

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Profil BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan**

###### **a. Sejarah**

Koperasi BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri disingkat “Koperasi BMT UGT Sidogiri” mulai beroperasi pada tanggal 5 Rabiul Awal 1421 H atau 6 Juni 2000 M, di Surabaya dan kemudian mendapatkan badan Hukum Koperasi dari Kanwil Dinas Koperasi PK dan M Provinsi Jawa Timur dengan SK Nomor: 09/BH/KWK.13/VII/2000 tertanggal 22 Juli 2000.<sup>1</sup>

BMT UGT Sidogiri didirikan oleh beberapa orang yang berada dalam satu kegiatan Urusan Guru Tugas Pondok Pesantren Sidogiri (Urusan GT PPS) yang di dalamnya terdapat orang-orang yang berprofesi sebagai guru dan pimpinan madrasah, alumni Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan dan para simpatisan yang menyebar di wilayah Jawa Timur.<sup>2</sup>

Koperasi BMT UGT Sidogiri membuka beberapa unit pelayanan anggota di kabupaten/kota yang dinilai potensial, salah satunya yang ada di kabupaten Pamekasan. Untuk mempermudah kinerja BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan, banyak didirikan kantor cabang pembantu, salah satunya yaitu kantor cabang

---

<sup>1</sup> Diakses dari <https://bmtugtnusantara.co.id/tentang-kami.html>, pada tanggal 21 Maret 2021 pukul 19:30

<sup>2</sup> Ibid.

pembantu Pagendingan. Koperasi BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan didirikan pada tahun 2011. Namun sejak tahun 2015 Koperasi BMT UGT Sidogiri berpindah tempat ke Desa Tentenan Timur dikarenakan masa sewa gedung di Pagendingan sudah habis dan juga sudah tak layak untuk di tempati sehingga saat ini kantor Koperasi BMT UGT Sidogiri di Desa Pagendingan sudah dihancurkan.<sup>3</sup>

#### **b. Visi dan Misi**

Adapun visi dan misi BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan adalah sebagai berikut:

Visi:<sup>4</sup>

Koperasi yang Amanah, Tangguh dan Bermartabat (MANTAB)

Misi:<sup>5</sup>

1. Mengelola koperasi yang sesuai dengan jatidiri santri
2. Menerapkan sistem syariah yang sesuai dengan standar kitab salaf dan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN)
3. Menciptakan kemandirian likuiditas yang berkelanjutan
4. Memperkokoh sinergi ekonomi antar anggota
5. Memperkuat kepedulian anggota terhadap koperasi
6. Memberikan khidmah terbaik terhadap anggota dan umat dan
7. Meningkatkan kesejahteraan anggota dan umat

---

<sup>3</sup> M Thoha P, Account Officer Simpanan Pembiayaan (AOSP), wawancara langsung, (22 Maret 2021)

<sup>4</sup> Ibid

<sup>5</sup> Ibid

### c. Struktur Organisasi

Sebagai sebuah lembaga, sudah pasti memiliki tingkatan-tingkatan dalam jabatannya. Berikut struktur organisasi di koperasi BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Pagendingan:

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan**



### d. Produk-Produk

BMT UGT Sidogiri mempunyai produk-produk yang bersifat penghimpunan dana dan juga produk-produk yang bersifat pembiayaan. Adapun produk-produk penghimpunan dana antara lain sebagai berikut:<sup>6</sup>

- 1) Tabungan umum syariah
- 2) Tabungan haji
- 3) Tabungan umrah

---

<sup>6</sup> Diakses dari <https://bmtugtnusantara.co.id/produk>, pada tanggal 21 Maret 2021 pukul 20:00

- 4) Tabungan Hari Raya Idul Fitri
- 5) Tabungan pendidikan
- 6) Tabungan kurban
- 7) Tabungan tarbiyah
- 8) Tabungan berjangka
- 9) Tabungan MDA berjangka plus
- 10) Tabungan Masa Depan (TAMPAN)

Selain itu, BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan juga memiliki produk pembiayaan. Adapun produk-produk pembiayaan tersebut adalah sebagai berikut:<sup>7</sup>

- 1) UGT GES (Gadai Emas Syariah)
- 2) UGT MUB (Modal Usaha Barokah)
- 3) UGT MTA ( Multi Guna Tanpa Agunan)
- 4) UGT KBB ( Kendaraan Bermotor Barokah)
- 5) UGT PBE (Pembelian Barang Elektronik)
- 6) UGT PKH (Pembiayaan Kafalah Haji)
- 7) UGT MJB (Multi Jasa Barokah)
- 8) UGT MGB (Multi Griya Barokah)
- 9) UGT MPB (Modal Pertanian Barokah)

## **2. Karakteristik Responden**

Pada penelitian di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan diperoleh jumlah responden sebanyak 97 responden. Perhitungan jumlah responden dengan ketentuan *margin of error* (tingkat kesalahan) 10% dari populasi yang ada.

---

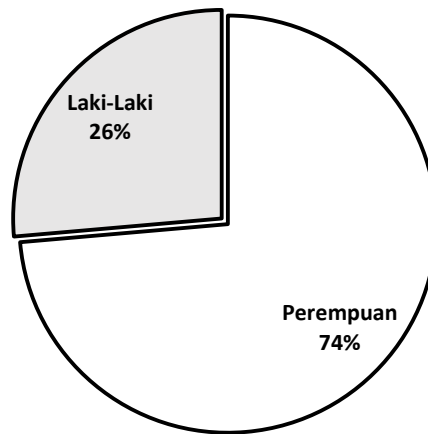
<sup>7</sup> Ibid.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran angket atau kuisioner, peneliti mengelompokkan responden ke dalam beberapa karakteristik, berikut ini gambaran umum karakteristik responden tersebut:

**a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Berikut merupakan gambar diagram perhitungan karakteristik responden atau nasabah yang telah diteliti di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan berdasarkan jenis kelamin:

**Gambar 4.2**  
**Responden berdasarkan Jenis Kelamin**



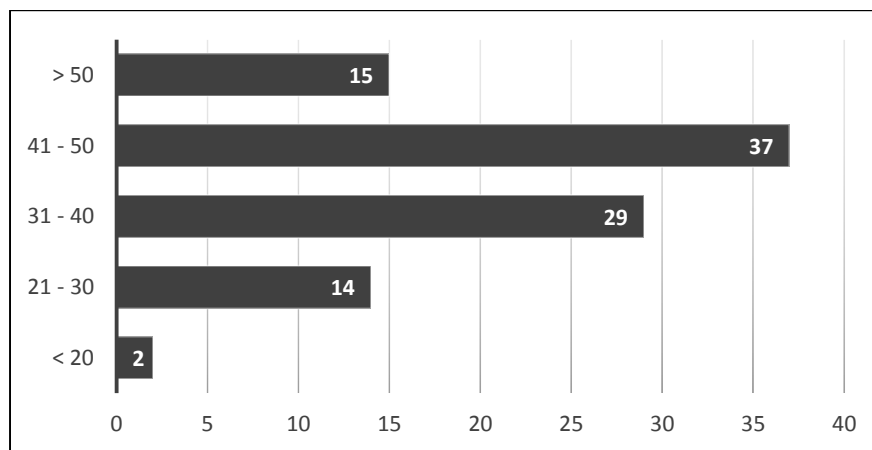
**Sumber:** Data primer diolah, 2021.

Berdasarkan gambar diatas dapat kita ketahui bahwa responden yang diteliti berdasarkan jenis kelamin didapati 72 responden berjenis kelamin perempuan dengan persentase 74%, sedangkan responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 25 orang responden dengan persentase 26% dari total keseluruhan responden yang diteliti. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa responden yang diteliti lebih banyak atau di dominasi oleh responden berjenis kelamin perempuan.

