

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum KSPP Syariah Jawa Timur Cabang Kadur

Berdirinya NU pada tahun 1926 salah satunya adalah didasari oleh semangat mengembangkan ekonomi kerakyatan. Hal ini dapat terlihat sebelum secara formal NU berdiri, terlebih dahulu ada kelompok yang bernama nahdlatut tujar (kebangkitan ekonomi). Hal ini tidak lepas dari Keinginan untuk mengembangkan Perekonomian, agar umat Islam, khususnya warga NU, terlepas dari kemiskinan. Karena Warga Nahdliyin mayoritas dari mereka berada digaris kemiskinan.

Ironisnya, Pada usianya yang ke-84, NU masih seringkali melupakan ekonomi warganya dan masih belum terbebas dari godaan politik praktis. Secara kasat mata NU telah terlibat dalam politik praktis, bukan politik kebangsaan sebagaimana diamanatkan dalam Khittah 1926 dan ditegaskan kembali dalam Mukhtamar 1984. Hal tersebut bukanlah tanpa sebab, melainkan akibat dari ketidak mandirian NU sebagai kelompok masyarakat sipil. Seolah-olah ada kaidah yang mengatakan, jika tidak bermain mata dengan kekuasaan, NU akan terpuruk dalam lumpur kegagalan. Padahal untuk meningkatkan kemandirian NU dapat dilakukan dengan jalan yang lebih terhormat salah satunya melalui Gerakan ekonomi Kerakyatan yang diyakini mampu mengantarkan NU secara kelembagaan menyentuh wilayah kemandirian serta kesejahteraan warganya. Misalnya, program Perekonomian, Jasa keuangan, pertanian dan kelautan yang

selama ini merupakan realitas dari basis warga NU hampir tidak disentuh dengan serius. Akhirnya mereka disentuh kelompok lain yang memang mempunyai kapasitas dan modal untuk melakukan itu.

Sejatinya NU dapat menggaungkan kembali semangat nahdlatut tujar; Warga NU mempunyai potensi yang sangat besar dalam bidang Ekonomi. Tetapi mengapa kita masih berada di "pinggiran" dalam peta perekonomian? Salah satu penyebabnya adalah belum adanya kesadaran bersama untuk melakukan gerakan ekonomi secara berjama'ah untuk memaksimalkan potensi warga NU yang besar itu.

Usaha yang selama ini digeluti oleh masyarakat kecil yang notabene warga Nahdliyin telah tercabik-cabik dengan kekuatan para pemodal besar yang senantiasa menghadang langkah mereka. Mereka tertatih melangkah, mempertahankan hidup dan akhirnya kehabisan tenaga saat merengkuh cita-cita. Mereka memang tumbuh, tapi kerap layu hingga sukar berkembang. Kita tak akan paham dengan lakon mereka yang mungkin cuma indah dilantunkan di pentas sinetron. Kita juga tak bisa menuansai getar jiwa mereka yang terkoyak. Sementara rentenir dan tengkulak diam-diam telah melumat mereka. Akhirnya pendar mata mereka hanyalah kegetiran. Semuanya telah diremas. Semua telah dicabut. Pedih menatap sosok mereka. Ya Rasullullah SAW, malu kami mendengar pesanmu, "Bisakah kita tidur nyenyak, sementara tetangga disebelah tengah kelaparan?".

Oleh saat itu, sudah saatnya NU bangun dari tidur panjangnya yang telah lama melupakan gerakan ekonomi kerakyatan dan terlena dengan politik praktis. NU Sebagai jamâiyah yang memiliki anggota sangat besar, memiliki potensi

untuk mengembangkan perekonomian yang memungkinkan terwujudnya collective efficiency sebuah pola pengembangan ekonomi warga dengan model mengembangkan efisiensi bersama mulai dari kegiatan-kegiatan ekonomi yang bercorak jasa keuangan, produksi, perdagangan, sampai konsumsi. Dalam literatur islam kita mengenal dengan istilah Mudlarabah Taâwuniyah.

Model ini dapat dilakukan oleh NU dengan mempertemukan komunitas usaha kecil dan menengah milik warga NU untuk membetuk usaha bersama baik berbentuk Koperasi, Lembaga Usaha, joint venture dan semacamnya. Dengan format ini diharapkan tercipta sebuah sharing dibidang permodalan, teknologi dan pemasaran. Dengan model semacam tersebut, maka modal yang kecil akan terkumpul menjadi satu modal yang besar dalam sebuah wadah bersama yang akan mampu mengalahkan modal besar yang hanya dimiliki oleh satu orang.

BMT NU lahir berangkat dari sebuah keprihatinan pengurus MWC Nahdlatul Ulama Gapura atas kondisi masyarakat pada umumnya, masyarakat Kecamatan sumenep pada khususnya, atas semakin merajelelanya praktik rentenir dengan bunga hingga 50% perbulan yang nyata-nyata mencekik usaha mereka sehingga sulit berkembang. Berdirinya KSPPS BMT NU Cabang Kadur , tidak terlepas dari peran KSPPS BMT NU Gapura sebagai kantor pusatnya. Maka, berbicara mengenai sejarah berdirinya BMT NU Cabang Kadur, tidak jauh berbeda dari sejarah berdirinya KSPPS BMT NU Gapura.

Umat Islam mayoritas dari mereka berada digaris kemiskinan. Mereka memang tumbuh, tapi kerap layu hingga sukar berkembang. Sementara rentenir dan tengkulak diam-diam telah melumat dan mencekik leher mereka.

Sejatinya, umat Islam mempunyai potensi yang sangat besar dalam bidang ekonomi. Tetapi mengapa kita masih berada di "pinggiran" dalam peta perekonomian? Salah satu penyebabnya adalah belum adanya kesadaran bersama untuk melakukan gerakan secara berjama'ah untuk memaksimalkan potensi yang besar itu. Untuk itulah pendirian KSPPS Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) oleh MWC NU Gapura menjadi sangat urgen untuk meningkatkan kualitas ummat melalui jalur ekonomi dan sosial yang dikelola berdasarkan syariah Islam.

Serangkaian upaya telah dilakukan oleh Lembaga Perekonomian MWC NU Gapura, diawali dengan pelatihan kewirausahaan (08-10 April 2003), Bincang Bersama Alumni Pelatihan guna merumuskan Model Penguatan Ekonomi Kerakyatan (13 Juni 2003), Temu Usaha (21 Nop. 2003), Lokakarya Tanaman Alternatif selain Tembakau (13 Mei 2004) dan Lokakarya Perencanaan Pembentukan BUMNU (Badan Usaha Milik NU).

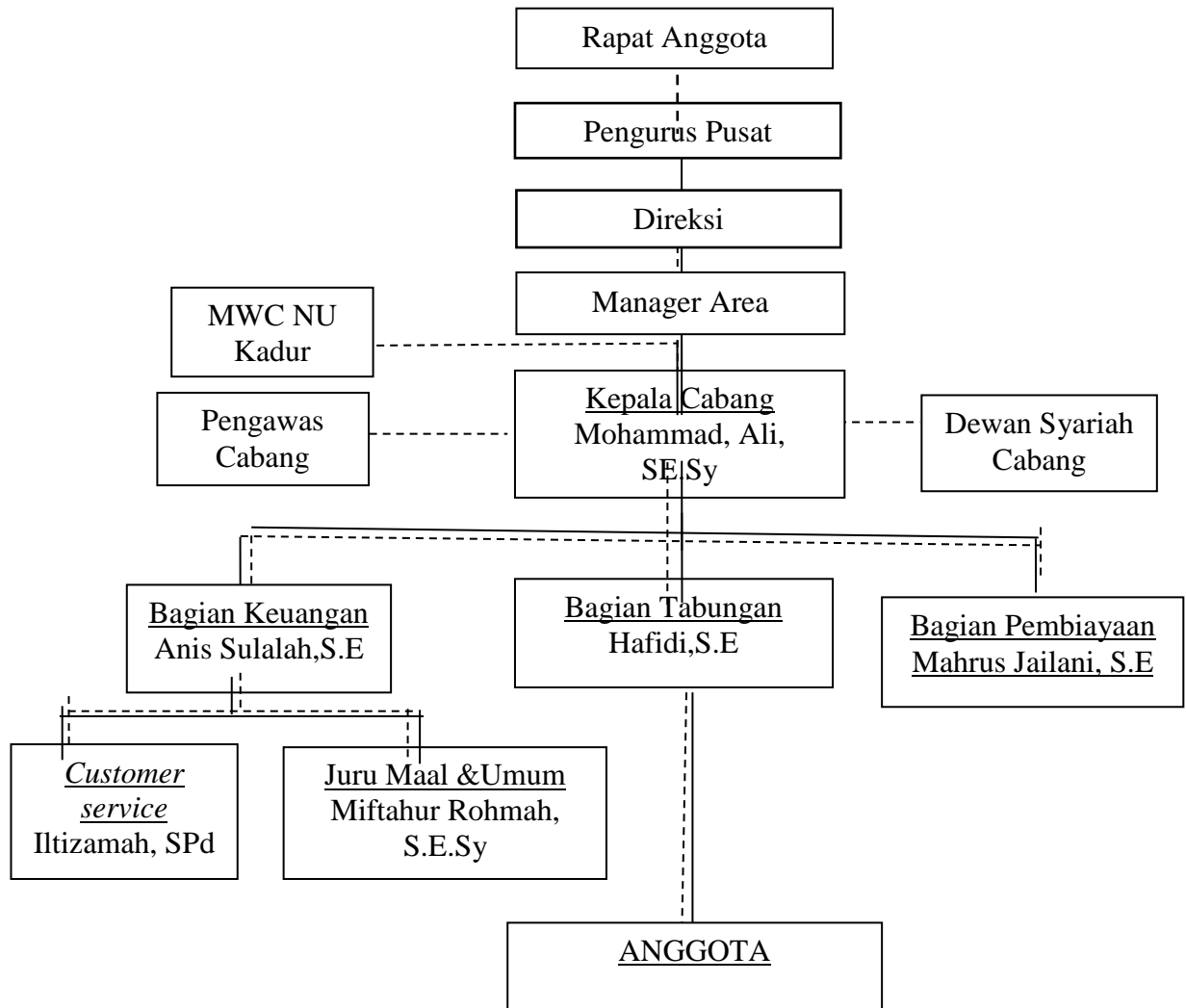
Dari Lokakarya tersebut akhirnya ditemukan bahwa persoalan yang perlu pertama kali diantisipasi adalah penguatan modal bagi usaha umat Islam yang selama ini kurang mendapatkan akses permodalan dan dikuasai oleh para pemodal besar atau praktek rentener yang cenderung mencekik usaha mereka. Setidaknya, kesimpulan tersebut dikuatkan dengan informasi data yang diberikan oleh Karyawan salah satu perusahaan harian bahwa jumlah nasabah mereka di Kec. Gapura pada bulan Juli 2004 mencapai 3.311 orang. Akhirnya pada tanggal 01 Juni 2004 Pengurus MWC NU menyepakati untuk mendirikan sebuah usaha simpan pinjam pola syari'ah yang diberi nama BMT (Baitul Maal wa Tamwil).

