dan Responden

a. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner secara langsung kepada responden yang ditemui. Penelitian ini menyebarkan 100 kuesioner kepada Anggota KSSP Syariah BMT NU Cabang Pragaan Sumenep. Pengumpulan data secara langsung dikumpulkan oleh peneliti dengan menemui responden, diharapkan supaya lebih efektif untuk meningkatkan *respon rate* responden dalam penelitian ini. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampling incidental atau kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Peneliti menggunakan cara penarikan sampel dengan memilih subjek berdasarkan secara kebetulan yang telah

ditetapkan yaitu Anggota KSPP Syariah BMT NU Cabang Pragaan Sumenep sebanyak 100 sampel.

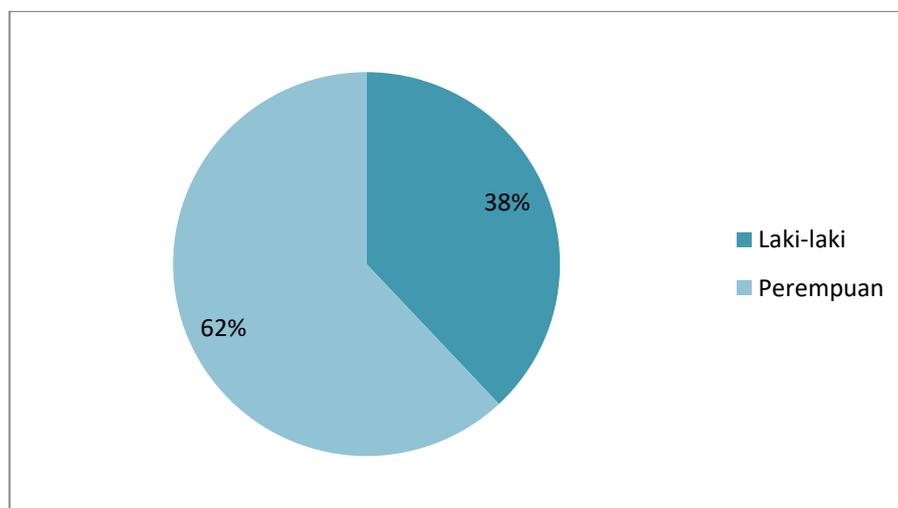
b. Deskripsi Data Responden

Deskripsi data responden yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Dalam penelitian ini responden memiliki beberapa karakteristik yaitu jenis kelamin, umur, dan pekerjaan. Hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1) Jenis Kelamin Responden

Data mengenai jenis kelamin Anggota KSPP Syariah BMT NU Cabang Pragaan Sumenep, yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2
Jenis Kelamin Responden

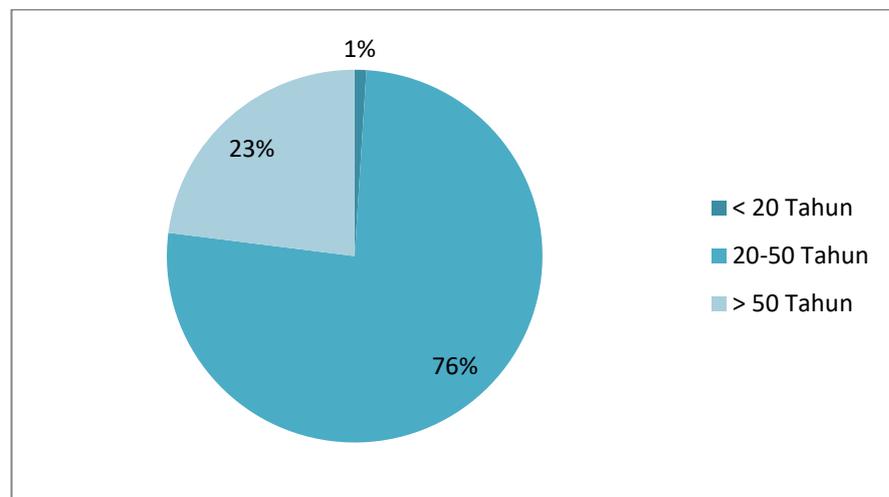


Berdasarkan keterangan pada gambar 4.2 di atas, dapat diketahui informasi responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 38 orang dengan persentase 38% dan perempuan berjumlah 62 orang dengan persentase 62%.