## b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dalam penelitian ini peneliti mengelompokkan responden kedalam beberapa rentang usia yaitu < 20 tahun, 21-30 tahun, 31–40 tahun, 41-50 tahun dan > 51 tahun. Berikut merupakan gambar diagram perhitungan karakteristik responden atau nasabah yang telah diteliti di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan berdasarkan usia:

**Gambar 4.3**  
**Responden berdasarkan Usia**



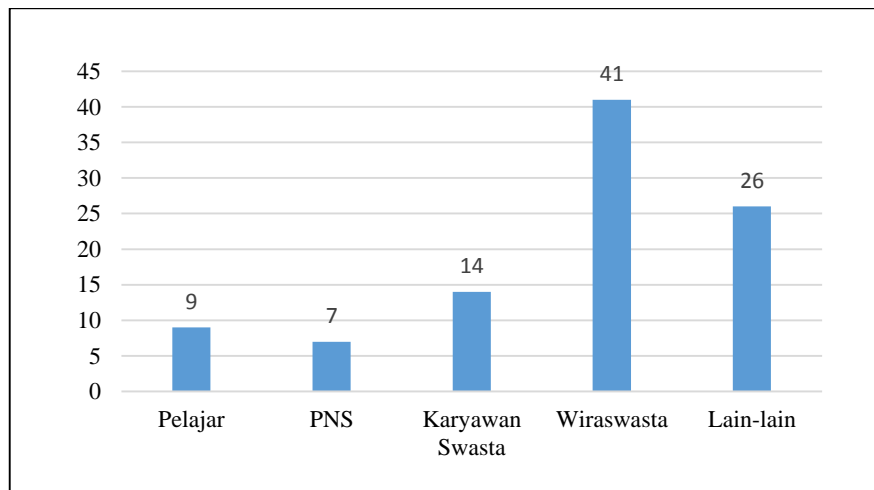
**Sumber:** Data primer diolah, 2021.

Berdasarkan gambar diatas dapat kita ketahui bahwa responden yang diteliti terdiri dari responden berusia < 20 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 2%, responden berusia 21-30 tahun berjumlah 14 orang dengan persentase 14%, responden berusia 31-40 berjumlah 29 orang dengan persentase 30%, responden berusia 41-50 berjumlah 37 orang dengan persentase 38% dan responden berusia >51 berjumlah 15 orang dengan persentase 16%. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa dari keseluruhan responden penelitian di dominasi oleh responden yang memiliki rentang usia 41-50 tahun yaitu sebanyak 38%.

### c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan responden kedalam beberapa karakteristik pekerjaan seperti PNS, pelajar, pegawai swasta, wiraswasta dan pekerjaan lain yang tidak disebutkan dalam penelitian. Berikut merupakan gambar responden atau nasabah yang telah diteliti di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan berdasarkan pekerjaan:

**Gambar 4.4**  
**Responden berdasarkan Pekerjaan**



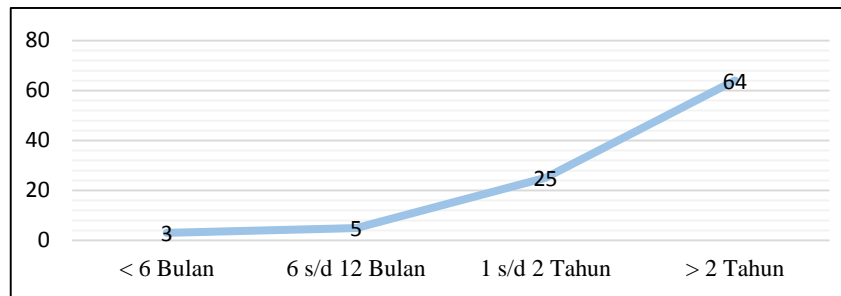
**Sumber:** Data primer diolah, 2021.

Berdasarkan gambar diatas dapat kita ketahui bahwa responden yang diteliti terdiri dari pelajar / mahasiswa berjumlah 9 orang dengan persentase 9%, PNS berjumlah 7 orang dengan persentase 7%, karyawan swasta berjumlah 14 orang dengan persentase 15%, wiraswasta berjumlah 41 orang dengan persentase 42%, dan responden dengan pekerjaan selain yang disebutkan berjumlah 26 orang dengan persentase 27% dari jumlah keseluruhan responden yang diteliti. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa responden penelitian di dominasi oleh responden yang memiliki pekerjaan sebagai seorang wiraswasta.

#### d. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Berikut merupakan gambar diagram perhitungan karakteristik responden atau nasabah yang telah diteliti di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan berdasarkan lama menjadi nasabah:

**Gambar 4.5**  
**Responden berdasarkan Lama Menjadi Nasabah**



**Sumber:** Data primer diolah, 2021.

Berdasarkan gambar diatas dapat kita ketahui bahwa responden yang diteliti terdiri dari responden yang telah menjadi nasabah < 6 bulan berjumlah 3 orang dengan persentase 3%, responden yang telah menjadi nasabah 6 s/d 12 bulan sebanyak 5 orang dengan persentase 5%, responden yang telah menjadi nasabah 1 s/d 2 tahun sebanyak 25 orang dengan persentase 26%, dan responden yang telah menjadi nasabah > 2 tahun sebanyak 64 orang dengan persentase 66% dari total keseluruhan responden yang diteliti. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa responden penelitian di dominasi oleh responden yang telah menjadi nasabah lebih dari dua tahun. Hal itu tentu sangat baik karena semakin lama seseorang menjadi nasabah pada suatu instansi alau lembaga keuangan tertentu kemungkinan akan lebih besar pengetahuannya tentang seluk beluk lembaga itu sendiri.



### 3. Deskripsi Tanggapan Responden

#### a. Deskripsi Variabel Kepercayaan ( $X_1$ )

Untuk melihat tanggapan responden atas pernyataan terkait indikator-indikator variabel kepercayaan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepercayaan**

No	STS		TS		N		S		SS		$\Sigma$	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1					15	15,5	56	57,7	26	26,8	97	100
2					21	21,6	54	55,7	22	22,7	97	100
3					10	10,3	68	70,1	19	19,6	97	100
Jumlah					46		178		67		291	

Sumber: Data primer diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, dapat kita ketahui bahwa pada tabel variabel kepercayaan ( $X_1$ ) tersebut terdapat 3 item pernyataan yang dibagikan kepada 97 orang responden, pada pernyataan pertama yaitu “BMT Sidogiri Capem Pagendingan selalu transparan dalam setiap transaksi”. Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa respon nasabah yang netral sebanyak 15 orang responden atau 15,5%, setuju sebanyak 56 orang responden atau 57,7%, adapun nasabah yang sangat setuju dengan pernyataan tersebut sebanyak 26 orang responden atau 26,8%.

Pada pernyataan kedua yaitu, “BMT Sidogiri Capem Pagendingan selalu bertanggung jawab dalam setiap permasalahan yang terjadi pada nasabah” didapatkan respon nasabah yang netral sebanyak 21 orang responden atau 21,6%, respon setuju sebanyak 54 orang responden atau 55,7%. Sedangkan responden yang memberikan respon sangat setuju sebanyak 22 orang atau 22,7%.

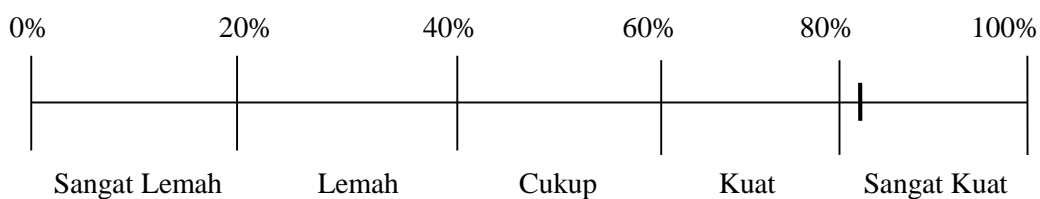
Pada pernyataan ketiga yaitu, “Nasabah memiliki rasa percaya terhadap pelayanan yang diberikan pihak BMT Sidogiri Capem Pagendingan” didapatkan

respon nasabah yang netral sebanyak 10 orang responden atau 10,3%, setuju sebanyak 68 orang atau 70,1%. Sedangkan responden yang memberikan respon sangat setuju atas pernyataan yang diberikan sebanyak 19 orang atau 19,6%..