Pada awal berdirinya, BMT NU memiliki Modal Rp. 400.000,-(Empat Ratus Ribu Rupiah) dengan jumlah Anggota sebanyak 17 (tujuh Belas) orang.

Kemudian 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, Galis Batang-Batang dengan tujuan yang sama yaitu membantu masyarakat miskin dalam hal permodalan dan menjauhkan dari kekejaman para rentenir, maka tepat pada tanggal 14 Maret 2017 diresmikan sebuah cabang dari BMT NU Kadur yang Ke-30 cabang berlokasi di jalan Pahlawan, Kadur , yang diberi nama KSPPS BMT NU JATIM Cabang Kadur, dengan alamat Kantor di Jalan Raya Pahlawan, Kec.Kadur, Kab. Pamekasan, HP.081939202551.

2. Struktur Organisasi BMT NU Cabang Kadur Pamekasan

Gambar 4.1
Struktur Organisasi BMT NU Cabang Kadur Pamekasan



Sumber: Data Penelitian, dokumen BMT NU Cabang Kadur Pamekasan

3. Deskripsi Data Penelitian dan Responden

a. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian ini dikumpulkan dengan cara membagikan 98 kuesioner kepada nasabah di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode *Nonprobability Sampling* dengan teknik *Purposive sampling*, metode ini bertujuan untuk mendapatkan sampel yang representative sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Kriteria tersebut adalah nasabah/anggota BMT NU Cabasng Kadur Pamekasan yang masih aktif pada saat dilakukannya penelitian ini.

Demikian syarat pengolahan data dengan alat analisis SPSS sampel dapat terpenuhi. Berikut rincian pengumpulan data penelitian dengan kuesioner.

Tabel 4.1
Rincian Penyebaran dan Pengembalian Angket

| Keterangan | Jumlah |
|---|---------------|
| Angket yang disebarkan | 98 |
| Angket yang tidak kembali | 0 |
| Angket yang kembali | 98 |
| Angket yang digugurkan (tidak lengkap) | 0 |
| Angket yang digunakan | 98 |
| Tidak mengembalikan (<i>Respon Rate</i>) | 100% |
| Tingkat pengembalian yang digunakan (<i>Usable Respon rate</i>) | 100% |

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah kuesioner yang disebarkan adalah 98, kuesioner yang digunakan juga berjumlah 98. Jadi, tingkat pengembalian yang digunakan 100%.

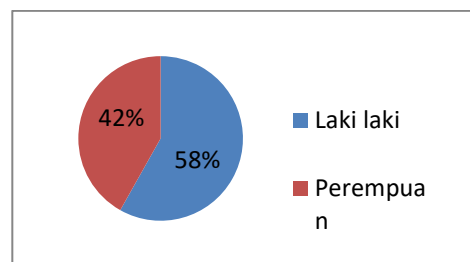
b. Deskripsi Data Responden

Deskripsi data responden yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini memiliki beberapa karakteristik. Karakteristik penelitian tersebut terdiri atas:

1) Jenis Kelamin

Jenis kelamin nasabah BMT NU Cabang Kadur KCP Pamekasan yang menjadi responden pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Gambar 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



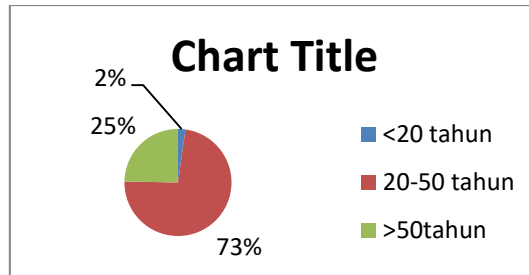
Sumber: Data primer diolah peneliti, 2020

Dari gambar dapat diperoleh informasi responden berdasarkan jenis kelamin, yakni responden perempuan dengan jumlah 57 orang dengan persentase 58% dan responden laki-laki sebanyak 41 orang dengan persentase 42%. Artinya kepuasan nasabah di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan yang menjadi responden didominasi oleh nasabah perempuan.

2) Umur

Data mengenai umur responden dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkannya menjadi tiga kategori, yaitu mulai umur <20 tahun, 20-50 tahun, dan >50 tahun. Adapun umur nasabah di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan yang dijadikan responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur



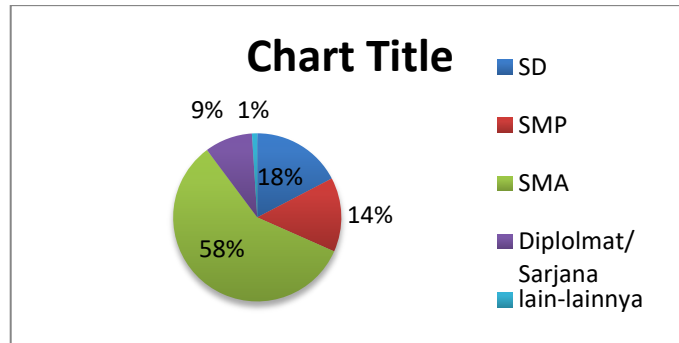
Sumber:Data primer diolah peneliti, 2020

Berdasarkan gambar dapat diketahui bahwa umur nasabah di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan yang diambil sebagai responden yaitu umur < 20 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 2%, 20-50 tahun sebanyak 72 orang dengan persentase 73%, dan umur > 50 tahun sebanyak 24 orang dengan persentase 25%. Dari keterangan tersebut menunjukkan bahwa paling banyak nasabah di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan yaitu pada usia 20-50 tahun dengan persentase 73%.

3) Pendidikan Terakhir

Data pendidikan terakhir responden dalam penelitian ini, peneliti klasifikasikan menjadi tingkat kategori, yaitu SD, SMP, SMA, Diploma/Sarjana, dan Lain-lain. Adapun data mengenai tingkat pendidikan nasabah di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan yang dijadikan sebagai responden adalah sebagai berikut

Gambar 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir



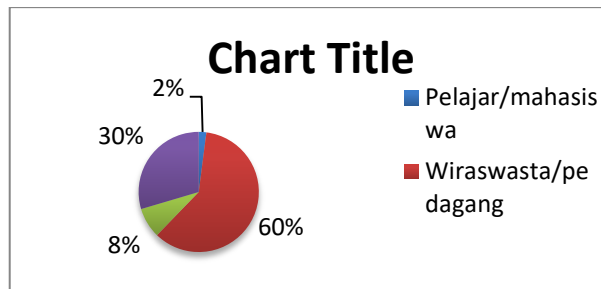
Sumber: Data primer diolah peneliti, 2020

Berdasarkan gambar menunjukkan bahwa sebagian besar latar belakang pendidikan nasabah di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan yang diambil sebagai responden adalah berpendidikan SD sebanyak 17 orang dengan persentase 18%, SMP sebanyak 13 orang dengan persentase 14% , SMA sebanyak 57 orang dengan persentase 58%, Diploma/Sarjana sebanyak 8 orang dengan persentase 9%, Pendidikan lain-lain sebanyak 1 orang dengan persentase 1%. Jadi dapat disimpulkan bahwa nasabah di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan rata-rata berpendidikan SMA sebanyak 57 orang dengan persentase 58%.