2) Umur Responden

Data mengenai umur responden dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi tiga kategori < 20 Tahun, 20-50 Tahun dan > 50 Tahun. Kategori umur tersebut merupakan umur Anggota KSPP Syariah BMT NU Cabang Pragaan Sumenep yang menjadi responden dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Gambar 4.3
Umur Responden

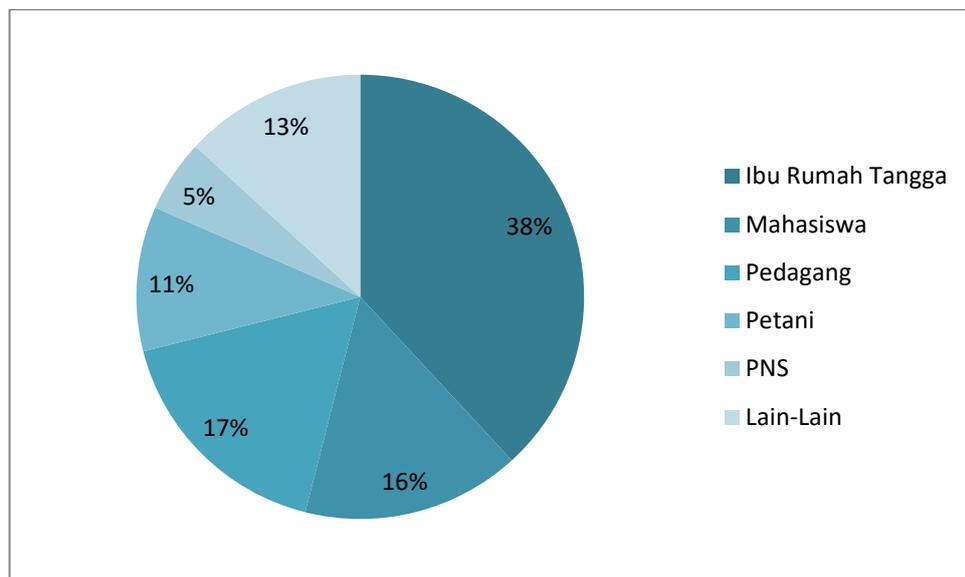


Berdasarkan keterangan pada gambar 4.3 diatas, dapat diketahui informasi responden berdasarkan umur, yaitu responden yang berumur < 20 Tahun berjumlah 1 orang dengan persentase 1%, 20-50 Tahun berjumlah 76 orang dengan persentase 76% dan responden dengan umur < 50 Tahun berjumlah 23 orang dengan persentase 23%.

3) Pekerjaan Responden

Data mengenai pekerjaan responden dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkannya menjadi tujuh kategori, Yaitu Ibu Rumah Tangga, Mahasiswa, Pedagang, Petani, Pegawai Negeri Sipil Dan Lain-Lain. Data mengenai pekerjaan Anggota KSPP Syariah BMT NU Cabang Pragaan yang menjadi responden adalah sebagai berikut:

Gambar 4.4
Pekerjaan Responden



Berdasarkan keterangan pada gambar 4.4 diatas, dapat diketahui kategori pekerjaan anggota KSPP Syariah BMT NU Cabang yang diambil sebagai responden. Responden dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga berjumlah 38 orang dengan persentase 38%, responden dengan pekerjaan sebagai mahasiswa berjumlah 16 orang dengan persentase 16%, pekerjaan sebagai pedagang berjumlah 17 orang dengan persentase 17%, pekerjaan sebagai petani berjumlah 11 orang dengan persentase 11%, pekerjaan sebagai pegawai negeri sipil berjumlah 5 orang dengan persentase 5% sedangkan responden dengan pekerjaan lain-lain berjumlah 10 orang dengan persentase 10%.

3. Analisis Data

a. Mencari Data Mentah

Data mentah yang diperoleh merupakan data primer, yaitu data langsung yang diperoleh dari sumber yang diteliti melalui penyebaran kuesioner kepada Anggota KSPP.Syariah BMT NU Cabang Pragaan Sumenep.

b. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini adalah nilai rata-rata (mean), standart deviasi, nilai maximum dan nilai minimum dari seluruh variabel dalam penelitian yaitu Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan dan Kepuasan Anggota.