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa responden memberikan tanggapan pada item pernyataan atas variabel kepercayaan yakni netral sebanyak 46 orang, setuju sebanyak 178 orang dan selebihnya memberikan respon sangat setuju sebanyak 67 orang. Untuk lebih jelasnya lagi kita dapat membuat persentase skor atas tanggapan responden pada item pernyataan sesuai nilai atau pembobotan yang telah di tentukan diawal. Berikut merupakan perhitungan persentase skor atas tanggapan responden pada item pernyataan variabel kepercayaan:

$$\begin{aligned}
 \text{Skor} &= ((\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum N \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1)) : (n \times 3 \times 5) \\
 &= ((67 \times 5) + (178 \times 4) + (46 \times 3)) : (97 \times 3 \times 5) \\
 &= ((335) + (712) + (138)) : 1455 \\
 &= 1185 : 1455 \\
 &= 0,814 \\
 &= 81\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, di dapatkan jumlah skor pengumpulan data sebesar 1185 dan jumlah skor kriterium (bila setiap orang menjawab skor tertinggi) adalah 1455 jumlah skor kriterium di dapatkan dari jumlah responden penelitian (n) yakni sebanyak 97 orang dikali banyaknya item pernyataan pada variabel kepercayaan yakni 3 item dikali skor atau bobot nilai tertinggi tiap item yakni 5. Hal ini berarti kepercayaan (X<sub>1</sub>) menurut persepsi 97 responden di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan adalah  $1185 : 1455 = 0,81$  atau 81%. Secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Hal itu berarti bahwa skor penilaian atas tanggapan responden pada variabel kepercayaan termasuk kategori yang sangat kuat.

**b. Deskripsi Variabel Kepuasan (X<sub>2</sub>)**

Untuk melihat tanggapan responden atas pernyataan terkait indikator-indikator variabel kepuasan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan**

No	STS		TS		N		S		SS		Σ	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1					3	3,1	55	56,7	39	40,2	97	100
2					17	17,5	64	66	16	16,5	97	100
3			1	1	25	25,8	52	53,6	19	19,6	97	100
4					19	19,6	61	62,9	17	17,5	97	100
5					10	10,3	58	59,8	29	29,9	97	100
Jumlah			1		74		290		120		485	

Sumber: Data primer diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, dapat kita ketahui bahwa pada tabel variabel kepuasan (X<sub>2</sub>) tersebut terdapat 5 item pernyataan yang dibagikan kepada 97 orang responden, pada pernyataan pertama “Nasabah merasa puas dengan performa dan kinerja BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan” didapatkan respon nasabah yang netral sebanyak 3 orang atau 3,1%, setuju sebanyak 55 orang responden atau 56,7%. Sedangkan reponden yang memberikan respon atau tanggapan sangat setuju atas pernyataan yang diberikan sebanyak 39 orang responden atau 40,2%.

Pada pernyataan kedua yakni “Nasabah selalu menggunakan jasa BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan karena selalu merasa puas dengan pelayanan yang diberikan” di dapatkan respon nasabah yang netral sebanyak 17 orang atau 17,5%, respon setuju sebanyak 64 orang atau 66%. Sedangkan responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 16 orang atau 16,5% dari total keseluruhan tanggapan pada pernyataan kedua.

Pada pernyataan ketiga yakni “Nasabah ingin mencoba produk lain yang ada pada BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan” di dapatkan tanggapan responden yang tidak setuju terkait pernyataan sebanyak 1 orang atau 1%, netral sebanyak 25 orang atau 25,8%, setuju sebanyak 52 orang atau 53,6%. Sedangkan responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 19 orang atau 19,6%.

Pada pernyataan keempat yakni “ Biaya administrasi yang dikeluarkan sangat terjangkau bagi nasabah” didapatkan responden yang memberikan tanggapan netral sebanyak 19 orang atau 19,6%, setuju sebanyak 61 orang atau 62,9%, sedangkan sisanya memberikan respon sangat setuju yakni sebanyak 17 orang atau 17,5%.

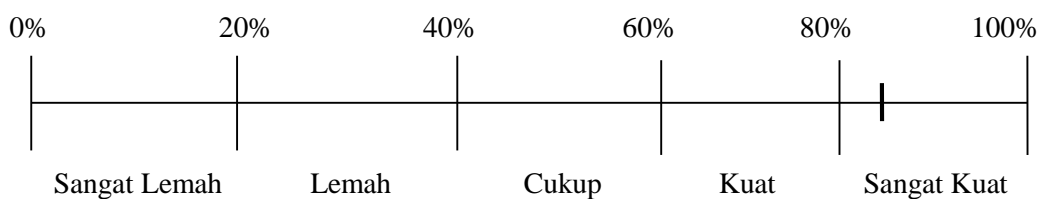
Pada pernyataan kelima “Nasabah puas dengan kemudahan dalam setiap melakukan transaksi” di dapatkan responden yang memberikan tanggapan netral sebanyak 10 orang atau 10,3%, setuju sebanyak 58 orang atau 59,8%. Sedangkan responden yang memberikan respon sangat setuju atas pernyataan yang diberikan sebanyak 29 orang atau 29,9%.

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa responden memberikan tanggapan pada item pernyataan atas variabel kepuasan yakni tidak setuju sebanyak 1 orang, netral sebanyak 74 orang, setuju sebanyak 290 orang dan selebihnya memberikan respon sangat setuju sebanyak 120 orang. Untuk lebih jelasnya lagi kita dapat membuat skor atas tanggapan responden pada item pernyataan sesuai

nilai atau pembobotan yang telah di tentukan diawal. Berikut merupakan perhitungan skor atas tanggapan responden pada item pernyataan variabel kepuasan:

$$\begin{aligned}
 \text{Skor} &= ((\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum N \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1)) : (n \times 3 \times 5) \\
 &= ((120 \times 5) + (290 \times 4) + (74 \times 3) + (1 \times 2)) : (97 \times 5 \times 5) \\
 &= ((600) + (1160) + (222) + (2)) : 2425 \\
 &= 1984 : 2425 \\
 &= 0,818 \\
 &= 82\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, di dapatkan jumlah skor pengumpulan data sebesar 1984 dan jumlah skor kriterium (bila setiap orang menjawab skor tertinggi) adalah 2425 jumlah skor kriterium di dapatkan dari jumlah responden penelitian (n) yakni sebanyak 97 orang dikali banyaknya item pernyataan pada variabel kepuasan yakni 5 item pernyataan dikali skor atau bobot nilai tertinggi tiap item yakni 5. Hal ini berarti kepuasan ( $X_2$ ) menurut persepsi 97 responden di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan adalah  $1984 : 2425 = 0,82$  atau 82%. Secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Hal itu berarti skor penilaian atas tanggapan responden pada variabel kepuasan termasuk kategori yang sangat kuat.

### c. Deskripsi Variabel Komitmen ( $X_3$ )

Untuk melihat tanggapan responden atas pernyataan terkait indikator-indikator variabel komitmen adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Tanggapan Responden Mengenai Variabel Komitmen**

No	STS		TS		N		S		SS		$\Sigma$	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1					6	6,2	61	62,9	30	30,9	97	100
2					14	14,4	60	61,9	23	23,7	97	100
3			1	1	22	22,7	57	58,8	17	17,5	97	100
Jumlah			1		42		178		70		291	

**Sumber:** Data primer diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, dapat kita ketahui bahwa pada tabel variabel komitmen ( $X_3$ ) tersebut terdapat 3 item pernyataan yang dibagikan kepada 97 orang responden, pada pernyataan pertama yaitu “BMT Sidogiri Capem Pagendingan selalu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah”. Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa respon nasabah yang netral sebanyak 6 orang responden atau 6,2%, setuju sebanyak 61 orang responden atau 62,9%, adapun nasabah yang sangat setuju dengan pernyataan tersebut sebanyak 30 orang responden atau 30,9%.

Pada pernyataan kedua yaitu, “BMT Sidogiri Capem Pagendingan menawarkan pelayanan antar jemput tabungan untuk nasabah” didapatkan respon nasabah yang netral sebanyak 21 orang responden atau 21,6%, respon setuju sebanyak 54 orang responden atau 55,7%. Sedangkan responden yang memberikan respon sangat setuju sebanyak 23 orang atau 23,7%.