4) Pekerjaan

Data pekerjaan responden dalam penelitian ini, peneliti klasifikasikan menjadi tingkat kategori, yaitu pelajar/ mahasiswa, wiraswasta/pedangang, pegawai, dan lain-lain. Adapun data mengenai pekerjaan nasabah di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan yang dijadikan sebagai responden adalah sebagai berikut:

Gambar 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber: Data primer diolah peneliti, 2020

Dari gambar dapat diperoleh informasi responden berdasarkan pekerjaan nasabah di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan yang diambil sebagai responden adalah sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 1 orang dengan persentase 2%, wiraswasta/pedangang sebanyak 59 orang dengan persentase 60%, pegawai sebanyak 7 orang dengan persentase 8%, dan lain-lain sebanyak 29 orang dengan persentase 30%. Jadi dapat disimpulkan bahwa nasabah di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan rata-rata pekerjaannya adalah wiraswasta/pedangang sebanyak 59 orang dengan persentase 60%.

c. Deskripsi Variabel

Tanggapan nasabah berpartisipasi pada penelitian ini (responden) mengenai Pengaruh Pelayanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan dijelaskan melalui tanggapan responden. Variabel *independent* dalam penelitian ini terdiri dari Pelayanan CS (X) dengan jumlah pernyataan 22 butir. Sedangkan variabel *dependent* yaitu Kepuasan Nasabah (Y) dengan jumlah pernyataan 12 butir. Hasil jawaban dari responden selanjutnya dikelompokkan dengan menghitung frekuensi dan persentasenya. Hasil pengelompokan tersebut sebagai berikut:

1) Tanggapan Responden tentang Pelayanan *Customer service* (X)

Tanggapan responden berdasarkan variabel *customer service* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Tanggapan terhadap Pernyataan Pelayanan *Customer Service*

| No Item | SP | | P | | CP | | TP | | STP | | Total |
|---------|----|------|----|------|----|------|----|-----|-----|---|-------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | |
| 1 | | | 12 | 12.2 | 85 | 86.7 | 1 | 1.0 | | | 98 |
| 2 | 12 | 12.2 | 74 | 75.5 | 8 | 8.2 | 4 | 4.1 | | | 98 |
| 3 | 3 | 3.1 | 17 | 17.3 | 77 | 78.6 | 1 | 1.0 | | | 98 |
| 4 | 7 | 7.1 | 24 | 24.5 | 67 | 68.4 | | | | | 98 |
| 5 | 27 | 27.6 | 16 | 16.3 | 49 | 50.0 | 6 | 6.1 | | | 98 |
| 6 | 10 | 10.2 | 33 | 33.7 | 54 | 55.1 | 1 | 1.0 | | | 98 |
| 7 | 11 | 11.2 | 71 | 72.4 | 13 | 13.3 | 3 | 3.1 | | | 98 |
| 8 | 16 | 16.3 | 77 | 78.6 | 3 | 3.1 | 2 | 2.0 | | | 98 |
| 9 | 6 | 6.1 | 21 | 21.4 | 67 | 68.4 | 4 | 4.1 | | | 98 |
| 10 | 26 | 26.5 | 13 | 13.3 | 54 | 55.1 | 5 | 5.1 | | | 98 |
| 11 | 15 | 15.3 | 73 | 74.5 | 8 | 8.2 | 2 | 2.0 | | | 98 |
| 12 | 3 | 3.1 | 14 | 14.3 | 76 | 77.6 | 5 | 5.1 | | | 98 |
| 13 | 17 | 17.3 | 69 | 70.4 | 9 | 9.2 | 3 | 3.1 | | | 98 |
| 14 | 8 | 8.2 | 35 | 35.7 | 52 | 53.1 | 3 | 3.1 | | | 98 |
| 15 | 7 | 7.1 | 35 | 35.7 | 53 | 54.1 | 3 | 3.1 | | | 98 |
| 16 | 8 | 8.2 | 28 | 28.6 | 60 | 61.2 | 2 | 2.0 | | | 98 |
| 17 | 57 | 58.2 | 40 | 40.8 | | | 1 | 1.0 | | | 98 |
| 18 | 16 | 16.3 | 70 | 71.4 | 8 | 8.2 | 4 | 4.1 | | | 98 |
| 19 | 2 | 2.0 | 31 | 31.6 | 64 | 65.3 | 1 | 1.0 | | | 98 |
| 20 | 12 | 12.2 | 73 | 74.5 | 9 | 9.2 | 4 | 4.1 | | | 98 |
| 21 | 11 | 11.2 | 72 | 73.5 | 12 | 12.2 | 3 | 3.1 | | | 98 |

| | | | | | | | | | | | |
|--------|-----|------|-----|------|-----|-----|----|-----|--|--|----|
| 22 | 13 | 13.3 | 73 | 74.5 | 8 | 8.2 | 4 | 4.1 | | | 98 |
| Jumlah | 287 | | 971 | | 828 | | 62 | | | | |

Sumber: *output SPSS, data primer diolah peneliti, 2020*

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada item-item pelayanan *customer service* yaitu:

Pertanyaan tentang "fasilitas ruang antrian yang dimiliki oleh BMT membuat nyaman dalam bertransaksi" pada item -1 mendapatkan respon sebanyak dua belas responden yang puas, lebih banyak respon yang cukup puas sebanyak delapan puluh lima dan satu responden tidak puas.

Pertanyaan tentang "bentuk gedung BMT layak digunakan" pada item -2 mendapatkan respon sebanyak dua belas responden yang sangat puas, yang mendapatkan respon puas sebanyak tujuh puluh empat, delapan responden yang cukup puas, empat responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang "sarana area tempat parker BMT madai" pada item-3 mendapatkan respon sebanyak tiga responden yang sangat puas, yang mendapatkan respon puas sebanyak responden yang cukup puas sebanyak tujuh puluh tujuh, satu responden yang menjawab tidak puas.

Pertanyaan tentang "penataan interior BMT rapi" pada item-4 mendapatkan respon sebanyak tujuh responden yang sangat puas, dua puluh empat responden yang puas dan yang lebih banyak mendapatkan respon cukup puas sebesar enam puluh tujuh.

Pertanyaan tentang "ruwang pelayanan BMT bersih" pada item-5 mendapatkan respon sebanyak dua puluh tujuh responden yang sangat puas, enam belas responden yang puas, yang lebih banyak mendapatkan respon cukup puas sebesar responden yang cukup puas empat puluh lima dan enam responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang "ruwang tunggu bagi nasabah BMT nyaman" pada item-6 mendapatkan respon sebanyak sepuluh responden yang sangat puas, tiga