Tabel 4.1
Staristik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Layanan	100	37	50	46.87	3.231
Nilai Pelanggan	100	22	30	28.14	2.035
Kepuasan Anggota	100	23	30	28.05	1.935
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Output SPSS versi 20 data diolah 2020.

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa N atau jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 untuk setiap variabel. Dari 100 sampel variabel kualitas layanan memperoleh nilai rata-rata 46,87 dengan nilai maksimum 50 dan nilai minimum 37, serta standart deviasi sebesar 3,231. Variabel nilai pelanggan memperoleh nilai rata-rata 28,14 dengan nilai maksimum 30 dan nilai minimum 22, dengan standart deviasi sebesar 2,035. Variabel kepuasan anggota memperoleh nilai rata-rata 28,05 dengan nilai maksimum 30 dan nilai minimum 23 serta standart deviasi sebesar 1,935.

Berdasarkan tabel 4.1 dari variabel kualitas layanan memperlihatkan nilai rata-rata (mean) sebesar 46,87, nilai maksimum 50 dan nilai minimum 37 dengan standart deviasi sebesar 3,231. Maka dapat dilihat bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel kualitas layanan secara keseluruhan termasuk dalam

kategori tinggi yakni sebesar 46,87. Hal ini menunjukkan bahwa lembaga keuangan yang diteliti telah memberikan kualitas layanan yang cukup baik. Sedangkan untuk variabel nilai pelanggan nilai rata-rata yang didapatkan adalah sebesar 28,14 nilai maksimum 30 dan nilai minimum 22 dengan standart deviasi 2,035. Variabel ini menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden secara keseluruhan termasuk dalam kategori cukup tinggi yakni sebesar 28,14 hal ini menunjukkan bahwa lembaga keuangan yang diteliti telah memberikan nilai pelanggan yang baik. Sedangkan variabel dependen kepuasan anggota nilai mean yang didapatkan adalah sebesar 28,05 hal ini menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden secara keseluruhan termasuk dalam kategori tinggi.

c. Uji Kualitas Data

Pada tahapan ini kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dapat di evaluasi melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah setiap item pertanyaan atau pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak untuk dipakai.

1) Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur.⁷ Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *product moment* yaitu dengan membandingkan nilai hasil r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

⁷ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Jakarta: MediaKom, 2010), hlm. 90.

- 1) *Degree of freedom* (df) = n – 2, dimana n adalah jumlah sampel
- 2) Taraf signifikan 5% atau $\alpha = 0,05$
- 3) Kaidahnya:
 - a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument adalah valid
 - b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument dikatakan tidak valid

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Tiap Item Pernyataan

Item	Korelasi	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)			
X1.1	0,690	0,197	Valid
X1.2	0,631	0,197	Valid
X1.3	0,616	0,197	Valid
X1.4	0,706	0,197	Valid
X1.5	0,595	0,197	Valid
X1.6	0,640	0,197	Valid
X1.7	0,686	0,197	Valid
X1.8	0,659	0,197	Valid
X1.9	0,672	0,197	Valid
X1.10	0,545	0,197	Valid
Nilai Pelanggan (X2)			
X2.1	0,553	0,197	Valid
X2.2	0,755	0,197	Valid
X2.3	0,686	0,197	Valid
X2.4	0,735	0,197	Valid
X2.5	0,631	0,197	Valid
X2.6	0,710	0,197	Valid
Kepuasan Anggota (Y)			
Y1	0,728	0,197	Valid
Y2	0,594	0,197	Valid
Y3	0,688	0,197	Valid
Y4	0,634	0,197	Valid
Y5	0,702	0,197	Valid
Y6	0,652	0,197	Valid

Sumber: Output SPSS versi 20 data diolah, 2020.

Hasil dari variabel X1 (Kualitas Layanan), X2 (Nilai Pelanggan) dan Variabel Y (Kepuasan Anggota) nilai r_{hitung} lebih besar dari $r_{tabel} = 0,197$ dan dinyatakan valid.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui jawaban atau tanggapan dari responden akan menghasilkan hasil yang tetap sama atau konsisten jika dilakukan pengukuran dua kali pada tempat dan waktu yang berbeda dengan alat ukur yang sama. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan *alpha cronbach*, bila koefisien reliabilitas (r_{11}) $> 0,60$. Apabila nilai *alpha cronbach* suatu variabel $< 0,60$ maka variabel tersebut tidak reliabel.