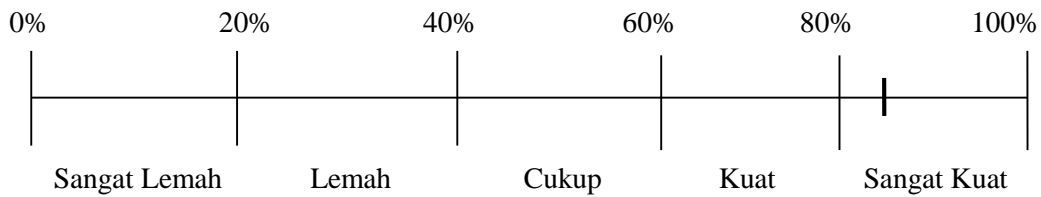
Pada pernyataan ketiga yaitu, “BMT Sidogiri Capem Pagendingan selalu fleksibel ketika terjadi perubahan jasa atau pelayanan” didapatkan respon nasabah yang tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%, netral sebanyak 22 orang responden atau 22,7%, setuju sebanyak 57 orang atau 58,8%. Sedangkan responden yang memberikan respon sangat setuju atas pernyataan yang diberikan sebanyak 17 orang atau 17,5%.

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa responden memberikan tanggapan pada item pernyataan atas variabel komitmen yakni tidak setuju sebanyak 1 orang, netral sebanyak 42 orang, setuju sebanyak 178 orang dan selebihnya memberikan respon sangat setuju sebanyak 70 orang. Untuk lebih jelasnya lagi kita dapat membuat skor atas tanggapan responden pada item pernyataan sesuai nilai atau pembobotan yang telah di tentukan diawal. Berikut merupakan perhitungan skor atas tanggapan responden pada item pernyataan variabel komitmen:

$$\begin{aligned}
 \text{Skor} &= ((\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum N \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1)) : (n \times 3 \times 5) \\
 &= ((70 \times 5) + (178 \times 4) + (42 \times 3) + (1 \times 2)) : (97 \times 3 \times 5) \\
 &= ((350) + (712) + (126) + (2)) : 1455 \\
 &= 1190 : 1455 \\
 &= 0,818 \\
 &= 82\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, di dapatkan jumlah skor pengumpulan data sebesar 1190 dan jumlah skor kriterium (bila setiap orang menjawab skor tertinggi) adalah 1455 jumlah skor kriterium di dapatkan dari jumlah responden penelitian (n) yakni sebanyak 97 orang dikali banyaknya item pernyataan pada variabel komitmen

yakni 3 item pernyataan dikali skor atau bobot nilai tertinggi tiap item yakni 5. Hal ini berarti komitmen ( $X_3$ ) menurut persepsi 97 responden di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan adalah  $1190 : 1455 = 0,82$  atau 82%. Secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



#### d. Deskripsi Variabel Komunikasi ( $X_4$ )

Untuk melihat tanggapan responden atas pernyataan terkait indikator-indikator variabel kepuasan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Tanggapan Responden Mengenai Variabel Komunikasi**

No	STS		TS		N		S		SS		$\Sigma$	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1					3	3,1	57	58,8	37	38,1	97	100
2					19	19,6	63	64,9	15	15,5	97	100
3			1	1	20	20,6	59	60,8	17	17,5	97	100
4					21	21,6	54	55,7	22	22,7	97	100
5					9	9,3	58	59,8	30	30,9	97	100
			1		72		291		121		485	

Sumber: Data primer diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, dapat kita ketahui bahwa pada tabel variabel komunikasi ( $X_4$ ) tersebut terdapat 5 item pernyataan yang dibagikan kepada 97 orang responden, pada pernyataan pertama “BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan selalu memenuhi janji-janji yang diberikan” didapatkan respon



nasabah yang netral sebanyak 3 orang atau 3,1%, setuju sebanyak 57 orang responden atau 58,8%. Sedangkan responden yang memberikan respon atau tanggapan sangat setuju atas pernyataan yang diberikan sebanyak 37 orang responden atau 38,1%.

Pada pernyataan kedua yakni “BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan selalu memberikan informasi yang akurat dan tepat waktu” di dapatkan respon nasabah yang netral sebanyak 19 orang atau 19,6%, respon setuju sebanyak 63 orang atau 64,9%. Sedangkan responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 15 orang atau 15,5% dari total keseluruhan tanggapan pada pernyataan kedua.

Pada pernyataan ketiga yakni “Karyawan BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan memberikan informasi apabila ada produk atau layanan baru” di dapatkan tanggapan responden yang tidak setuju terkait pernyataan sebanyak 1 orang atau 1%, netral sebanyak 20 orang atau 20,6%, setuju sebanyak 59 orang atau 60,8%. Sedangkan responden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 17 orang atau 17,5%.

Pada pernyataan keempat yakni “ Karyawan BMT UGT Sidogiri selalu menyajikan informasi yang ingin diketahui pihak nasabah” didapatkan responden yang memberikan tanggapan netral sebanyak 21 orang atau 21,6%, setuju sebanyak 54 orang atau 55,7%, sedangkan sisanya memberikan respon sangat setuju yakni sebanyak 22 orang atau 22,7%.

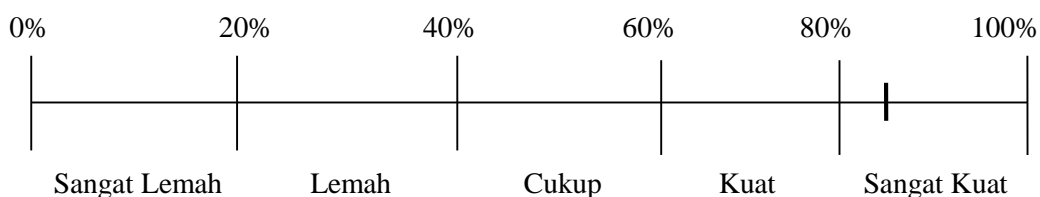
Pada pernyataan kelima “Karyawan BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan sangat komunikatif dengan nasabah” di dapatkan responden yang memberikan tanggapan netral sebanyak 9 orang atau 9,3%, setuju sebanyak 58 orang atau 59,8%.

Sedangkan responden yang memberikan respon sangat setuju atas pernyataan yang diberikan sebanyak 30 orang atau 30,9%.

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa responden memberikan tanggapan pada item pernyataan atas variabel komunikasi yakni tidak setuju sebanyak 1 orang netral sebanyak 72 orang, setuju sebanyak 291 orang dan selebihnya memberikan respon sangat setuju sebanyak 121 orang. Untuk lebih jelasnya lagi kita dapat membuat skor atas tanggapan responden pada item pernyataan sesuai nilai atau pembobotan yang telah di tentukan diawal. Berikut merupakan perhitungan skor atas tanggapan responden pada item pernyataan variabel komunikasi:

$$\begin{aligned}\text{Skor} &= ((\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum N \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1)) : (n \times 5 \times 5) \\ &= ((121 \times 5) + (291 \times 4) + (72 \times 3) + (1 \times 2)) : (97 \times 5 \times 5) \\ &= ((605) + (1164) + (216) + (2)) : \\ &= 1987 : 2425 \\ &= 0,819 \\ &= 82\%\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, di dapatkan jumlah skor pengumpulan data sebesar 1987 dan jumlah skor kriterium (bila setiap orang menjawab skor tertinggi) adalah 2425 jumlah skor kriterium di dapatkan dari jumlah responden penelitian (n) yakni sebanyak 97 orang dikali banyaknya item pernyataan pada variabel komunikasi yakni 5 item pernyataan dikali skor atau bobot nilai tertinggi tiap item yakni 5. Hal ini berarti komunikasi (X<sub>4</sub>) menurut persepsi 97 responden di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan adalah  $1987 : 2425 = 0,82$  atau 82%. Secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Hal itu berarti skor penilaian atas tanggapan responden pada variabel komunikasi termasuk kategori yang sangat kuat.

**e. Deskripsi Variabel Loyalitas (Y)**

Untuk melihat tanggapan responden atas pernyataan terkait indikator-indikator variabel loyalitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Tanggapan Responden Mengenai Variabel Loyalitas**

No	STS		TS		N		S		SS		Σ	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1					3	3,1	51	52,6	43	44,3	97	100
2					11	11,3	58	59,8	28	28,9	97	100
3			1	1	24	24,7	52	53,6	20	20,6	97	100
4					25	25,8	51	52,6	21	21,6	97	100
5			1	1	15	15,5	54	55,7	27	27,8	97	100
Jumlah			2		78		266		139		485	

**Sumber:** Data primer diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat kita ketahui bahwa pada tabel variabel loyalitas (Y) tersebut terdapat 5 item pernyataan yang dibagikan kepada 97 orang responden, pada pernyataan pertama yaitu “Nasabah mempertimbangkan BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan saat ingin melakukan layanan jasa keuangan”. Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa respon nasabah yang netral sebanyak 3 orang responden atau 3,1%, setuju sebanyak 51 orang responden atau 52,6%,

adapun nasabah yang sangat setuju dengan pernyataan tersebut sebanyak 43 orang responden atau 44,3%.

Pada pernyataan kedua yaitu, “Nasabah selalu menggunakan jasa yang diberikan pihak BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan” didapatkan respon nasabah yang netral sebanyak 11 orang responden atau 11,3%, respon setuju sebanyak 58 orang responden atau 59,8%. Sedangkan responden yang memberikan respon sangat setuju sebanyak 28 orang atau 28,9%.

Pada pernyataan ketiga yaitu, “Nasabah merekomendasikan BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan sebagai pelayanan jasa keuangan yang baik kepada pihak lain” didapatkan respon nasabah yang tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%, netral sebanyak 24 orang responden atau 24,7%, setuju sebanyak 52 orang atau 53,6%. Sedangkan responden yang memberikan respon sangat setuju atas pernyataan yang diberikan sebanyak 20 orang atau 20,6%.

Pada pernyataan keempat yakni “Nasabah tidak tertarik untuk melakukan transaksi keuangan melalui layanan jasa keuangan yang lain” di dapatkan respon nasabah yang netral sebanyak 25 orang atau 25,8%, respon setuju sebanyak 51 orang atau 52,6%. Sedangkan reponden yang memberikan tanggapan sangat setuju sebanyak 21 orang atau 21,6% dari total keseluruhan tanggapan pada pernyataan keempat.

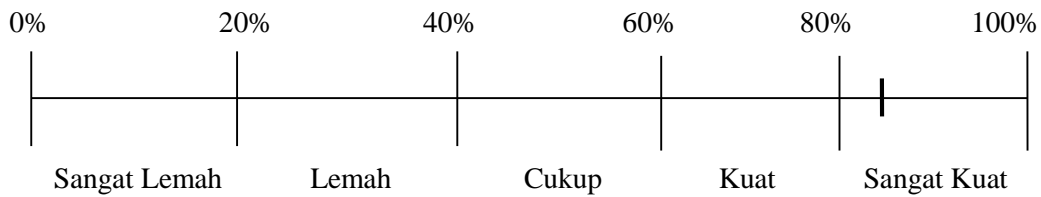
Pada pernyataan kelima yaitu, “Nasabah mengatakan hal-hal positif terkait BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan kepada orang lain” didapatkan respon nasabah yang tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%, netral sebanyak 15 orang responden atau 15,5%, respon setuju sebanyak 54 orang responden atau 55,7%.

Sedangkan responden yang memberikan respon sangat setuju sebanyak 27 orang atau 27,8%.

Berdasarkan penjelasan diatas, secara umum responden memberikan tanggapan setuju rata-rata sebesar 54,9% dan sangat setuju sebesar 28,6% atas pernyataan yang berkaitan dengan variabel loyalitas. Hal ini berarti bahwa 83,5% responden memiliki rasa loyalitas terhadap BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Pagendingan. Untuk lebih jelasnya lagi kita dapat membuat skor atas tanggapan responden pada item pernyataan sesuai nilai atau pembobotan yang telah di tentukan diawal. Berikut merupakan perhitungan skor atas tanggapan responden pada item pernyataan variabel loyalitas:

$$\begin{aligned}
 \text{Skor} &= ((\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum N \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1)) : (n \times 5 \times 5) \\
 &= ((139 \times 5) + (266 \times 4) + (78 \times 3) + (2 \times 2)) : (97 \times 5 \times 5) \\
 &= ((695) + (1064) + (234) + (4)) : 2425 \\
 &= 1997 : 2425 \\
 &= 0,824 \\
 &= 82\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, di dapatkan jumlah skor pengumpulan data sebesar 1997 dan jumlah skor kriterium (bila setiap orang menjawab skor tertinggi) adalah 2425 jumlah skor kriterium di dapatkan dari jumlah responden penelitian (n) yakni sebanyak 97 orang dikali banyaknya item pernyataan pada variabel loyalitas yakni 5 item pernyataan dikali skor atau bobot nilai tertinggi tiap item yakni 5. Hal ini berarti loyalitas (Y) menurut persepsi 97 responden di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan adalah  $1997 : 2425 = 0,82$  atau 82%. Secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Hal itu berarti skor penilaian atas tanggapan responden pada variabel loyalitas termasuk kategori yang sangat kuat.

#### 4. Uji Kualitas Data

Pada tahap ini, data yang diperoleh dari instrumen penelitian dapat di evaluasi melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan yang ada dalam kuisisioner penelien layak atau tidak untuk digunakan. Dalam hal ini peneliti mengajukan kuisisioner dengan 21 item pernyataan yang mencakup variabel-variabel yang digunakan dalam peneltian, 3 item pernyataan untuk variabel kepercayaan ( $X_1$ ), 5 item pernyataan untuk variabel kepuasan ( $X_2$ ), 3 item pernyataan untuk variabel komitmen ( $X_3$ ), 5 item pernyataan untuk variabel komunikasi ( $X_4$ ), dan sisanya 5 item pernyataan untuk variabel loyalitas ( $Y$ )

##### 1) Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kefalidan atau keshahihan suatu instrumen.<sup>8</sup> Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi *product moment pearson* dengan bantuan SPSS, dimana hasil perhitungan nilai koefisien korelasi setiap item yang diperoleh ( $r$  hitung) akan

<sup>8</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, hlm. 46

dibandingkan dengan nilai r tabel dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 5% dan dk atau df = n-2. Pada penelitian ini besarnya df adalah 95 (df=97-2), sehingga dapat diketahui nilai r tabel dengan taraf signifikansi 5% adalah 0,202. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai r hitung  $\geq$  r tabel. Hasil uji validitas pada variabel-variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas**

<b>Pernyataan</b>	<b>Pearson Correlation</b>	<b>R tabel</b>	<b>Keterangan</b>
X1.1	0,704	0,202	Valid
X1.2	0,811	0,202	Valid
X1.3	0,775	0,202	Valid
X2.1	0,675	0,202	Valid
X2.2	0,708	0,202	Valid
X2.3	0,714	0,202	Valid
X2.4	0,705	0,202	Valid
X2.5	0,786	0,202	Valid
X3.1	0,746	0,202	Valid
X3.2	0,789	0,202	Valid
X3.3	0,764	0,202	Valid
X4.1	0,694	0,202	Valid
X4.2	0,690	0,202	Valid
X4.3	0,655	0,202	Valid
X4.4	0,684	0,202	Valid
X4.5	0,737	0,202	Valid
Y1	0,654	0,202	Valid
Y2	0,774	0,202	Valid
Y3	0,697	0,202	Valid
Y4	0,438	0,202	Valid
Y5	0,700	0,202	Valid

**Sumber:** Data primer diolah dengan SPSS 17, 2021.

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa nilai r hitung (*pearson correlation*) untuk tiap item pernyataan memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel. Sehingga semua pernyataan pada semua variabel

baik itu variabel kepercayaan (X<sub>1</sub>), kepuasan (X<sub>2</sub>), Komitmen (X<sub>3</sub>), komunikasi (X<sub>4</sub>), dan variabel loyalitas (Y) dapat digunakan dalam penelitian ini.

## 2) Uji reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Kuisisioner dapat dikatakan reliabel apabila nilai *alpha cronbach* > 0,60, dan apabila nilai *alpha cronbach* < 0,60 maka kuisisioner dikatakan tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b><i>Cronbach Alpha</i></b>	<b>Keterangan</b>
Kepercayaan (X1)	0,636	Reliabel
Kepuasan (X2)	0,762	Reliabel
Komitmen (X3)	0,646	Reliabel
Komunikasi (X4)	0,723	Reliabel
Loyalitas (Y)	0,654	Reliabel

**Sumber:** Data primer diolah dengan SPSS 17, 2021

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat kita ketahui bahwa nilai *cronbach alpha* pada semua varibel memiliki nilai yang lebih besar dari 0,60. Artinya dapat disimpulkan bahwa instrumen dalam penelitian ini adalah reliabel.

## 5. Uji Asumsi Klasik

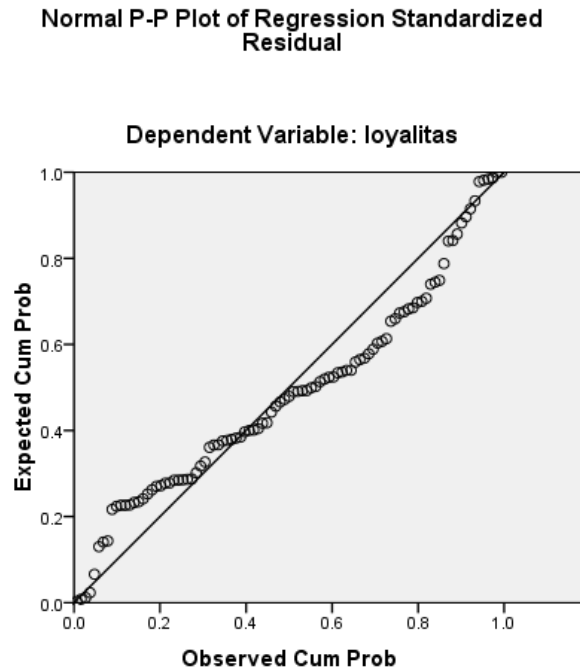
### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang akan dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian



ini menggunakan grafik normal *probability plot* dan uji *kolmogorov smirnov*. Adapun grafik normal *probability plot* dapat dilihat pada gambar berikut:

**Gambar 4.6**  
**Grafik Normal *Probability Plot***



Sumber: Output SPSS 17, 2021

Dari gambar 4.6 diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan model regresi memenuhi asumsi normalitas. Namun demikian, jika hanya melihat hasil output grafik normal *probability plot* ada kemungkinan subjektivitas dalam menginterpretasikan hasil grafik tersebut. Karena setiap orang memiliki pandangan yang berbeda-beda. Oleh karena itu, untuk mengetahui lebih pasti bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas, maka dalam penelitian ini juga dilakukan uji normalitas *kolmogorov smirnov*. Data dapat dinyatakan berdistribusi normal

apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka data tidak berdistribusi secara normal. Berikut merupakan hasil uji normalitas *kolmogorov smirnov*:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov**

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.61487521
Most Extreme Differences	Absolute	.129
	Positive	.116
	Negative	-.129
Kolmogorov-Smirnov Z		1.273
Asymp. Sig. (2-tailed)		.078

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

**Sumber:** Output SPSS 17, 2021

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat diketahui nilai signifikansi  $0,078 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

#### **b. Uji multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mengetahui hal itu

bisa dilihat dari nilai *tolerance* maupun nilai VIF. Apabila nilai *tolerance* > 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas begitupun sebaliknya. Jika dilihat dari nilai VIF, maka apabila nilai VIF < 10,00 artinya tidak terjadi multikolinearitas, begitupun sebaliknya apabila nilai VIF > 10,00 maka terjadi multikolinearitas. Berikut tabel hasil uji multikolinearitas:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Multikolinearitas VIF**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.764	3.124		.564	.574		
Kepercayaan	.251	.120	.169	2.093	.039	.980	1.020
Kepuasan	.596	.077	.620	7.698	.000	.982	1.019
Komitmen	.005	.120	.003	.040	.968	.996	1.004
Komunikasi	.171	.080	.171	2.136	.035	.998	1.002

a. Dependent Variable: loyalitas

Sumber: Output SPSS 17, 2021

Berdasarkan tabel 4.9 diatas diketahui nilai *tolerance* > 0,10 artinya tidak terjadi multikolinearitas, begitupula jika dilihat dari nilai VIF. Nilai VIF < 10,00 artinya tidak terjadi multikolinearitas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada

penelitian ini pengujian heteroskedastisitas menggunakan dua cara, yaitu melihat hasil nilai signifikan dengan uji glejser dan melihat grafik dengan metode *scatterplot*. Jika melihat dari nilai signifikansi, apabila nilai signifikansi > 0,05 maka kesimpulannya tidak terjadi heteroskedastisitas, namun jika nilai signifikansi < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas. Berikut merupakan tabel hasil uji glejser:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Glejser**

**Coefficients<sup>a</sup>**

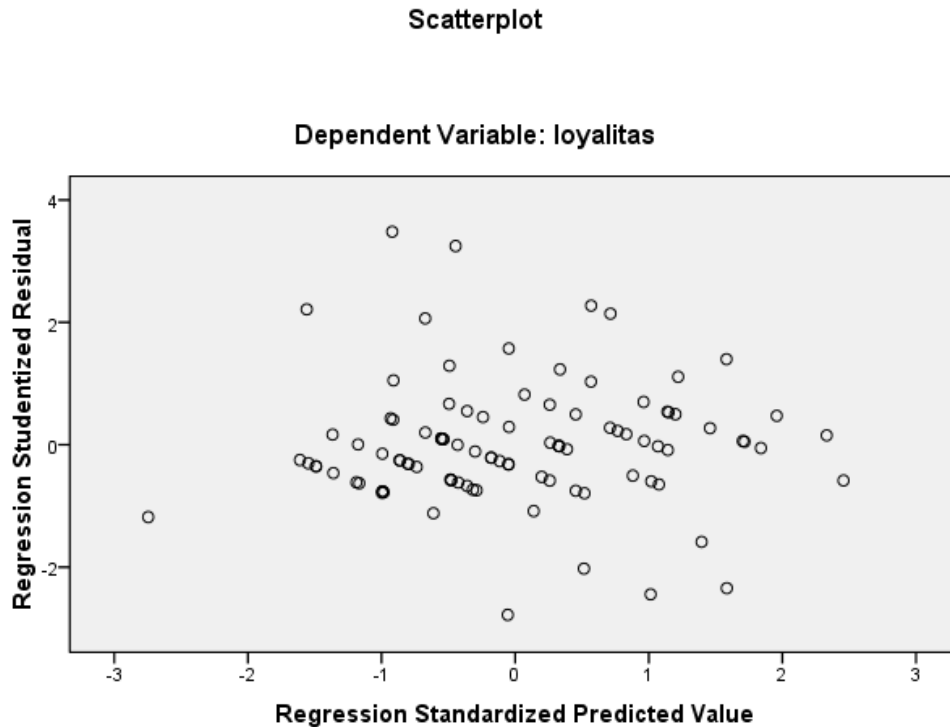
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.810	2.207		.820	.414
	Kepercayaan	.110	.085	.134	1.298	.197
	Kepuasan	.009	.055	.018	.171	.864
	Komitmen	-.035	.084	-.043	-.420	.676
	Komunikasi	-.088	.056	-.159	-1.558	.123

a. Dependent Variable: Abs\_res

**Sumber:** Output SPSS 17, 2021

Dari tabel 4.10 diatas diketahui bahwa nilai signifikansi semua variabel baik itu variabel Kepercayaan ( $X_1$ ), Kepuasan ( $X_2$ ), Komitmen ( $X_3$ ) dan variabel Komunikasi ( $X_4$ ) lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

**Gambar 4.7**  
**Grafik Scatterplot**



**Sumber:** Output SPSS 17, 2021

Selain dengan melihat hasil nilai signifikan, pengujian variabel atas heteroskedastisitas juga dapat dilihat dari grafik scatterplot. Variabel dikatakan memiliki asumsi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y (SRESID). Begitupun sebaliknya, variabel dikatakan memiliki gejala heteroskedastisitas apabila ada pola tertentu yang jelas (bergelombang, melebar kemudian menyempit). Berdasarkan gambar 4.7 diatas pada grafik scatterplot titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, selain itu titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut terbebas dari asumsi heteroskedastisitas.

## B. Pembuktian Hipotesis

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan (X1), Kepuasan (X2), Komitmen (X3), dan Komunikasi (X4) terhadap Loyalitas (Y) di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Pagendingan. Hasil analisis regresi linier berganda dapat kita lihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.764	3.124		.564	.574
	Kepercayaan	.251	.120	.169	2.093	.039
	Kepuasan	.596	.077	.620	7.698	.000
	Komitmen	.005	.120	.003	.040	.968
	Komunikasi	.171	.080	.171	2.136	.035

a. Dependent Variable: loyalitas

Sumber: Output SPSS 17, 2021

Berdasarkan tabel 4.11 diatas diperoleh koefisien regresi masing-masing variabel. Dengan bantuan SPSS diperoleh persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 1,764 + 0,251 X_1 + 0,596 X_2 + 0,005 X_3 + 0,171 X_4$$

Dari model persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai *constant* adalah 1,764, artinya jika variabel kepercayaan, kepuasan, komitmen dan komunikasi adalah 0 maka loyalitas nasabah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Pagendingan ada sebesar 1,764 satuan.
- b. Pada persamaan diatas nilai koefisien regresi (slope) untuk semua variabel bernilai positif. Hal ini berarti pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah positif. Sifat pengaruh yang positif menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan terhadap variabel bebas maka loyalitas nasabah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Pagendingan juga akan meningkat.
- c. Nilai koefisien regresi variabel kepercayaan ( $X_1$ ) sebesar 0,251. Hal ini menunjukkan bahwa dengan setiap penambahan 1 skor tanggapan responden mengenai kepercayaan maka akan mempengaruhi loyalitas nasabah sebesar 0,251.
- d. Nilai koefisien regresi variabel kepuasan ( $X_2$ ) sebesar 0,596. Hal ini menunjukkan bahwa dengan setiap penambahan 1 skor tanggapan responden mengenai kepuasan maka akan mempengaruhi loyalitas nasabah sebesar 0,596.
- e. Nilai koefisien regresi variabel komitmen ( $X_3$ ) sebesar 0,005. Hal ini menunjukkan bahwa dengan setiap penambahan 1 skor tanggapan responden mengenai komitmen maka akan mempengaruhi loyalitas nasabah sebesar 0,005.
- f. Nilai koefisien regresi variabel komunikasi ( $X_4$ ) sebesar 0,171. Hal ini menunjukkan bahwa dengan setiap penambahan 1 skor tanggapan responden mengenai komunikasi maka akan mempengaruhi loyalitas nasabah sebesar 0,171.

## 2. Uji t

Uji t merupakan uji yang digunakan untuk melihat adanya pengaruh masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh kepuasan, kepercayaan, komitmen dan komunikasi secara parsial (masing-masing) terhadap loyalitas nasabah.

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara parsial dalam uji t dapat dilakukan dengan dua cara, cara yang pertama dengan menghitung nilai t tabel dan t hitung, jika t hitung > t tabel maka artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel bebas terhadap variabel terikat, begitupula sebaliknya apabila t hitung < t tabel maka artinya tidak terdapat pengaruh antara satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Cara yang kedua adalah dengan melihat nilai probabilitas, jika nilai signifikansi < 0,05 maka artinya variabel bebas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat, begitupula sebaliknya apabila nilai signifikansi > 0,05 maka hal itu berarti tidak terdapat pengaruh antara satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai t tabel dalam penelitian ini dapat diketahui dengan melihat pada tabel t dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} T \text{ tabel} &= t \left( \frac{\alpha}{2}; n - K - 1 \right) \\ &= t \left( \frac{0,05}{2}; 97 - 4 - 1 \right) \\ &= t ( 0,025 ; 92) \\ &= 1,98609 \end{aligned}$$



**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.764	3.124		.564	.574
	Kepercayaan	.251	.120	.169	2.093	.039
	Kepuasan	.596	.077	.620	7.698	.000
	Komitmen	.005	.120	.003	.040	.968
	Komunikasi	.171	.080	.171	2.136	.035

a. Dependent Variable: loyalitas

Sumber: Output SPSS 17, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 diatas diperoleh nilai t hitung dan tingkat signifikan (probabilitas) yang dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan data tersebut dapat dijelaskan pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel loyalitas sebagai berikut:

- a. Variabel kepercayaan ( $X_1$ ) memiliki t hitung  $2,093 > 1,98609$  t tabel dengan nilai signifikan  $0,039 < 0,05$ . Hal itu berarti variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas atau hipotesis diterima.
- b. Variabel kepuasan ( $X_2$ ) memiliki t hitung  $7,698 > 1,98609$  t tabel dengan nilai signifikan  $0,00 < 0,05$ . Hal itu berarti variabel kepuasan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas atau hipotesis diterima.

- c. Variabel komitmen ( $X_3$ ) memiliki t hitung  $0,040 < 1,98609$  t tabel dengan nilai signifikan  $0,968 > 0,05$ . variabel komitmen memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap variabel loyalitas atau hipotesis ditolak.
- d. Variabel komunikasi ( $X_4$ ) memiliki t hitung  $2,136 > 1,98609$  t tabel dengan nilai signifikan  $0,035 < 0,05$ . Hal itu berarti variabel komunikasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas atau hipotesis diterima.

### 3. Uji F

Uji F merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara serentak atau bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini uji f dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel kepercayaan, kepuasan, komitmen dan komunikasi terhadap variabel loyalitas nasabah.

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara simultan dalam uji F dapat dilakukan dengan dua cara, cara yang pertama dengan menghitung nilai F tabel dan F hitung, jika  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  maka artinya terdapat pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat, begitupula sebaliknya apabila  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$  maka hal itu berarti tidak terdapat pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Cara yang kedua adalah dengan melihat nilai probabilitas, jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka artinya terdapat pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat, begitupula sebaliknya apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka hal itu berarti tidak terdapat pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Nilai F tabel dalam penelitian ini dapat diketahui dengan melihat pada tabel F dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
F \text{ tabel} &= F ( K ; n - K) \\
&= F ( 4 ; 97 - 4 ) \\
&= F ( 4 ; 93 ) \\
&= 2,47
\end{aligned}$$

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	177.154	4	44.289	16.275	.000 <sup>a</sup>
	Residual	250.351	92	2.721		
	Total	427.505	96			

a. Predictors: (Constant), Komunikasi, Kepuasan, Komitmen, Kepercayaan

b. Dependent Variable: loyalitas

**Sumber:** Output SPSS 17, 2021

Berdasarkan tabel 4.13 diatas diketahui nilai F hitung  $16,275 > 2,47$  F tabel dengan nilai signifikan  $0,00 < 0,05$ . Hal itu berarti kepercayaan ( $X_1$ ), kepuasan ( $X_2$ ), komitmen ( $X_3$ ) dan komunikasi ( $X_4$ ) secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas (Y).

#### **4. Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada dasarnya digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X). Jika koefisien determinasi semakin besar, maka persentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X)

semakin tinggi. Jika  $R^2$  semakin kecil, maka persentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X) semakin rendah.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Koefisien Determinansi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.644 <sup>a</sup>	.414	.389	1.650

a. Predictors: (Constant), Komunikasi, Kepuasan, Komitmen, Kepercayaan

b. Dependent Variable: loyalitas

**Sumber:** Output SPSS 17, 2021.

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, hasil uji koefisien determinansi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,414 atau 41,4%. Hal ini berarti besarnya pengaruh variabel bebas (kepercayaan, kepuasan, komitmen dan komunikasi) terhadap variabel loyalitas sebesar 41,4% sedangkan sisanya 58,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dijabarkan dalam penelitian ini.

## **C. Pembahasan**

### **1. Pengaruh Variabel Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Pagendingan**

Kepercayaan merupakan refleksi emosional nasabah yang terbentuk dari harapan dan kenyataan yang didapatkan di lapangan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan bahwa karyawan BMT merupakan sosok yang nasabah anggap sebagai ustadz, hal itu tentu menjadi dasar yang baik untuk

membentuk rasa percaya nasabah seperti halnya yang kita ketahui bahwa seorang ustadz adalah sosok yang dapat dijadikan panutan, memiliki pemahaman ilmu agama yang lebih baik daripada orang kebanyakan. Selain karena hal itu, tentu didukung pula atas implementasi pelayanan yang baik, karyawan bertanggung jawab atas masalah-masalah yang ada, transparan dalam transaksi, dan banyak hal lagi.

Hal itu sesuai dengan uji yang dilakukan, pada uji t diketahui bahwa variabel kepercayaan memiliki nilai signifikansi 0,039, hal itu menunjukkan bahwa signifikansi pada variabel kepercayaan lebih kecil dari 0,05. Artinya, variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas. Selain itu pada uji t diketahui pula nilai t hitung variabel kepercayaan sebesar 2,093 lebih besar nilainya dibandingkan dengan nilai t tabel yakni 1,98609. Sedangkan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,251. Artinya, variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap variabel loyalitas, apabila nilai variabel kepercayaan meningkat maka nilai variabel loyalitas akan meningkat pula. Berdasarkan hasil tersebut maka  $H_1$  yang menyatakan “Kepercayaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan” diterima.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Novriani dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh *Relationship Quality* Terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang Yogyakarta”. Hasil penelitiannya menunjukkan terdapat pengaruh yang positif antara variabel kepercayaan terhadap *customer loyalty*.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Kajian Pustaka, Hlm. 32.

## **2. Pengaruh Variabel Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Pagendingan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan baik itu atas kuisioner yang telah disebar atau berdasarkan pengamatan, peneliti menemukan nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT UGT Sidogiri. Seperti halnya banyak peneliti temukan nasabah yang menggunakan beberapa produk yang ditawarkan oleh pihak BMT UGT Sidogiri, hal itu dikarenakan pada BMT UGT Sidogiri tidak dikenakan biaya administrasi, berbeda halnya pada lembaga keuangan pada umumnya, baik itu berupa bank maupun koperasi yang mengenakan biaya administrasi dalam setiap transaksi.

Pada uji t diketahui bahwa variabel kepuasan memiliki nilai signifikansi 0,000, hal itu menunjukkan bahwa signifikansi pada variabel kepuasan lebih kecil dari 0,05. Artinya variabel kepuasan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Selain itu pada uji t diketahui pula nilai t hitung variabel kepuasan sebesar 7,698 lebih besar nilainya dibandingkan dengan nilai t tabel yakni 1,98609. Sedangkan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,596. Artinya, variabel kepuasan berpengaruh positif terhadap variabel loyalitas, apabila nilai variabel kepuasan meningkat maka nilai variabel loyalitas akan meningkat pula. Berdasarkan hasil tersebut maka  $H_2$  yang menyatakan “Kepuasan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan” diterima.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Novriani dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh *Relationship Quality* Terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Bank Syariah Mandiri KCP

Kaliurang Yogyakarta”. Hasil penelitiannya menunjukkan terdapat pengaruh yang positif antara variabel *customer satisfaction* (kepuasan) terhadap *customer loyalty* (loyalitas).<sup>10</sup>

### **3. Pengaruh Variabel Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Pagendingan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan bahwa praktik pemasaran produk dari BMT UGT sidogiri sendiri tidak ubahnya seperti praktik tabungan anak sekolah, hanya saja pada BMT terdapat produk pembiayaan pula. Praktik pemasaran produk seperti ini memang efektif bagi golongan kelas bawah, dimana penghasilan mereka tidak lebih besar dari konsumsi yang di keluarkan. Namun, praktik pemasaran seperti ini sangat sulit untuk mencakup pangsa pasar yang besar. Hal itu dapat dilihat dari kunjungan nasabah pada kantor BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan, lebih banyak dari mereka para nasabah datang ke kantor BMT UGT Sidogiri melakukan transaksi produk pembiayaan.

Pada uji t diketahui bahwa variabel komitmen memiliki nilai signifikansi 0,968, hal itu menunjukkan bahwa signifikansi pada variabel komitmen lebih besar dari 0,05. Artinya variabel komitmen memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Selain itu pada uji t diketahui pula nilai t hitung variabel komitmen sebesar 0,040 lebih kecil nilainya dibandingkan dengan nilai t tabel yakni 1,98609. Sedangkan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,005. Artinya, variabel komitmen berpengaruh positif terhadap variabel loyalitas, apabila nilai

---

<sup>10</sup> Kajian Pustaka, hlm. 33.

variabel kepuasan meningkat maka nilai variabel loyalitas akan meningkat pula. Berdasarkan hasil tersebut maka H<sub>3</sub> yang menyatakan “Komitmen mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan” ditolak. Hal itu dikarenakan variabel komitmen memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan. Tidak berpengaruhnya variabel komitmen disini mungkin disebabkan oleh tidak adanya fasilitas yang menyokong kegiatan transaksi keuangan, seperti halnya ketersediaan ATM. Seperti yang telah kita ketahui bahwa hampir semua orang menggunakan jasa lembaga keuangan bukan hanya untuk sekedar menabung, tapi disebabkan karena kemudahan yang ditawarkan, seperti halnya transfer, penarikan uang yang mudah dan cepat, dan banyak lagi.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Novriani dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh *Relationship Quality* Terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang Yogyakarta”. Hasil penelitiannya menunjukkan terdapat pengaruh yang positif antara variabel komitmen terhadap *customer loyalty* (loyalitas).<sup>11</sup> Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Egha Ezar Junaeka Putra Hassany yakni “Pengaruh *Relationship Quality* terhadap Loyalitas Nasabah Studi pada Bank BNI Syariah Yogyakarta” bahwa komitmen memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Ibid, Hlm. 32-33.

<sup>12</sup> Ibid, Hlm. 34



#### **4. Pengaruh Variabel Komunikasi terhadap Loyalitas Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Pagendingan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa komunikasi yang terjalin antara karyawan BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan dengan nasabah terjalin sangat baik. Hal itu dapat terlihat dari interaksi yang terjadi, dimana antara nasabah dan karyawan mengomunikasikan permasalahan yang di dapatkan oleh nasabah, menjelaskan secara terperinci apa yang ingin nasabah ketahui seperti halnya pada aplikasi UGT *mobile* dan permasalahan lainnya.

Pada uji t diketahui bahwa variabel komunikasi memiliki nilai signifikansi 0,035, hal itu menunjukkan bahwa signifikansi pada variabel komunikasi lebih kecil dari 0,05. Artinya variabel komunikasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Selain itu pada uji t diketahui pula nilai t hitung variabel komunikasi sebesar 2,136 lebih besar nilainya dibandingkan dengan nilai t tabel yakni 1,98609. Sedangkan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,171. Artinya, variabel komunikasi berpengaruh positif terhadap variabel loyalitas, apabila nilai variabel komunikasi meningkat maka nilai variabel loyalitas akan meningkat pula. Berdasarkan hasil tersebut maka H<sub>4</sub> yang menyatakan “Komunikasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan” diterima.

Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Egha Ezar Junaeka Putra Hassany yakni “Pengaruh *Relationship Quality* terhadap Loyalitas Nasabah Studi pada Bank BNI Syariah Yogyakarta” bahwa komunikasi memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Ibid, Hlm. 34

## **5. Pengaruh Variabel Kepercayaan, Kepuasan, Komitmen dan Komunikasi terhadap Loyalitas Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Pagendingan**

Dari hasil penelitian diperoleh nilai F hitung sebesar 16,275 lebih besar dibandingkan nilai F tabel sebesar 2,47. Selain itu pada uji F diketahui signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, artinya variabel *relationship quality* yang terdiri dari kepercayaan ( $X_1$ ), kepuasan ( $X_2$ ), komitmen ( $X_3$ ) dan komunikasi ( $X_4$ ) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas (Y). Berdasarkan hasil tersebut maka  $H_5$  yang menyatakan “Kepercayaan, kepuasan, komitmen dan komunikasi (*relationship quality*) berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan” diterima.

Dari tabel hasil uji koefisien determinansi menunjukkan bahwa besarnya koefisien korelasi (R) adalah 0,644. Jadi dengan koefisien korelasi (R) sebesar 0,644 maka antara variabel bebas (*relationship quality*) dan variabel terikat (loyalitas) mempunyai hubungan yang kuat. Sedangkan nilai R Square sebesar 0,414 atau 41,4%. Hal ini berarti besarnya pengaruh variabel bebas (kepercayaan, kepuasan, komitmen dan komunikasi) terhadap variabel loyalitas sebesar 41,4% sedangkan sisanya 58,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dijabarkan dalam penelitian ini..

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Fita Elentri Chyintia Putri dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh *Service Quality* dan *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Sidoarjo”. Hasil penelitiannya menunjukkan terdapat pengaruh yang positif antara

variabel *relationship quality* (yang terdiri dari kepercayaan, komunikasi dan komitmen) terhadap variabel loyalitas.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Ibid, Hlm. 33.