puluh tiga responden yang puas, yang lebih banyak mendapatkan respon yang cukup puas sebanyak lima puluh lima dan satu responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang “fasilitas toilet layak digunakan” pada item-7 mendapatkan respon sebanyak sebelas responden yang sangat puas, yang lebih banyak mendapatkan respon yang puas sebanyak tujuh puluh tujuh, tiga belas responden yang cukup puas dan tiga responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang “*customer service* melayani dengan ramah” pada item-8 mendapatkan respon sebanyak enam belas responden yang sangat puas, tujuh puluh tujuh responden yang puas, tiga responden yang cukup puas dan dua responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang “petugas memiliki konsistensi dalam menampilkan nilai-nilai etika pelayanan yang ramah” pada item-9 mendapatkan respon sebanyak enam responden yang sangat puas, dua puluh satu responden yang puas, enam puluh tujuh responden yang cukup puas dan empat responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang “*customer service* melayani dengan sopan” pada item-10 mendapatkan respon sebanyak dua puluh enam responden yang sangat puas, tiga belas responden yang puas, lima puluh empat responden yang cukup puas dan lima responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang “*customer service* berpenampilan menarik” pada item-11 mendapatkan respon sebanyak lima belas responden yang sangat puas, tujuh puluh tiga responden yang puas, delapan responden yang cukup puas dan dua responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang “petugas *customer service* harus cepat tanggap dalam melayani keluhan nasabah” pada item-12 mendapatkan respon sebanyak tiga responden yang sangat puas, empat belas responden yang puas, tujuh puluh enam responden yang cukup puas dan lima responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang “petugas *customer service* menyenangkan” pada item-13 mendapatkan respon sebanyak tujuh belas responden yang sangat puas, enam Sembilan responden yang puas, Sembilan responden yang cukup puas dan tiga responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang “petugas *customer service* cepat melayani dalam bertransaksi” pada item-14 mendapatkan respon sebanyak delapan responden yang sangat puas, tiga puluh lima responden yang puas, lima dua responden yang cukup puas dan tiga responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang “petugas *customer service* menyampaikan jasa secara benar sejak pertama kali” pada item-15 mendapatkan respon sebanyak tujuh responden yang sangat puas, tiga puluh lima responden yang puas, lima puluh tiga responden yang cukup puas dan tiga responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang “*customer service* dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan” pada item-16 mendapatkan respon sebanyak delapan responden yang sangat puas, dua puluh delapan responden yang puas, enam puluh responden yang cukup puas dan dua responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang “*customer service* menangani respon permintaan dan para nasabah” pada item-17 mendapatkan respon sebanyak lima tujuh responden yang sangat puas, empat puluh responden yang puas, dan satu responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang “*customer service* dalam menangani nasabah memberikan kemudahan prosedur pelayanan kepada nasabah” pada item-18 mendapatkan respon sebanyak enam belas responden yang sangat puas, tujuh puluh responden yang puas, delapan responden yang cukup puas dan empat responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang “*customer service* dalam memberikan pelayanan sesuai dengan perjanjian” pada item-19 mendapatkan respon sebanyak dua responden yang sangat puas, tiga puluh satu responden yang puas, enam puluh empat responden yang cukup puas dan satu responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang “*customer service* mampu menyelesaikan setiap transaksi nasabah dengan cepat, tepat waktu” pada item-20 mendapatkan respon sebanyak dua belas responden yang sangat puas, tujuh puluh tiga responden yang puas, Sembilan responden yang cukup puas dan empat responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang “*customer service* menangani respon permintaan dari para nasabah dengan cepat, dan tepat waktu” pada item-21 mendapatkan respon sebanyak sebelas responden yang sangat puas, tujuh puluh dua responden yang puas, dua belas responden yang cukup puas dan tiga responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang “*customer service* berkomunikasi dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti” pada item-22 mendapatkan respon sebanyak tiga belas responden yang sangat puas, tujuh puluh tiga responden yang puas, delapan responden yang cukup puas dan empat responden yang tidak puas.

$$\begin{aligned}\text{Skor} &= ((\Sigma SP \times 5) + (\Sigma P \times 4) + (\Sigma CP \times 3) + (\Sigma TP \times 2) + (\Sigma STP \times 1)) : (n \times 5 \times 22) \\ &= ((287 \times 5) + (971 \times 4) + (828 \times 3) + (62 \times 2) : (98 \times 5 \times 22)\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
&= (1435 + 3884 + 2484 + 124) : 10780 \\
&= 7927 : 10780 \\
&= 0,74 = 74\%
\end{aligned}$$

Secara kontinum 74% termasuk kategori sangat kuat karena berada diantara 60%-74%.

Berdasarkan gambar 4.2 pada tanggapan responden tentang pelayanan *customer service* menunjukkan setiap item pertanyaan yang ada rata-rata sangat merespon positif dan ada juga respon negative terlihat dari hasil yang dilakukan pada saat menyebarkan data, sehingga dapat ditarik kesimpulan yang merespon positif 74 % responden

2) Tanggapan Responden tentang Kepuasan Nasabah (Y)

Tanggapan responden berdasarkan variabel kepuasan nasabah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Tanggapan terhadap Pernyataan Kepuasan Nasabah

| No Item | SP | | P | | CP | | TP | | STP | | Total |
|---------|----|------|----|------|----|------|----|-----|-----|---|-------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | |
| 23 | 16 | 16.3 | 68 | 69.4 | 11 | 11.2 | 3 | 3.1 | | | 98 |
| 24 | 5 | 5.1 | 32 | 32.7 | 59 | 60.2 | 2 | 2.0 | | | 98 |
| 25 | 16 | 16.3 | 75 | 76.5 | 6 | 6.1 | 1 | 1.0 | | | 98 |
| 26 | 11 | 11.2 | 72 | 73.5 | 13 | 13.3 | 2 | 2.0 | | | 98 |
| 27 | 18 | 18.4 | 69 | 70.4 | 9 | 9.2 | 2 | 2.0 | | | 98 |
| 28 | 8 | 8.2 | 16 | 16.3 | 72 | 73.5 | 2 | 2.0 | | | 98 |
| 29 | 17 | 17.3 | 67 | 68.4 | 11 | 11.2 | 3 | 3.1 | | | 98 |
| 30 | 8 | 8.2 | 36 | 36.7 | 51 | 52.0 | 3 | 3.1 | | | 98 |
| 31 | 12 | 12.2 | 75 | 76.5 | 11 | 11.2 | | | | | 98 |

| | | | | | | | | | | | |
|--------|-----|------|-----|------|-----|------|----|-----|--|--|----|
| 32 | 10 | 10.2 | 30 | 30.6 | 57 | 58.2 | 1 | 1.0 | | | 98 |
| 33 | 7 | 7.1 | 24 | 24.5 | 63 | 64.3 | 4 | 4.1 | | | 98 |
| 34 | 1 | 1.0 | 28 | 28.6 | 68 | 69.4 | 1 | 1.0 | | | 98 |
| Jumlah | 129 | | 592 | | 431 | | 24 | | | | |

Sumber: *output* SPSS, data primer diolah peneliti, 2020

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada item-item kepuasan nasabah yaitu:

Pertanyaan tentang "produk yang diberikan bmt berkualitas" pada item -23 mendapatkan respon sebanyak enam belas responden yang sangat puas, yang mendapatkan respon banyak yang puas sebesar enam puluh delapan, sebelas responden yang cukup puas dan tiga responden tidak puas.

Pertanyaan tentang "produk yang diberikan BMT memuaskan" pada item -24 mendapatkan respon sebanyak lima responden yang sangat puas, tiga puluh dua responden yang puas, yang mendapatkan banyak respon cukup puas sebanyak lima puluh Sembilan, dan dua responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang "kualitas pelayanan yang diberikan BMT sesuai dengan yang diharapkan" pada item-25 mendapatkan respon sebanyak enam belas responden yang sangat puas, tujuh puluh lima responden yang puas, enam responden yang cukup puas, satu responden yang menjawab tidak puas.

Pertanyaan tentang "kualitas pelayanan yang diberikan BMT memuaskan" pada item -26 mendapatkan respon sebanyak sebelas responden yang sangat puas, tujuh puluh dua responden yang puas, tiga belas responden yang cukup puas dan dua responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang "produk yang diberikan BMT pada penetapan harga relatif normal" pada item -27 mendapatkan respon sebanyak delapan belas

responden yang sangat puas, enam puluh sembilan responden yang puas, Sembilan responden yang cukup puas dan dua responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang “nasabah merasa bangga bila menggunakan produk BMT” pada item-28 mendapatkan respon sebanyak delapan responden yang sangat puas, enam belas responden yang puas, tujuh puluh dua responden yang cukup puas dan dua responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang “nasabah merasa puas bila menggunakan produk BMT” pada item-29 mendapatkan respon sebanyak tujuh belas responden yang sangat puas, enam puluh tujuh responden yang puas, sebelas responden yang cukup puas dan tiga responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang ”sistem operasi tabungan sudah sesuai dengan syariat islam” pada item -30 mendapatkan respon sebanyak delapan responden yang sangat puas, tiga puluh tiga responden yang puas, lima puluh lima responden yang cukup puas dan tiga responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang “ tabungan syariah di BMT sangat bermanfaat bagi ekonomi kecil bisa menggunakan tabungan sesuai kebutuhannya” pada item -31 mendapatkan respon sebanyak dua belas responden yang sangat puas, tujuh puluh lima responden yang puas dan sebelas responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang “produk tabungan sudah sesuai dengan syariat islam dan berkualitas” pada item-32 mendapatkan respon sebanyak sepuluh responden yang sangat puas, tiga puluh responden yang puas, lima puluh tujuh responden yang cukup puas dan satu responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang “jasa yang diberikan oleh BMT sangat memuaskan” pada item -33 mendapatkan respon sebanyak tujuh responden yang sangat puas,

dua puluh empat responden yang puas, enam puluh tiga responden yang cukup puas dan empat responden yang tidak puas.

Pertanyaan tentang “pelayanan yang diberikan sangat puas dan sesuai dengan kode etik di BMT” pada item-34 mendapatkan respon sebanyak satu responden yang sangat puas, dua puluh delapan responden yang puas, enam puluh delapan responden yang cukup puas dan satu responden yang tidak puas.

$$\begin{aligned}\text{Skor} &= ((\Sigma SPx5) + (\Sigma Px4) + (\Sigma CPx3) + (\Sigma TPx2) + (\Sigma STPx1)) : (nx5x12) \\ &= ((129x5) + (592x4) + (431x3) + (42x2) : (98x5x12) \\ &= (645 + 2368 + 1293 + 48) : 5880 \\ &= 4354 : 5880 \\ &= 0,75 = 75\%\end{aligned}$$

Secara kontinum 75% termasuk kategori sangat kuat karena berada diantara 60%-75%.