Tabel 4.3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0,841	Reliabel
X2	0,763	Reliabel
Y	0,748	Reliabel

Tabel di atas memberikan gambaran bahwa variabel X1 memiliki nilai *alpha cronbach* sebesar 0,841, variabel X2 memiliki nilai *alpha cronbach* sebesar 0,763 dan variabel Y memiliki nilai *alpha cronbach* sebesar 0,748. Artinya masing-masing dari variabel tersebut memiliki nilai *alpha cronbach* lebih tinggi dari ukuran tingkat reliabel yaitu 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua Variabel X1, X2 dan Variabel Y adalah reliabel.

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memastikan apakah model regresi tidak terdapat masalah multikolinieritas, heterokedastisitas, autokorelasi dan normalitas. Jika terpenuhi maka model regresi layak untuk digunakan.

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang

baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel tersebut tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi sesama variabel bebas sama dengan nol. Salah satu cara yang dapat dipakai untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinieritas adalah melihat nilai *tolerance* dan lawannya serta nilai VIF (*variance inflations factor*). Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas tiap variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.051	1.097		1.869	.065		
1 Kualitas Layanan	.468	.062	.782	7.585	.000	.142	7.026
Nilai Pelanggan	.144	.098	.151	1.466	.146	.142	7.026

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

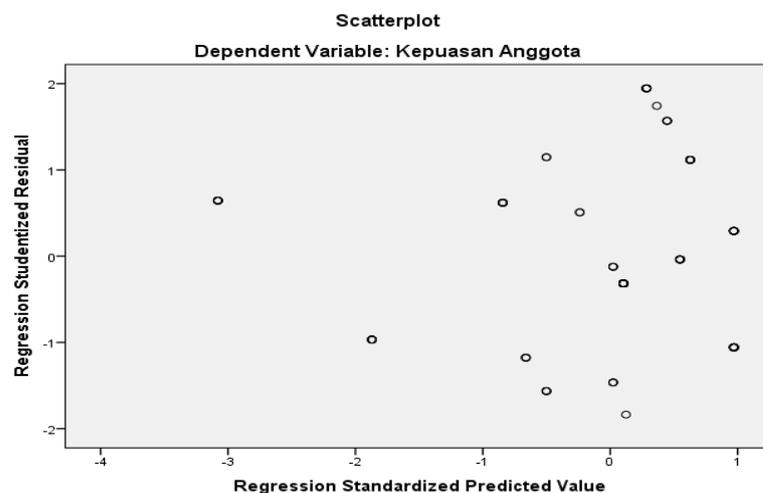
Sumber: Output SPSS versi 20 data diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.4 hasil uji multikolinieritas memperoleh hasil bahwa nilai *tolerance* variabel X1 (Kualitas Layanan) nilai yang didapatkan adalah sebesar 0,142. Nilai tersebut lebih besar dari 0,10. Sedangkan nilai VIF sebesar 7,026 lebih kecil dari nilai 10. Variabel X2 (Nilai Pelanggan) nilai *tolerance* yang didapat adalah sebesar 0,142 nilai tersebut lebih besar dari 0,10. Sedangkan nilai VIF sebesar 7,026 lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel bebas.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi dikatakan baik apabila model regresi homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji grafik *scatterplot* dan uji glejser. Uji grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, sumbu Y yaitu Y yang telah diprediksi, dan sumbu X yaitu residual. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen (bebas). Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik *scatterplot* adalah sebagai berikut:

Gambar 4.5
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot



Sumber: Output SPSS versi 20 data diolah 2020

Berdasarkan gambar 4.5 di atas, dari hasil *Output* SPSS 20 grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik pada grafik tidak dapat membentuk pola tertentu yang jelas, titik-titik tersebut menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Namun jika hanya melihat hasil output grafik *scatterplot* dapat menimbulkan penilaian yang subjektif dan kurang tepat. Oleh karena itu peneliti menggunakan Uji Glejser untuk memperkuat hasil uji. Hasil uji dengan menggunakan Uji Glejser adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.600	.618		.971	.334
1 Kualitas Layanan	.033	.035	.256	.958	.341
Nilai Pelanggan	-.055	.055	-.268	-1.000	.320

a. Dependent Variable: RES_2

Sumber: Output SPSS versi 20 data diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.5 uji heteroskedastisitas dengan Uji Glejser tersebut, diperoleh nilai signifikan untuk variabel kualitas layanan adalah 0,341 sedangkan variabel nilai pelanggan nilai signifikannya adalah 0,320. Dari dua variabel tersebut nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t - 1$ (sebelumnya). Dalam uji ini menggunakan uji *Durbin Watson* dengan taraf signifikan 5%. Ketentuan pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Ketentuan Pengambilan Keputusan