Berdasarkan tabel 4.3 tanggapan responden tentang kepuasan nasabah memiliki respon yang baik karna kepuasan nasabah menjadi prioritas yang utama sehingga yang menjawab respon positif dengan jumlah 75% yang berada dalam rata sangat kuat karna banyak menjawab respon yang baik sehingga dikategorikan baik.

4. Uji Kualitas Data

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak untuk dipakai. Peneliti mengajukan kuesioner yang berisi 34 butir pernyataan, 22 butir pernyataan untuk variabel pelayanan *customer service*, 12 pernyataan untuk variabel kepuasan nasabah.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner dan kuesioner tersebut mampu dibuktikan suatu variabel yang seharusnya di ukur *pearson correlation*, tingkat validitas di lakukan uji signifikan yaitu dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dimana n adalah jumlah sampel dengan $\alpha = 10\%$. jika r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir pernyataan valid, begitupun sebaliknya.

penelitian ini besarnya df adalah = $98-2$ atau $df = 96$ dan $\alpha = 10\%$ hasilnya diperoleh $r_{tabel} = 0,1671$ Selanjutnya hasil perhitungan menggunakan SPSS, diperoleh nilai r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas

| Variabel | Item | Koefisien Korelasi | Validitas |
|----------------------------|-------|--------------------|-----------|
| Pelayanan customer service | X1.1 | 0,589** | Valid |
| | X1.2 | 0,319** | Valid |
| | X1.3 | 0,485** | Valid |
| | X1.4 | 0,525** | Valid |
| | X1.5 | 0,697** | Valid |
| | X1.6 | 0,600** | Valid |
| | X1.7 | 0,312** | Valid |
| | X1.8 | 0,458** | Valid |
| | X1.9 | 0,275** | Valid |
| | X1.10 | 0,581** | Valid |
| | X1.11 | 0,404** | Valid |
| | X1.12 | 0,293** | Valid |
| | X1.13 | 0,429** | Valid |
| | X1.14 | 0,570** | Valid |
| | X1.15 | 0,523** | Valid |
| | X1.16 | 0,514** | Valid |
| | X1.17 | 0,534** | Valid |
| | X1.18 | 0,455** | Valid |
| | X1.19 | 0,426** | Valid |
| | X1.20 | 0,441** | Valid |
| | X1.21 | 0,337** | Valid |

| | | | |
|------------------|-------|---------|-------|
| | X1.22 | 0,366** | Valid |
| Kepuasan nasabah | Y1.1 | 0,446** | Valid |
| | Y1.2 | 0,330** | Valid |
| | Y1.3 | 0,522** | Valid |
| | Y1.4 | 0,456** | Valid |
| | Y1.5 | 0,578** | Valid |
| | Y1.6 | 0,328** | Valid |
| | Y1.7 | 0,494** | Valid |
| | Y1.8 | 0,463** | Valid |
| | Y1.9 | 0,447** | Valid |
| | Y1.10 | 0,378** | Valid |
| | Y1.11 | 0,394** | Valid |
| | Y1.12 | 0,388** | Valid |

Keterangan: **Korelasi signifikan di atas 0,01

*Korelasi signifikan di atas 0,05

Sumber: *output SPSS, data primer diolah peneliti, 2020.*

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa nilai r_{hitung} pada kolom korelasi untuk tiap item pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dan positif dibandingkan dengan r_{tabel} yaitu 0,1671 dengan jumlah sampel sebanyak 98 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada kuesioner penelitian adalah valid dan selanjutnya data tersebut dapat di uji ketahap berikutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Apabila hasil koefisien reliabilitas dari semua variabel menunjukkan positif dan signifikan, maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel. Kuesioner dikatakan reliabel jika *Alpha Cronbach* > 0,60 dan tidak reliabel jika *Alpha Cronbach* ≤ 0,60. Tabel dibawah ini merupakan hasil uji reliabilitas:

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Nilai <i>Alpha Cronbach</i> | Keterangan |
|-----------------------------------|-----------------------------|------------|
| Pelayanan <i>Customer Service</i> | 0,727 | Reliabel |

| | | |
|------------------|-------|----------|
| Kepuasan Nasabah | 0,691 | Reliabel |
|------------------|-------|----------|

Sumber: *output* SPSS, data primer diolah peneliti, 2020.

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa hasil pengujian reabilitas pada instrument variabel Pelayanan *Customer Service*, dan kepuasan nasabah dapat dikatakan reabel, karena nilai *cronbach alpha* > 0,60. Dengan demikian jawaban-jawaban responden dari variabel-variabel penelitian tersebut reliable, sehingga item-item pertanyaan tersebut reliable dan dapat digunakan dalam penelitian

5. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menilai baik atau tidaknya nilai regesi yang digunakan dalam penelitian ini. Uji asumsi klasik yang digunakan sebagai berikut:

a. Uji Autokorelasi

Uji autokolerasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Pada uji autokolerasi ini menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW) dengan cara membandingkan DW hitung dengan DW tabelnya.

Tabel 4. 6
Hasil Uji Autokorelasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .707 ^a | .500 | .495 | 2.241 | 1.249 |

a. Predictors: (Constant), Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: *output* SPSS, 2020

Tabel menyatakan jika nilai DW sebesar 1,249, maka untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi, nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan nilai DW table sebagai berikut:

Tabel 4. 7
Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi

| D _L | D _u | 4 – D _L | 4 – D _u | DW | Keputusan |
|----------------|----------------|--------------------|--------------------|-------|----------------------|
| 1,6504 | 1,6916 | 2,3496 | 2,3084 | 1,249 | Terjadi autokorelasi |

Sumber: Tabel Durbin-Watson

Nilai DW sebsar 1,612 lebih kecil dari nilai Du = 1,7355, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi terjadi autokorelasi. sehingga data tersebut perlu diuji kembali dengan menggunakan *transform* data Res_1 menjadi Lag_Res1, yaitu dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Autokorelasi setelah Perbaikan
Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .670 ^a | .449 | .443 | 2.08589 | 2.174 |

a. Predictors: (Constant), Lag_X

b. Dependent Variable: Lag_Y

Sumber: *output* SPSS, 2020.

Tabel menyatakan jika nilai DW sebesar 2,174, maka untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi, nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan nilai DW table sebagai berikut:

Tabel 4. 9
Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi Setelah Perbaikan

| D _L | D _u | 4 – D _L | 4 – D _u | DW | Keputusan |
|----------------|----------------|--------------------|--------------------|-------|----------------------------|
| 1,6504 | 1,6916 | 2,3496 | 2,3084 | 2,174 | Tidak terjadi autokorelasi |

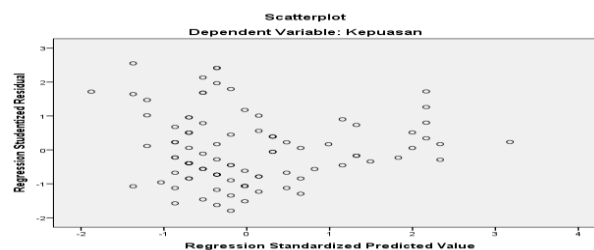
Sumber: Tabel Durbin-Watson

Tabel menyatakan bahwa nilai DW sebesar 2,174 berada di antara $du = 1,6916$ dan nilai $4-du = 2,3084$ ($du < DW < (4-du)$), sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas salah satunya dengan menggunakan uji grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED yang dihasilkan dari pengolahan data dengan menggunakan program SPSS seperti terlihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.6
Hasil Uji Heteroskedastisitas



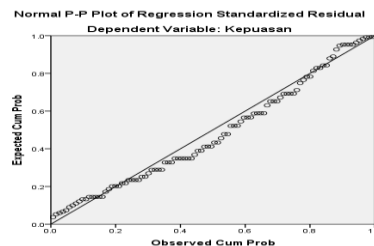
Sumber: *output SPSS, 2020.*

Berdasarkan gambar grafik *Scatterplot* memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik tidak membentuk pola tertentu yang jelas, di mana titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas. Hasil ini memperlihatkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, artinya *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel bebas dan terikat yang keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dengan melihat penyebaran pada data melalui sebuah grafik *normal probability plot* dan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Berikut hasil uji normalitas dengan grafik *normal probability plot* :

Gambar 4.7
Hasil Uji Normalitas



Sumber: *output SPSS, 2020.*

Berdasarkan gambar 4.8 grafik *normal probability plot* menunjukkan bahwa data (titik-titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Untuk lebih memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas, maka dalam penelitian ini juga dilakukan *one sample Kolmogorov-smirnov*. Berikut hasil uji *one sample Kolmogorov-smirnov* sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 98 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 2.67795974 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .074 |
| | Positive | .066 |
| | Negative | -.074 |
| Test Statistic | | .074 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: *output SPSS, 2020.*

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan uji *one sample Kolmogorov-smirnov* diatas, diperoleh nilai *Kolmogorov-smirnov Z* sebesar 0,074 dengan signifikan 0,200 lebih dari 0,1 ($\text{sig} > 0,1$) ini berarti bahwa data berdistribusi normal.

B. Pembuktian Hipotesis.

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi bertujuan untuk memprediksi perubahan nilai variabel terikat akibat pengaruh dari nilai variabel bebas.¹ Persamaan regresi sederhana merupakan model hubungan antara antara variabel tidak bebas (Y) dan variabel bebas (X).² Analisis regresi sederhana dalam penelitian ini digunakan untuk

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 277.

² Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 179.

mengetahui pengaruh satu variabel bebas (*independent*) yaitu pelayanan *customer service* terhadap variabel terikat (*dependent*) yaitu kepuasan nasabah.

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah

X = Pelayanan *Customer Service*

a = konstanta

b = koefisien pelayanan *customer service*

Dari hasil analisis menggunakan SPSS versi 23, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Sederhana
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 13.964 | 3.117 | | 4.480 | .000 |
| | Pelayanan | .375 | .038 | .707 | 9.799 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: output SPSS, 2020.

Analisis regresi linier sederhana pada table di atas diperoleh koefisien variabel pelayanan *customer service* = 0,375 (x) serta konstanta (a) sebesar 13.964 sehingga model persamaan regresi linier sederhana yang diperoleh dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 13.964 + 0,375 X$$

Model persamaan regresi linier di atas dapat di tafsirkan sebagai berikut:

a = konstanta sebesar 13,964 hal ini menunjukkan bahwa apabila nilai variabel independen bernilai tetap atau konstan maka pelayan sebesar 13,964.

b = nilai koefisien regresi variabel X sebesar 0,375 jika di peningkatan 1 dari pada variabel tersebut, maka pelayanan di BMT NU Cabang Kadur akan meningkat sebesar 0,375 dengan asumsi variabel-variabel yang lainnya dianggap tetap.

2. Uji t (Parsial)

Uji-t dilakukan untuk mengetahui adakah pengaruh antara variabel Pelayanan *customer service* X dan Kepuasan Nasabah Y) dengan $\alpha = 0,05$. Hipotesis Diuji dengan pengambilan keputusan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima (H_a ditolak). Tetapi jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak (H_a diterima). Berikut hasil uji-t dengan menggunakan SPSS versi 23.

Tabel 4.12
Hasil Uji T
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 13.964 | 3.117 | | 4.480 | .000 |
| | Pelayanan | .375 | .038 | .707 | 9.799 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: *output* SPSS, 2020.

Variabel pelayanan (x) diperoleh t_{hitung} sebesar 9,799 dengan taraf signifikan 0,000. Nilai t_{tabel} untuk regresi tersebut yaitu 1,66088. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,1$ dan nilai $t_{hitung} 9,799 > t_{tabel} 1,66088$, dengan demikian dapat di simpulkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan melihat R^2 . Berikut hasil koefisien determinasi:

Tabel 4.13
Hasil Uji R2

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .707 ^a | .500 | .495 | 2.241 |

a. Predictors: (Constant), Pelayanan

Sumber: *output SPSS, 2020*

Berdasarkan tabel tersebut, hasil analisis koefisien detrmnasi terlihat besarnya nilai R^2 adalah sebesar 0,500, artinya 50,0%. Hal ini berarti sebesar 50,0% kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen, artinya 50,0% variabel kepuasan nasabah dijelaskan oleh variabel independen pelayanan *customer service*. Sedangkan sisanya (100%-50,0%=50%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainya yang tidak diteliti dalam analisis penelitian ini.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Pelayanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah di KSPPS BMT NU Cabang Kadur

Pembahasan ini untuk menjawab dan menjelaskan tentang rumusan masalah yang pertama berkenaan dengan

Pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah, *Customer Service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan anggota.³

Pada pertanyaan 1 yaitu “fasilitas ruang antrian yang dimiliki oleh BMT membuat nyaman dalam bertransaksi” Dalam pernyataan tersebut respon nasabah yang puas sebanyak 12,2%, adapun nasabah yang cukup puas sebanyak 86,7% dan nasabah yang tidak puas 1,0%. Pada pertanyaan pertama menunjukkan bahwa nasabah merasa bahwa ruang tunggu yang ada di dalam BMT sangat nyaman di tempati. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan *customer service* memang sangat dibutuhkan agar anggota merasa nyaman, apalagi dilihat dari jenis kalimat responden kebanyakan perempuan, perempuan cenderung memiliki perasaan yang sensitive dan selalu ingin yang terbaik.

Pada pertanyaan 2 yaitu “ bentuk gedung BMT layak digunakan” dalam pernyataan tersebut yang merespon sangat puas sebanyak 12,2%, nasabah yang puas sebanyak 75,5%, dan nasabah yang merespon cukup puas sebanyak 8,2%, serta nasabah yang menjawab tidak puas sebanyak 4%, pada pernyataan kedua ini

³ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), hlm. 179

sebagian anggota ada yang merasa tidak puas dimana anggota menganggap bahwa gedung yang ditempati oleh BMT kurang baik sehingga perlu adanya perbaikan agar bias terlihat baik lagi.

Pada pertanyaan 3 yaitu “ sarana area tempat parker BMT madai” dalam pernyataan tersebut yang respon sangat puas sebanyak 3,1%, nasabah yang menjawab puas sebanyak 17,3% dan nasabah yang menjawab cukup puas sebanyak 78,6% serta nasabah yang menjawab tidak puas sebanyak 1% . pada pernyataan ke tiga ini menunjukkan bahwa di tempat area parker BMT NU Cabang Kadur Pamekasan memiliki tempat yang baik dan layak digunakan.

Pada pertanyaan 4 yaitu “ penataan interior BMT rapi” dalam pernyataan yang respon sangat puas sebanyak 7,1% , nasabah yang menjawab puas sebanyak 17,3%, dan yang menjawab cukup puas sebanyak 68,4%. Pada pernyataan ke empat ini menunjukkan kesan yang baik di mata nasabah di BMT NU Cabang kadur Pamekasan .

Pada pertanyaan 5 yaitu “ ruang pelayanan BMT bersih “ dalam pernyataan tersebut yang merespon sangat puas sebanyak 27,6%, nasabah yang menjawab puas sebanyak 16,3%, dan nasabah yang menjawab cukup puas sebanyak 50,0%, serta nasabah yang menjawab tidak puas sebanyak 6,1%. Pada pernyataan ke lima ini ruang pelayanan di respon baik sehingga harus dijaga agar tetap baik untuk membangun nasabah yang puas.

Pada pertanyaan 6 yaitu “ ruang tunggu nasabah BMT nyaman” dalam pertanyaan tersebut yang merespon sangat puas sebanyak 10,2%, nasabah yang menjawab puas sebanyak 33,7%, dan nasabah yang menjawab cukup puas sebanyak 55,1%, serta nasabah yang tidak puas menjawab sebanyak 1%. Pada

pertanyaan ke enam ini menunjukkan yang baik namun ada beberapa nasabah yang tidak puas pada item ini dikarenakan tempat yang di dudukin nasabah masih kurang sehingga menjadi faktor penyebab ada nasabah yang tidak puas. BMT perlu untuk mengevaluasi bagaimana untuk menjaga nama baik lembaga tersebut agar nasabah tetap nyaman dalam melakukan transaksi itu sendiri.

Pada pertanyaan 7 yaitu “ fasilitas toilet layak digunakan” dalam pertanyaan yang menjawab respon sangat puas sebanyak 11,2 %, nasabah yang menjawab puas sebanyak sebanyak 72,4% , nasabah yang menjawab cukup puas sebanyak 13,3%, dan nasabah yang tidak puas sebanyak 3%. Pada pertanyaan ke tujuh ini mendapatkan respon baik sehingga nasabah merasa senang dalam fasilitas yang digunakan.

Pada pertanyaan 8 yaitu “ *customer service* melayani dengan ramah” dalam pernyataan tersebut yang mengrespon sangat puas sebanyak 16,3%, nasabah yang menjawab puas sebanyak 78,6%, nasabah yang menjawab cukup puas sebanyak 13,3%, dan nasabah yang menjawab tidak puas sebanyak 3,1%. Pada pernyataan ke delapan ini menunjukkan bahwa pelayan CS sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah .

Pada pertanyaan 9 yaitu “petugas memiliki konsistensi dalam menampilkan nilai-nilai etika pelayanan yang ramah” dalam pernyataan tersebut yang mengrespon sangat puas sebanyak 6,1%, nasabah yang menjawab puas sebanyak 21,4%, nasabah yang menjawab cukup puas sebanyak 68,4% dan nasabah yang menjawab tidak puas sebanyak 2%. Pada pernyataan ke Sembilan ini menunjukkan bahwa petugas memang memiliki perilaku yang baik, sopan, ramah, dalam melayani nasabah itu sendiri.