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No Desiacton</i>	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	<i>No Desiacton</i>	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi positif dan negatif	Tidak Ditolak	$du < d < 4 - du$

Hasil autokorelasi berdasarkan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.924 ^a	.853	.850	.749	2.206

a. Predictors: (Constant), Nilai Pelanggan, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Sumber: Output SPSS versi 20 data diolah 2020

Tabel tersebut menyatakan jika nilai DW (*Durbin Watson*) sebesar 2,206.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi, maka nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan nilai DW tabel sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Pengujian Asumsi Klasik Autokorelasi

Dl	Du	4 - dl	4 - du	DW	Keputusan
1,6337	1,7152	2,3663	2,2848	2,206	Tidak ada autokorelasi

Sumber: Output SPSS versi 20 data diolah 2020

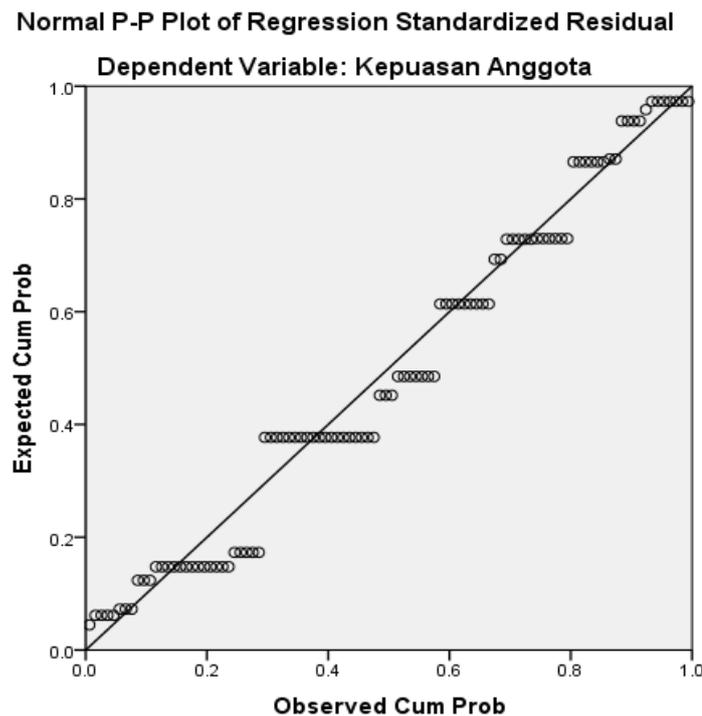
Dari hasil tabel tersebut diketahui bahwa nilai DW = 2,206 diperoleh dari nilai tabel *Durbin Watson* dengan ketentuan = 5% dimana n (sampel) = 100, k (jumlah variabel bebas) = 2. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa $du < d < 4 - du =$

1,7152<2,206<2,2848 sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi positif maupun negatif pada data yang diuji.

d. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel bebas dan terikat mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal/mendekati normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan grafik normal *Probabilty Plot* dan *One-Sample Kolmogorov Smirnov*. Hasil uji normalitas dengan menggunakan grafik normal *probabilty plot*, yaitu:

Gambar 4.6
Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Normal P.P Plot



Sumber: Output SPSS versi 20 data diolah 2020

Berdasarkan gambar 4.6 tersebut, dari hasil output SPSS 20, grafik normal *probability plot* menunjukkan bahwa data (titik-titik) menyebar disekitar garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi

normalitas. Untuk menghindari kesalahan maka uji normalitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan Uji *Kolmogorov Smirnov* dengan cara membandingkan nilai Asym sig (2-tailed) dengan tingkat alpha yang digunakan 5% (0,05), apabila nilai Asym sig (2-tailed) > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dengan menggunakan *One-Sample Kolmogorov Smirnov*, sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji *Kolmogorov Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.74127861
	Absolute	.119
Most Extreme Differences	Positive	.119
	Negative	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		1.194
Asymp. Sig. (2-tailed)		.116

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Output SPSS versi 20 data diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.9 uji normalitas dengan uji *One-Sample Kolmogorov Smirnov* tersebut, diperoleh nilai *Kolmogorov Smirnov Z* sebesar 1,194 dengan signifikan 0,116 lebih besar dari 0,05 (sig>0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

B. Pembuktian Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Model regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dari hasil analisis menggunakan program SPSS versi 20 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	2.051	1.097		1.869	.065
1	Kualitas Layanan	.468	.062	.782	7.585	.000
	Nilai Pelanggan	.144	.098	.151	1.466	.146

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Sumber: Output SPSS versi 20 data diolah 2020

Berdasarkan hasil regresi linier berganda pada tabel 4.10 Diperoleh koefisien variabel independen kualitas layanan (X_1) = 0,468 dan nilai pelanggan (X_2) = 0,144, serta konstanta sebesar 2,051. Jadi model persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan Anggota} = 2,051 + 0,468 (X_1) + 0,144 (X_2) + e$$

Hasil interpretasi dari regresi tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Konstanta = 2,051 artinya jika semua variabel independen (Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan) tidak berubah atau

dianggap konstan (bernilai 0), maka Kepuasan Anggota akan bernilai sebesar 2,051.

- b. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Layanan (X1) sebesar 0,468 apabila variabel lain bernilai konstan maka nilai variabel kepuasan anggota akan berubah sebesar 0,468 setiap satu satuan variabel kualitas layanan (X1).
- c. Nilai koefisien dari variabel Nilai Pelanggan (X2) sebesar 0,144 apabila variabel lain bernilai konstan maka nilai variabel kepuasan anggota akan berubah sebesar 0,144 setiap satu satuan variabel nilai pelanggan (X2).

Dari koefisien regresi masing-masing variabel independen (X1 0,468 dan X2 0,144) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan mempunyai pengaruh lebih besar dibandingkan dengan variabel nilai pelanggan terhadap kepuasan anggota KSPP Syariah BMT NU Cabang Pragaan Sumenep.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel bebas terhadap variabel dependen, dengan $\alpha = 0,05$ dalam hal ini adapun pengambilan keputusan yaitu apabila $F_{hitung} > F_{table}$ maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen demikian pula sebaliknya. Sedangkan untuk signifikansi, apabila nilai $sig < 0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Berikut hasil uji signifikan secara simultan variabel independen:

Tabel 4.11
Hasil Analisis Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	316.350	2	158.175	282.041	.000 ^b
	Residual	54.400	97	.561		
	Total	370.750	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

b. Predictors: (Constant), Nilai Pelanggan, Kualitas Layanan

Sumber: Output SPSS versi 20 data diolah 2020

Hasil uji F tersebut diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 282,041 dengan tingkat signifikan 0,000 (lebih kecil dari signifikan 0,05), sedangkan F_{tabel} sebesar 3,09. Hal ini berarti bahwa $F_{hitung} 282,041 > F_{tabel} 3,09$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya satu atau beberapa variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap terhadap variabel dependen (terikat).

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji-t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, yaitu pengaruh masing-masing variabel independen (bebas) yang terdiri dari variable Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan terhadap variabel dependen (terikat) yaitu Kepuasan Anggota, dengan $\alpha = 0,05$ dan pengambilan keputusan Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel bebas berpengaruh pada variabel terikat, dan jika nilai sig $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil uji t dapat dilihat dari tabel (4.10), pengaruh masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Variabel Kualitas Layanan (X1) diperoleh t_{hitung} sebesar 7,585 dengan taraf signifikan 0,000 , sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,98472. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$, dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,585 > 1,98472$), maka kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima dan H_0 ditolak,
- b. Variabel Nilai Pelanggan (X2) diperoleh t_{hitung} sebesar 1,466 dengan taraf signifikan 0,146, sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,98472. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,146 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,466 < 1,98472$), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel nilai pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Artinya H_0 diterima dan H_3 ditolak.

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan melihat *R Square*. Semakin besar nilai R^2 (mendekati 1), maka model yang dibentuk oleh variabel-variabel dependen semakin baik, begitu pula sebaliknya. Berikut hasil koefisien determinasi:

Tabel 4.12
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.924 ^a	.853	.850	.749

a. Predictors: (Constant), Nilai Pelanggan, Kualitas Layanan

Berdasarkan tabel 4.12 hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya *R Square* adalah 0,853 hal ini berarti sebesar 85,3% kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen, artinya 85,3% variabel kepuasan anggota dijelaskan oleh variasi variabel independen kualitas layanan dan nilai pelanggan. Sedangkan sisanya 14,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti, misalnya kualitas produk dan lain sebagainya.

C. Pembahasan

Berdasarkan analisis statistik yang telah digunakan terhadap masing-masing variabel penelitian maka peneliti mencoba memberikan pembahasan terhadap masing-masing permasalahan yang dibahas di dalam penelitian ini, yaitu:

1. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Anggota KSPP Syariah BMT NU Cabang Pragaan Sumenep

Kualitas atau mutu merupakan keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat. Kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.

Pada umumnya harapan anggota merupakan perkiraan atau keyakinan anggota tentang apa yang akan diterimanya apabila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk baik barang atau jasa, sedangkan kinerja atau hasil

yang dirasakan merupakan persepsi anggota terhadap apa yang dirasakan merupakan persepsi anggota terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk yang ia beli.

Dari hasil pengujian, didapatkan hasil bahwa kualitas layanan dan nilai pelanggan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Hal ini dibuktikan dari Hasil uji Anova diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $282,041 > F_{tabel}$ sebesar 3,09 dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga keputusannya adalah variabel (X1) Kualitas Layanan dan variabel (X2) Nilai Pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) Kepuasan Anggota KSPP Syariah BMT NU Cabang Pragaan Sumenep, maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Kotler bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkatan dimana anggapan kerja produk akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan. Bila kinerja jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembelinya tidak akan puas, sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau merasa amat gembira.⁸ Hal ini sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Nuni Nurhalimah dan Ade Nurhayati KD, dimana dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Secara simultan ada pengaruh yang positif antara Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan.⁹

Berdasarkan pemaparan diatas berarti kualitas layanan dan nilai pelanggan secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan anggota KSPP Syariah BMT NU

⁸ Conny Sondakh, "Kualitas Layanan, Citra Merk dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan" *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3 No.1,2014, hlm. 24.

⁹ Nuni Nurhalimah dan Ade Nurhayati KD, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan" *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 6 No. 2 (September 2019), hlm. 4.

Cabang Pragaan Sumenep, hal ini sesuai dengan hipotesis pertama yang peneliti uraikan sebelumnya. Kualitas layanan yang baik akan menimbulkan dampak positif terhadap perkembangan usaha KSPP Syariah BMT NU Cabang Pragaan Sumenep. Dengan kualitas layanan yang semakin baik maka anggota juga akan merasakan manfaat yang semakin baik dan kemudian akan membentuk nilai anggota yang semakin tinggi pula, sehingga hal tersebut dapat memberikan kepuasan kepada anggota. Apabila anggota puas atas pelayanan serta manfaat yang diberikan, maka anggota yang lama akan tetap dapat dipertahankan, dan anggota lama akan menular kepada anggota baru, dengan berbagai cara sehingga mampu meningkatkan jumlah anggota KSPP.Syariah BMT NU Cabang Pragaan.

2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Anggota KSPP.Syariah BMT NU Cabang Pragaan Sumenep

Kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan konsumen. Tujuan utama dari pelayanan yang diberikan oleh seluruh karyawan dan pimpinan adalah untuk meningkatkan jumlah pelanggan baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah pelanggan bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya pelanggan yang didapat merupakan pelanggan yang produktif (melakukan transaksi banyak dan secara terus menerus) yang mampu memberikan laba bagi perusahaan, artinya pelanggan terus menambah jumlah dan jenis produk yang dibeli atau dikonsumsinya dari waktu ke waktu.¹⁰

¹⁰ Kasmir, *Customers Service*, hlm. 235.

Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota, hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi linier variabel Kualitas Layanan (X1) yang bernilai positif yaitu sebesar 0,468 apabila variabel lain bernilai konstan maka nilai variabel kepuasan anggota akan berubah sebesar 0,468 setiap satu satuan variabel kualitas layanan (X1).

Berdasarkan hasil Uji t diperoleh t_{hitung} sebesar 7,585 dengan taraf signifikan 0,000, sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,98472. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$, dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,585 > 1,98472$), maka dapat dikatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima dan H_0 ditolak,

Penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Kurz & Clow tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dijelaskan sebagai berikut *“If the service performs at the level that is expected or predicted, the satisfaction level is considered to be just OK”*. Artinya jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka akan memberikan kepuasan. Dengan demikian jika kualitas layanan terus ditingkatkan sehingga mencapai apa yang diharapkan oleh pelanggan, maka pelanggan akan puas.¹¹ Hal ini sama halnya dengan Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Berlian Harahap dengan judul Pengaruh teknologi informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Aksara. Tahun 2017. Hasil dari penelitian ini berdasarkan hasil uji t terkait pengaruh variabel kualitas layanan terhadap variabel kepuasan nasabah diketahui bahwa kualitas layanan

¹¹ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 96-97.

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil tersebut dapat diketahui dengan melihat perolehan dari hasil uji t, dimana diperoleh nilai sig sebesar 0,002. Nilai sig yang lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$) dengan persentase sebesar 0,262 atau 26,2%. Jadi dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengujian hipotesis ini sesuai dengan hipotesis yang peneliti uraikan sebelumnya bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota KSPP Syariah BMT NU Cabang Pragaan Sumenep. Untuk perusahaan yang bergerak dibidang jasa, kualitas layanan merupakan faktor yang sangat penting. Salah satu layanan yang diberikan oleh KSPP Syariah BMT NU Cabang Pragaan kepada anggotanya adalah sistem jemput bola bagi anggota yang ingin menabung, hal itu merupakan nilai tambah bagi pengguna jasa KSPP Syariah BMT NU Cabang Pragaan Sumenep.

3. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Anggota KSPP Syariah BMT NU Cabang Pragaan Sumenep

Nilai pelanggan, Zeithaml mendefinisikan sebagai penilaian secara keseluruhan konsumen terhadap utilitas sebuah produk berdasarkan persepsinya terhadap apa yang diterima dan apa yang diberikan. sedangkan Monroe mengemukakan bahwa nilai pelanggan adalah *tradeoff* antara persepsi pelanggan terhadap kualitas atau manfaat produk dan pengorbanan yang dilakukan lewat harga yang dibayarkan. Jadi nilai pelanggan (*customer value*) adalah keseluruhan penilaian pelanggan tentang kegunaan suatu produk atau jasa yang dinilai berdasarkan apa yang diterima dan yang diberikan.

Dari hasil pengujian hipotesis ketiga, ditemukan bahwa nilai pelanggan tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota, hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai t_{hitung} sebesar 1,466 dengan taraf signifikan 0,146, sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,98472. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,146 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,466 < 1,98472$), dengan demikian maka variabel nilai pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_3 ditolak.

Pengujian hipotesis ini tidak sesuai dengan hipotesis yang peneliti uraikan sebelumnya. Hal ini berarti anggota BMT tidak terlalu memperhatikan nilai baik secara emosional maupun sosial. Peneliti berpendapat bahwa hal ini disebabkan karena profil responden mayoritas berusia 20-50 Tahun, dan kebanyakan adalah Ibu rumah tangga serta pedagang, sehingga rasa ingin tau mengenai BMT NU Cabang Pragaan tidak mempengaruhi kepuasan mereka. Kemudian karena BMT NU sudah banyak berdiri di berbagai daerah maka rasa bangga setelah menggunakan layanan BMT NU Cabang Pragaan tidak mempengaruhi kepuasan mereka, karena masyarakat umum juga sudah banyak menggunakan jasa BMT NU, sehingga hal tersebut bukanlah hal yang spesial.

Hal ini sama halnya dengan Penelitian yang dilakukan oleh Ricky Fauji dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek*", penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel nilai pelanggan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, hal itu dibuktikan dengan nilai t_{hitung} (1,564) lebih kecil dari t_{tabel} (1,98472) sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa nilai pelanggan tidak berpengaruh terhadap kepuasan.