Pada pernyataan 10 yaitu “*customer service* melayani dengan sopan” dalam pernyataan tersebut yang mengrespon sangat puas sebanyak 26,5%, nasabah yang menjawab puas sebanyak 13,3%, nasabah yang menjawab cukup puas sebanyak 55,%, serta nasabah yang menjawab tidak puas sebanyak 4,1%. Pada pernyataan ke sepuluh ini menunjukkan bahwa peran CS ini sangat berpengaruh terhadap pelayan yang ada sehingga menjaga nama baik perusahaan itu sendiri.

Pada pernyataan 11 yaitu “CS berpenampilan menarik” dalam pernyataan tersebut yang mengrespon sangat puas sebanyak 15,3%, nasabah yang menjawab puas sebanyak 74,5%, nasabah yang menjawab cukup puas sebanyak 8,2%, dan nasabah yang menjawab tidak puas sebanyak 2,0%. Pada pernyataan sebelas ini menunjukkan bahwa CS yang menjadi tonggak terdepan dalam melayani nasabah yang datang ke tempat BMT sehingga pelayanan CS sangatlah penting.

Pada pernyataan 12 yaitu “petugas *customer service* harus cepat tanggap dalam melayani keluhan nasabah” dalam pernyataan tersebut yang mengrespon sangat puas sebanyak 3,1%, nasabah yang menjawab puas sebanyak 14,3%, nasabah yang menjawab cukup puas sebanyak 77,6%, nasabah yang menjawab tidak puas sebanyak 5,1%. Pada pernyataan dua belas ini menunjukkan bahwa petugas cs harus mempunyai kecekatan dalam melayani setiap transaksi yang berlangsung sehingga pelayanan tetap merasakan baik dimata nasabah itu sendiri.

Pada pernyataan 13 yaitu “petugas *customer service* menyenangkan” dalam pernyataan tersebut yang menjawab sangat puas sebanyak 17,3%, nasabah yang menjawab puas sebanyak 70,4%, nasabah yang menjawab cukup puas sebanyak 9,2%, nasabah yang menjawab tidak puas sebanyak 3,1%. Pada pernyataan tiga

belas ini bahwa petugas cs harus mampu menjaga emosi dan berbicara dengan baik agar dapat menciptakan petugas yang ramah tamah.

Pada pernyataan 14 yaitu “petugas *customer service* cepat melayani dalam bertaransaksi” dalam pernyataan tersebut yang menjawab sangat puas sebanyak 8,2%, nasabah yang menjawab puas sebanyak 35,7%, nasabah yang menjawab cukup puas sebanyak 53,3%, dan nasabah yang menjawab tidak puas sebanyak 3,1%. Dalam pernyataan empat belas ini bahwasanannya petugas cs harus cepat melayani nasabah dengan baik agar dapat tercipta pelayanan yang baik oleh nasabah itu sendiri.

Pada pernyataan 15 yaitu “petugas *customer* menyampaikan jasa secara benar sejak pertama kali” dalam pernyataan tersebut yang menjawab sangat puas sebanyak 7,1%, nasabah yang menjawab puas sebanyak 35,7%, nasabah yang menjawab cukup puas sebanyak 54,1%, dan nasabah menjawab tidak puas sebanyak 3%. Dalam pernyataan lima belas ini menunjukkan bahwa petugas harus menciptakan bahasa yang mudah dipahami dan berbicara dengan sopan, pastikan jasa yang disampaikan sudah benar dan baik.

Pada pernyataan 16 yaitu “*customer service* dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan” dalam pernyataan tersebut yang menjawab respon sangat puas sebanyak 8,2%, nasabah yang jawab cukup puas sebanyak 28,6%, nasabah yang menjawab cukup puas sebanyak 61,2% dan nasabah yang menjawab tidak puas sebanyak 2%. pada pernyataan enam belas ini menunjukkan petugas harus cepat menangani keluhan nasabah agar bisa mengproses masalah nasabah dengan benar dan cepat dilakukan agar tercipta pelayanan cepat tanggap.

Pada pernyataan 17 yaitu “*customer service* menangani respon permintaan dari para nasabah” dalam pernyataan tersebut yang menjawab respon sangat puas sebanyak 58,2%, nasabah yang menjawab puas sebanyak 40,8% dan nasabah yang jawab tidak puas 1%, pada pernyataan tujuh belas ini menunjukkan bahwa cs harus sigap dalam menangani hal apapun itu sehingga dapat segera diatasi oleh c situ sendiri.

Pada pernyataan 18 yaitu “*customer service* dalam menangani nasabah memberikan kemudahan prosedur pelayanan kepada nasabah” dalam pernyataan ini yang respon sangat puas sebanyak 16,3%, nasabah yang menjawab puas sebanyak 71,4%, nasabah yang menjawab cukup puas sebanyak 8,2%, nasabah yang menjawab cukup puas sebanyak 65,3%, serta nasabah yang menjawab tidak puas sebanyak 1%. Pada pernyataan delapan belas ini cs memberikan kemudahan dan menjelaskan apa saja prosedur yang ada di BMT NU Cabang kadur, mudah dipahami karena yang menggunakan tabungan di BMT tersebut rata rata wanita berumur 40-50 tahun.

Pada pernyataan 19 yaitu “*customer service* mampu menjelaskan setiap transaksi nasabah dengan cepat, tepat waktu” dalam pernyataan ini yang respon sangat puas sebanyak 12,2 %, nasabah yang puas sebanyak 74,5%, nasabah yang menjawab cukup puas 9,2%, nasabah yang menjawab tidak puas sebanyak 4%. Pada pernyataan ini menunjukkan bahwa ini item ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Pada pernyataan 20 yaitu “*customer service* dalam memberikan pelayanan sesuai dengan perjanjian” dalam pernyataan ini yang mengrespon sangat puas sebanyak 2%, nasabah yang menjawab puas sebanyak 31,6%, nasabah yang

mengjawab cukup puas sebanyak 65,3% dan nasabah yang menjawab tidak puas sebanyak 1%. Pada item ini menunjukkan bahwa pelayanan cs saat melakukan perjanjian dengan seorang nasabah harus sesuai dengan yang diinginkan agar tercipta pelayanan yang baik.

Pada pernyataan 21 yaitu “*customer service* menangani respon permintaan dari nasabah dengan cepat, tepat waktu” dalam pernyataan tersebut ini menunjukkan bahwa yang menjawab respon yang sangat puas sebanyak 11,2%, nasabah yang menjawab puas sebanyak 73,5%, nasabah yang menjawab cukup puas sebanyak 12,2%, nasabah yang menjawab tidak puas sebanyak 3,1%. Pada item ini menunjukkan bahwa cs harus sigap dalam hal apapun agar tercipta pelayanan yang baik.

Pada pernyataan 22 yaitu “*customer service* berkomunikasi dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti” dalam pernyataan tersebut ini menunjukkan bahwa yang menjawab respon yang sangat puas sebanyak 13,3%, nasabah yang menjawab puas sebanyak 74,5%, nasabah yang menjawab cukup puas sebanyak 8,2% dan nasabah yang menjawab tidak puas sebanyak 4,1%. Pada item ini menunjukkan bahwa cs harus memberikan bahasa yang mudah dipahami dan mengerti oleh nasabah agar apa yang dibicarakan harus benar-benar baik, ada yang menjawab tidak puas dikarenakan kurang pemahaman dengan pembicaraan cs sehingga dapat kesan yang kurang baik, makanya itu perlu di perbaiki.

Hasil penelitsn yang telah dianalisis secara stasistik dengan pengujian regresi sederhana mengenai “pengaruh pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah” memberikan temuan hasil yaitu menyatakan terdapat

hubungan *customer service* dengan kepuasan nasabah yaitu Nilai t_{hitung} variabel pelayanan *customer service* (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) menunjukkan nilai sebesar 9,799 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dimana $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 9,799 > t_{tabel} 1,66088$ sehingga menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) di KSPPS BMT NU Cabang Kadur Pamekasan.

Artinya, nasabah KSPPS BMT NU Cabang Kadur Pamekasan merasa puas dengan pelayanan *customer service* yang baik yang diberikan oleh KSPPS BMT NU Cabang Kadur Pamekasan, seperti pelayanan yang tepat, cepat, dan tanggap dalam menangani keluhan nasabah, karyawan yang ramah, sopan dan baik kepada nasabah, serta memiliki fasilitas yang memadai seperti ruangan yang bersih, nyaman, dan karyawan yang berpenampilan rapi dan sopan. Hubungan pelayanan *customer service* dan kepuasan nasabah tidak lepas dari pembicaraan kreativitas layanan. Untuk mewujudkan suatu layanan berkualitas yang bermuara pada kepuasan nasabah, perusahaan harus mampu mengidentifikasi siapa nasabahnya sehingga mampu memahami tingkat persepsi dan harapan nasabah atas pelayanan *customer service* yang baik.

Hasil penelitian ini juga dapat dilihat dari data karakteristik responden, dimana karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang terdiri dari 41 orang laki-laki dan 57 orang perempuan. Jenis kelamin lebih didominasi oleh perempuan dan dapat diketahui bahwa perempuan memiliki sifat yang berbeda dari laki-laki, karena perempuan lebih terbiasa di didik untuk menabung dan mempersiapkan dana untuk berjaga-jaga apabila sesuatu terjadi pada mereka. Hal ini berbeda dengan laki-laki yang lebih cenderung di didik untuk investasi dan

berani mengaambil sikap yang beresiko, laki-laki memiliki sifat yang lebih agresif pada saat berinvestasi, hal ini dipengaruhi oleh ego, kebanggaan serta kepercayaan diri yang berlebihan. Perempuan mempunyai kecendrungan lebih besar untuk membuka rekening tabungan dibandingkan laki-laki, tetapi laki-laki lebih cenderung memiliki uang yang lebih banyak didalam rekening mereka dibandingkan perempuan.⁴

Hail ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Puji Hariyanti dan Rahmy Utari Berdasarkan hasil penelitian menggunakan variabel aktivitas layanan konsumen dan kepuasan konsumen untuk mengukur loyalitas konsumen. Objek penelitian ini adalah PT Riau Kepri Campe Panam. Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas, uji validitas, dan analisis produk moment Dari hasil menunjukkan bahwa aktivitas layanan konsumen dan kepuasan konsumen memiliki hubungan dan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.⁵

Dengan demikian penelitian ini menunjukkan bahwa jika pelayanan *customer service* pada KSPPS BMT NU Cabang Kadur Pamekasan baik maka kepuasan nasabah juga akan meningkat secara signifikan. Sehingga hipotesis yang berbunyi “Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT NU Cabang Kadur Pamekasan” berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT NU Cabang Kadur Pamekasan diterima.

⁴ Elen Chandra, <https://www.finansialku.com> di akses pada tanggal 15 Mei 2020, pukul 12.45

⁵ Puji Hariyanti dan Rahmy Utari, “Pengaruh Aktivitas Customer Service dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Riau Kepri Capem Panam Pekanbaru,” Jurnal komunikasi (2013) vol 8, nomor 1, hlm, 74.

2. Seberapa Besar Pengaruh Pelayanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah

Pembahasan ini menunjukkan dan menjelaskan tentang rumusan masalah yaitu seberapa besar pengaruh pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan.

Dalam hal ini menunjukkan item-item yang seberapa besar berpengaruh terhadap pelayanan cs terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat sebagai berikut

Pada pernyataan 23 yaitu “produk yang diberikan BMT berkualitas” dalam pernyataan ini respon yang sangat puas sebanyak 16,3%, nasabah yang menjawab puas sebesar 69,4%, nasabah yang menjawab sebesar 11,2%, dan nasabah yang menjawab tidak puas sebesar 3%. Pada pernyataan dua puluh tiga ini menunjukkan produk yang berada di BMT sangat berkualitas baik dan memberikan kemudahan penjelasan mengenai produk-produknya.

Pada pernyataan 24 yaitu “ produk yang diberikan BMT memuaskan” dalam pernyataan ini respon yang sangat puas sebanyak 5,1%, nasabah yang menjawab puas sebanyak 32,7%, nasabah yang menjawab cukup puas sebanyak 60,2%, dan nasabah yang menjawab tidak puas sebanyak 2%. Pada item ini menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan sangat bermanfaat serta menjaga transaksi ribax.

Pada pernyataan 25 yaitu “kualitas pelayanan yang diberikan BMT sesuai dengan yang diharapkan” dalam pernyataan ini yang menjawab respon sangat puas sebanyak 16,3%, nasabah yang menjawab puas sebanyak sebesar 76,5%, nasabah yang menjawab cukup puas sebanyak 60,2%, nasabah yang menjawab tidak puas sebanyak 1%. Pada pernyataan dua puluh lima ini menunjukkan

bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tersebut.

Pada pernyataan 26 yaitu “kualitas pelayanan yang diberikan BMT memuaskan” dalam pernyataan ini yang respon sangat puas sebanyak 11,2%, nasabah yang mendapatkan respon 73,5%, nasabah yang menjawab tidak puas sebanyak 2%. Pada pernyataan ini menunjukkan bahwa sangat baik dalam hal pelayanannya.

Pada pernyataan 27 yaitu “produk yang diberikan BMT pada penetapan harga relative normal” dalam pernyataan ini yang respon sangat puas sebanyak 18,4%, nasabah yang puas sebanyak 70,4%, nasabah yang menjawab cukup puas sebanyak 9,2%, dan nasabah yang tidak puas sebanyak 2%. Pada pernyataan ini menunjukkan bahwa respon dari nasabah ini sangat baik .

Pada pernyataan 28 yaitu “nasabah merasa bangga menggunakan produk BMT” dalam pernyataan ini yang respon sangat puas sebanyak 8,2%, nasabah yang puas sebanyak 16,3%, nasabah yang cukup puas sebanyak 73,2%, dan nasabah yang tidak puas sebanyak 2%. Pada item ini menunjukkan bahwa respon positif dari nasabah BMT tersebut.

Pada pernyataan 29 yaitu “nasabah merasa puas bila menggunakan produk BMT” dalam pernyataan ini yang respon sangat puas sebanyak 17,3%, nasabah yang puas sebanyak 68,4%, nasabah yang cukup puas sebanyak 11,2%, nasabah yang tidak puas sebanyak 3,1%. Pada pernyataan dua puluh Sembilan menunjukkan kepuasan dalam memilih atau menggunakan produk BMT berkepanjangan.

Pada pernyataan 30 yaitu “sistem operasi tabungan sudah sesuai dengan syariat islam” dalam pernyataan tersebut yang respon sangat puas sebanyak 8,2%, nasabah yang puas sebanyak 76,5%, nasabah yang cukup puas sebanyak 11,2% dan nasabah yang tidak puas sebanyak 0%. Pada pernyataan tiga puluh ini menunjukkan bahwa system operasi tabungan sudah sangat baik sesuai dengan syariah islam.

Pada pernyataan 31 yaitu “tabungan syariah di BMT sangatlah bermanfaat bagi ekonomi kecil bias menggunakan tabungan sesuai kebutuhannya” dalam pernyataan tersebut yang respon sangat puas sebanyak 12,2%, nasabah yang puas sebanyak 30,6%, nasabah yang cukup puas sebanyak 58,2%, nasabah yang tidak puas sebanyak 1%. Pada pernyataan tiga puluh satu ini menunjukkan bahwa adanya tabungan yang sesuai dengan syariah islam sangat membantu tidak terjadinya system riba.

Pada pernyataan 32 yaitu “produk tabungan sudah sesuai dengan syariat islam dan berkualitas” dalam pernyataan tersebut yang respon sangat puas sebesar 10,2%, nasabah yang puas sebesar 30,6%, nasabah yang cukup puas sebesar 58,2%, nasabah yang tidak puas sebesar 1%. Pada pernyataan tiga puluh dua menunjukkan bahwa respon nasabah sangat baik sehingga produk tetap di pertahankan.

Pada pernyataan 33 yaitu “jasa yang diberikan oleh BMT sangat memuaskan” dalam pernyataan tersebut yang respon sangat puas sebesar 7,1%, nasabah yang respon puas sebanyak 24,5%, nasabah yang respon cukup puas sebanyak 64,3%, nasabah yang tidak puas sebanyak 4%. Pada pernyataan tiga puluh tiga ini menunjukkan bahwa yang diberikan oleh BMT sangat memudahkan

bagi nasabah yang nabung karena di BMT ada system penjemputan bola yang disebut jemputan tabungan ke tempat rumah nasabah.

Pada pernyataan 34 yaitu “pelayanan yang diberikan sangat puas dan sesuai dengan kode etik di BMT” dalam pernyataan tersebut yang respon sangat puas sebanyak 1%, nasabah yang respon puas sebanyak 28,6%, nasabah yang respon cukup puas sebanyak 69,4%, nasabah yang respon tidak puas sebanyak 1%. Pada pernyataan tiga puluh empat ini menunjukkan cukup puas atas pelayanan yang diberikan oleh BMT NU Cabang Kadur Pamekasan.

Hasil penelitian yang telah dianalisis secara statistic dengan pengujian dilihat dari hasil analisis data besarnya *R Square*, dimana besarnya *R Square* 0,500 atau 50,0%. Artinya 50,0% variasi Y dapat dijelaskan oleh variabel X, sedangkan sisanya sebesar 50% ($100\% - 50,0\% = 50\%$) dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya di luar model atau variabel lain yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini.