

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Sejarah Singkat Berdirinya KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang

BMT NU lahir berangkat dari sebuah keprihatinan pengurus WMC Nahdatul Ulama atas kondisi masyarakat sumenep pada umumnya dan masyarakat kecamatan gapura pada khususnya atas semakin merajalelanya praktik rentenir dengan bunga hingga 50% perbulan yang nyata-nyata mencekik usaha mereka sehingga sulit berkembang. Kesejahteraan mereka tidak ada peningkatan secara signifikan padahal etos kerja mereka cukup tinggi hal ini sesuai dengan lagu Madura yang berjudul asapok angin abental ombak (berselimut angin dan berbantal ombak). Oleh karenanya, pada tahun 2003 pengurus MWC NU Gapura waktu itu bertindak sebagai rois Suriyah KH. M. Asy'ari Marzuki dan sebagai ketua Tanfidziah. KH. Moh. Ma'ruf, memberikan tugas kepada lembaga perekonomian yang waktu itu bertindak sebagai ketua lembaga perekonomian adalah masyudi untuk melakukan aksi nyata dalam meningkatkan ekonomi warga nahdliyin. Berangkat dari kesepakatan bersama, akhirnya lembaga perekonomian merencanakan program penguatan ekonomi kerakyatan untuk kesejahteraan masyarakat yang mardhatillah.¹

Untuk mewujudkan program tersebut, serangkaian upaya telah dilakukan oleh Lembaga Perekonomian MWC NU Gapura, diawali dengan pelatihan

¹[Http://www.bmtnujawatimur.com/](http://www.bmtnujawatimur.com/)diakses pada tanggal 12 Mei 2021 pukul 13.25.

kewirausahaan (08-10 April 2003). Bincang bersama Alumni Pelatih guna merumuskan model Penguatan Ekonomi Kerakyatan (13 juli 2003), Temu Usaha (21 nopember 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 sedang dihadapi oleh masyarakat kecil adalah lemahnya Akses permodalan, lemahnya pemasaran, dan lemahnya penguasaan teknologi selanjutnya peserta lokakarya sepakat bahwa yang perlu pertama kali diutamakan adalah penguatan modal bagi usaha kecil dan mikro yang selama ini kurang mendapat akses permodalan dan dikuasai oleh para pemodal besar atau praktek rentener yang cenderung mencekik usaha mereka. Oleh karenanya, ketua Lembaga Perekonomian NU kala itu, menawarkan gagasan untuk mendirikan Baitul Maal wa Tamwil (BMT), sebagai lembaga keuangan mikro syari'ah yang bergerak di bidang usaha simpan pinjam bagi anggotanya. Gagasan ini berangkat dari sebuah keprihatinan semakin merajalelanya praktik rentenir dengan tingkat bunga mencapai hingga 50% dalam sebulan.²

Pada awalnya para peserta lokakarya dan pengurus MWC NU Gapura keberatan dengan gagasan ketua lembaga perekonomian untuk mendirikan BMT. Keberatan mereka bukan tanpa alasan, salah satu alasan mendasar bagi mereka karena trauma masa lalu yang seringkali di bentuk lembaga keuangan, ujung-ujungnya uang mereka disalah gunakan. Akhirnya pada tanggal 01 juli 2004 pengurus MWC NU bersama-sama dengan peserta lokakarya menyepakati gagasan untuk

²ibid, diakses pada tanggal 12 Mei 2021 pukul 13.27.

mendirikan sebuah usaha simpan pinjam pola syari'ah yang diberi nama BMT (Baitul Maal wa Tamwil).³

Salah satu tantangan terberat bagi pengurus diawal berdirinya BMT NU adalah meyakinkan kembali seluruh pendiri BMT NU yang nota bene dari kalangan pengurus MWC NU Gapura. Sebab di awal berdirinya, dari 36 (tiga puluh enam) orang yang bersepakat untuk mendirikan BMT NU hanya 22 (dua puluh dua) orang yang bersedia membayar simpanan anggota dan hanya terkumpul modal awal sebesar Rp.400.000,- (empat ratus ribu rupiah). Kenyataan ini, mengharuskan pengurus BMT NU bekerja keras guna meyakinkan mereka dan masyarakat, bahwa BMT NU yang dilahirkan benar-benar dapat bermanfaat bagi peningkatan usaha kecil dan menengah dan simpanan mereka akan aman dan menentramkan karena dikelola secara profesional dan bebas dari praktik riba yang di haramkan oleh Allah SWT.⁴

Semangat dan motivasi tinggi dari pengurus yang waktu itu hanya 2 (dua) orang (Masyudi dan Darwis) benar-benar diuji dan memerlukan dedikasi secara total untuk dapat meningkatkan dan mengembangkan BMT NU yang diyakini mampu mengangkat ekonomi usaha kecil dan mikro. Hal ini tidak terlepas dari kondisi dan *image* masyarakat terhadap perjalanan koperasi yang seringkali mati ditengah jalan dan simpanan anggota tidak diketahui nasibnya, bahkan banyak koperasi yang ujung-ujungnya hanya menguntungkan pengurusnya saja. Kerja keras dan dedikasi total pengurus pada tahun 2004 belum banyak membuahkan hasil. Hal ini terlihat dari modal awal Rp. 400.000,- di awal berdirinya (1 juli 2004) sampai dengan Desember

³Ibid, diakses pada tanggal 12 Mei 2021 pukul 13.28.

⁴Ibid, diakses pada tanggal 12 Mei 2021 pukul 13.30.

2004 hanya meningkat menjadi Rp. 2.172.000,- dengan laba bersih yang di peroleh Rp. 42.000,- padahal biaya operasionalnya tidak di bebaskan kepada BMT NU melainkan di bebaskan kepada pengurus sebagai wujud pengorbanan pengurus. Melihat kondisi seperti ini, akhirnya rapat anggota pertama (04 Januari 2005) memutuskan untuk menambah 1 (satu) orang lagi pengurus yaitu saudara Sudahri. Tidak hanya itu, rapat anggota tidak hanya memutuskan untuk membuka hari layanan yaitu setiap hari selasa dan sabtu mulai jam 09:00 s.d 12:00 WIB dengan menempati salah satu ruangan di kantor MWC NU Gapura atas persetujuan dari MWC NU Gapura yang waktu itu selaku Rois Syuriah, KH. Moh Ma'ruf dan ketua Tanfidziyah, A Ruhan Wahyudi, S.Ag. Namun ternyata, di tahun 2005 kondisinya tetap tidak jauh berbeda dengan tahun 2004 perkembangan yang terjadi jauh dari harapan , hal ini karena masyarakat yang mau bergabung dan menabung masih belum percaya sepenuhnya dan harus berfikir seribu kali untuk menjadi anggota BMT NU.⁵

Disaat pengelola BMT NU dan MWC NU hampir putus asa, ada sebuah kejadian yang tidak bisa dilupakan sepanjang sejarah berdirinya BMT NU yaitu terdapat 4 (empat) orang ibu-ibu tua mereka pedagang ikan, pembuat tikar, pedagang bubur, dan soto yang menangis disaat menerima pinjaman dari BMT NU sebesar Rp. 200.000,- dengan jasa pinjaman seikhlasnya. Tangisan ibu-ibu itulah, seolah-olah menyadarkan kami bahwa perjuangan ini harus dilanjutkan, kami tidak boleh putus asa, kami harus belajar dari kegagalan selama ini, kami harus bangkit walaupun banyak rintangan yang menghadang.⁶

⁵Ibid, pukul 13.32.

⁶Ibid, pukul 13.33.

Akhirnya sejak tahun 2006 kehadiran BMT NU mulai terasa perkembangannya, dan tangisan tersebut telah memberikan jalan kepada pengurus untuk bisa melalui masa-masa sulit dan Alhamdulillah hingga sekarang tetap eksis. Hal ini terbukti pada akhir tahun buku 2006 jumlah aset BMT NU sudah mencapai Rp. 30.361.230,17 dengan jumlah anggota 182 orang dan laba bersih Rp. 5.356.282.⁷

Melihat perkembangan BMT NU pada akhir 2006, maka pada tanggal 12 April 2007 pengurus melengkapi legal formalnya sebagai sebuah koperasi agar mendapatkan pengakuan dari pemerintah, dan akhirnya pada tanggal 4 Mei 2007 telah resmi terdaftar di akte notaries dengan Nomor : 10, Badan Hukum : 188.4/11/BH/XVI.26/435.113/2007, SIUP: 503/6731/SIUP-K/435,114/2007, TDP: 132125200588, dan NPWP: 02.599.962.4-608.000.⁸

2. Visi dan Misi KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang

a. Visi

“Terwujudnya BMT NU yang jujur, amanah dan profesional sehingga anggun dalamkinerja dalam rangka menuju terbentuknya 100 Kantor Cabang pada tahun 2026 untuk kemandirian dan kesejahteraan anggota”.⁹

b. Misi

- 1) Memberikan layanan prima, bina usaha dan solusi kepada anggota sebagai pilihan utama dan mengembangkan nilai-nilai.

⁷Ibid, pukul 13.35.

⁸Ibid.

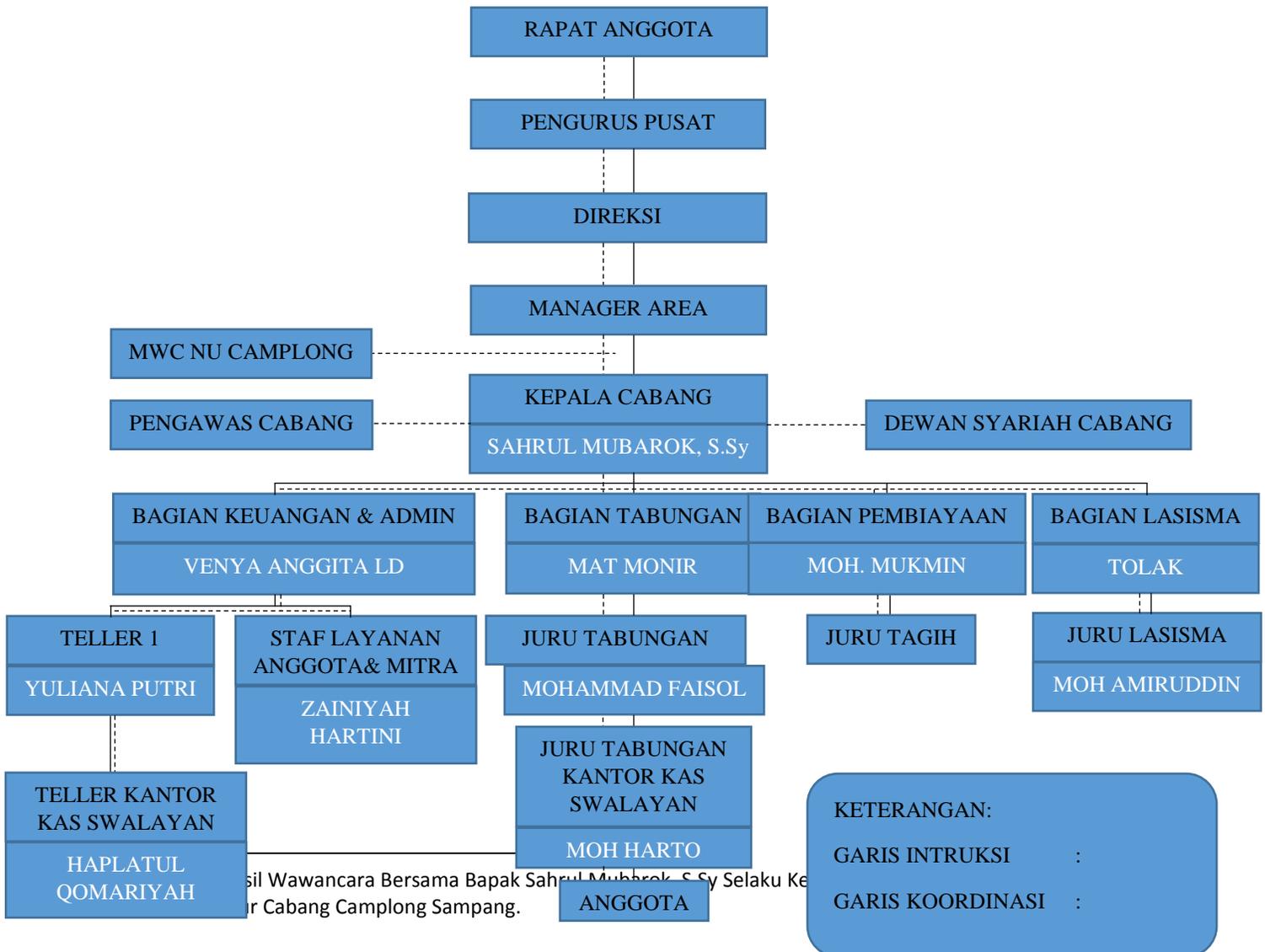
⁹Brosur KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

- 2) Syariah secara murni dan konsekuen sehingga menjadi avuan tatakelola usaha yang professional dan amanah.
- 3) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan menuju berdirinya 100 kantor cabang pada tahun 2026.
- 4) Mengutamakan penghimpunan dana atas dasar taawundan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM baik secara perseorangan maupun berbasis jamaah.
- 5) Mewujudkan penghimpunan dan penyaluran zakat, infak, shadaqah dan wakaf.
- 6) Menyiapkan dan mengembangkan SDI yang berkualitas, professional dan memiliki integritas tinggi.
- 7) Mengembangkan budayan dan lingkungan kerja yang ramah dan sehat serta manajemen yang sesuai dengan prinsip kehati-hatian.
- 8) Menciptakan kondisi terbaik bagi SDI sebagai tempat kebanggaan dalam mengabdikan tanpa batas dan melayani dengan ikhlas sebagai perwujudan ibadah.
- 9) Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan jamaah.¹⁰

¹⁰ibid.

3. Struktur Organisasi KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang

Gambar 4.1¹¹
Struktur Organisasi
KSPPS BMT NU Jawa Timur
Cabang Camplong Sampang 2021



4. Deskripsi Data Penelitian dan Responden

a. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian ini dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner atau angket kepada nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Alasan penyebaran angket/kuesioner diberikan kepada nasabah, dikarenakan ingin mengetahui kualitas, kepercayaan, dan kepuasan, serta loyalitas yang mereka terima dari lembaga tersebut. Penelitian ini menyebarkan sebanyak 100 kuesioner kepada nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling* yaitu sampel yang diambil berdasarkan kebetulan. Siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti maka dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Berikut ini rincian pengumpulan data penelitian dengan kuesioner yang ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1
Rincian Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner

| Kuesioner | Jumlah |
|---------------------------|---------------|
| Kuesioner yang disebarkan | 100 |

| | |
|-------------------------------------|------|
| Kuesioner yang tidak kembali | 0 |
| Kuesioner yang kembali | 100 |
| Kuesioner yang digugurkan | 0 |
| Kuesioner yang digunakan | 100 |
| Tingkat pengembalian | 100% |
| Tingkat pengembalian yang digunakan | 100% |

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

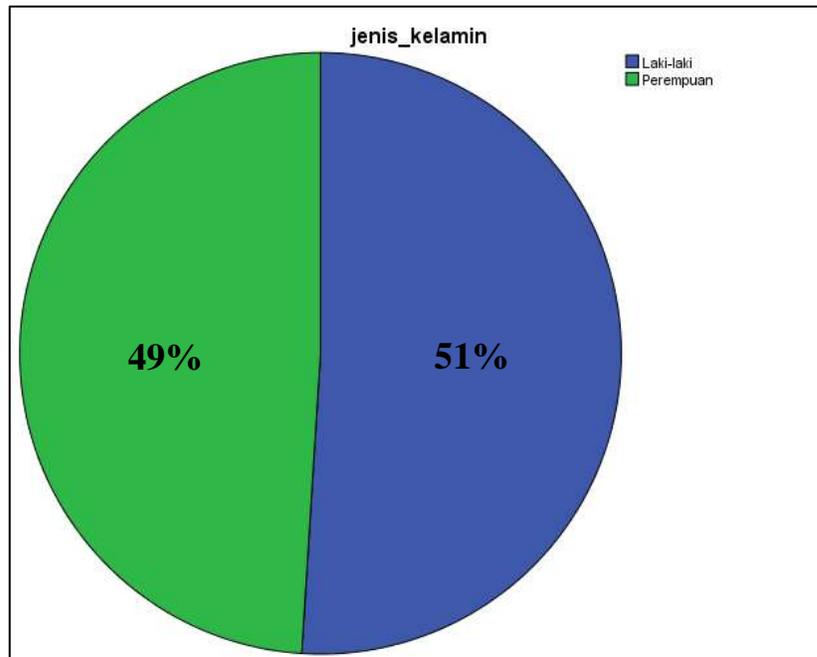
b. Deskripsi Data Responden

Deskripsi data responden menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil penelitian. Dalam penelitian ini, responden memiliki beberapa karakteristik. Karakteristik tersebut terdiri dari:

1) Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang yang menjadi responden adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



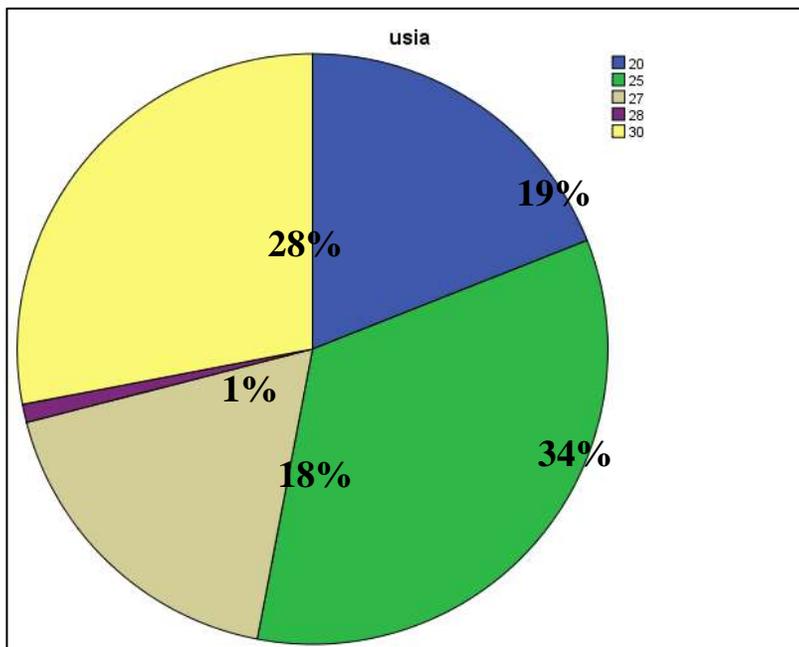
Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2021.

Berdasarkan pada keterangan Gambar diatas, dapat diketahui informasi responden berdasarkan jenis kelamin, responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 51 orang dengan presentase 51% dan untuk jenis kelamin perempuan berjumlah sebanyak 49 orang dengan presentase 49%. Dengan demikian nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang yang menjadi responden dalam penelitian ini didominasi oleh nasabah berjenis kelamin laki-laki.

2) Usia Responden

Usia responden nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2021.

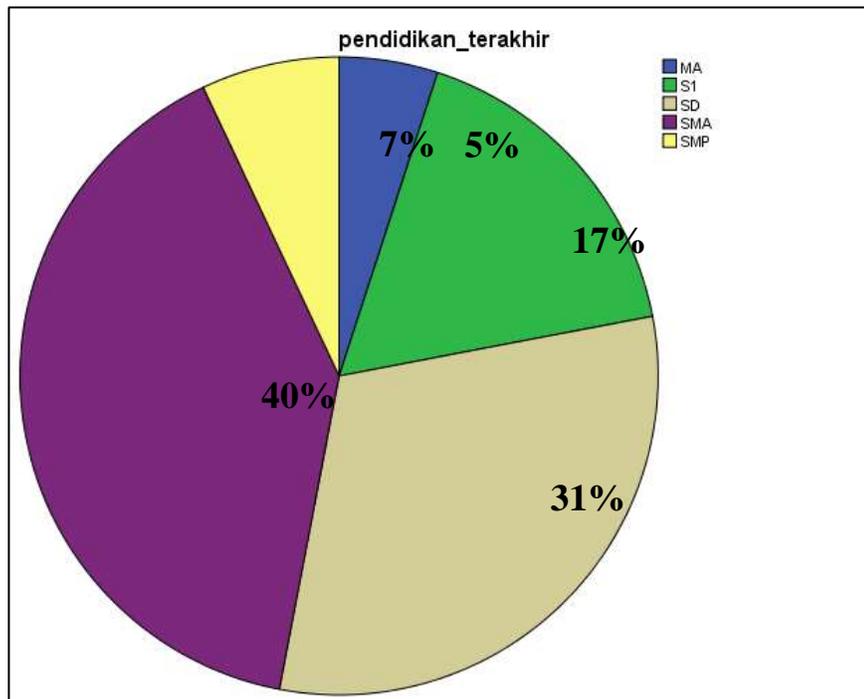
Berdasarkan pada keterangan Gambar diatas, dapat diketahui informasi responden berdasarkan usianya adalah responden yang usianya <19 tahun berjumlah 19 orang dengan presentase 19%, responden yang usianya 19-25 tahun berjumlah 34 orang dengan presentase 34%, responden yang usianya 26-35 tahun berjumlah 18 orang dengan presentase 18%, dan responden yang usianya 36-45 tahun berjumlah 1 orang dengan presentase 1%, serta responden yang usianya >45 tahun berjumlah 28 orang dengan presentase 28%. Dengan demikian nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang yang menjadi responden dalam penelitian ini didominasi oleh nasabah yang berusia 26-35 tahun.

3) Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan terakhir nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang yang menjadi responden adalah sebagai berikut:

Gambar 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir



Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2021.

Berdasarkan pada keterangan Gambar diatas, dapat diketahui informasi responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah MA berjumlah 5 orang dengan presentase 5%, responden yang pendidikan terakhirnya S1 berjumlah 17 orang dengan presentase 17%, responden yang pendidikan terakhirnya SD berjumlah 31 orang dengan presentase 31%, dan responden yang pendidikan terakhirnya SMA berjumlah 40 orang dengan presentase 40%, serta responden yang pendidikan terakhirnya SMP berjumlah 7 orang dengan presentase 7%. Dengan demikian nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang yang menjadi responden dalam penelitian ini didominasi oleh nasabah yang pendidikan terakhirnya adalah SMA.

c. Analisis Deskriptif

Untuk menjawab rumusan masalah maka dilakukan kriteria penilaian sebagai berikut:

- 1) Nilai kumulatif adalah nilai dari setiap pernyataan yang merupakan jawaban dari responden.
- 2) Persentase adalah nilai kumulatif item dibagi dengan nilai frekuensinya dikali 100%.
- 3) Jumlah responden adalah 100 nasabah, dan nilai skala pengukuran terbesar adalah 5, sedangkan skala pengukuran terkecil adalah 1. Sehingga diperoleh jumlah kumulatif terbesar = $100 \times 5 = 500$ dan jumlah kumulatif terkecil = $100 \times 1 = 100$. Adapun nilai presentase terkecil adalah $(100 : 500) \times 100\% = 20\%$. Nilai rentang = $100\% - 20\% = 80\%$, jika dibagi 5 skala pengukuran maka didapat nilai interval presentase sebesar 16%. Maka kategori interpretasi skor dapat dilihat pada Tabel 4.2 dibawah ini:

Tabel 4.2
Kategori Interpretasi Skor

| Hasil Perhitungan | Kategori |
|-------------------|-------------|
| 20% s/d 36% | Tidak Kuat |
| 37% s/d 52% | Cukup Kuat |
| 53% s/d 68% | Sedang |
| 69% s/d 84% | Kuat |
| 85% s/d 100% | Sangat Kuat |

Sumber: Dara olah primer (2021)

Tabel 4.3
Perolehan Persentase Variabel

| No | Variabel | Persentase | Kategori |
|----|-------------------|------------|-------------|
| 1. | Kualitas Layanan | 91% | Sangat Kuat |
| 2. | Kepercayaan | 66% | Sedang |
| 3. | Loyalitas Nasabah | 86% | Sangat Kuat |
| 4. | Kepuasan Nasabah | 79% | Kuat |

Perhitungan variabel Tabel 4.3 dijelaskan dibawah ini sebagai berikut:

1) Kualitas Layanan (X1)

Tanggapan dari responden terkait variabel kualitas layanan (X1) dijelaskan oleh item pernyataan sebagai berikut ini:

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Tentang Variabel Kualitas Layanan

| Item No. | SS | | S | | N | | TS | | STS | | Total |
|----------|----|-----|----|-----|----|-----|----|---|-----|---|-------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | |
| 1 | 75 | 75% | 13 | 13% | 12 | 12% | - | - | - | - | 100 |
| 2 | 52 | 52% | 37 | 37% | 11 | 11% | - | - | - | - | 100 |
| 3 | 55 | 55% | 37 | 37% | 8 | 8% | - | - | - | - | 100 |
| 4 | 58 | 58% | 35 | 35% | 7 | 7% | - | - | - | - | 100 |
| 5 | 59 | 59% | 33 | 33% | 8 | 8% | - | - | - | - | 100 |
| 6 | 77 | 77% | 17 | 17% | 6 | 6% | - | - | - | - | 100 |
| 7 | 66 | 66% | 25 | 25% | 9 | 9% | - | - | - | - | 100 |
| 8 | 66 | 66% | 22 | 22% | 12 | 12% | - | - | - | - | 100 |

| | | | | | | | | | | | |
|--------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|---|---|---|---|------|
| 9 | 67 | 67% | 22 | 22% | 11 | 11% | - | - | - | - | 100 |
| 10 | 61 | 61% | 31 | 31% | 8 | 8% | - | - | - | - | 100 |
| 11 | 61 | 61% | 33 | 33% | 6 | 6% | - | - | - | - | 100 |
| 12 | 66 | 66% | 26 | 26% | 8 | 8% | - | - | - | - | 100 |
| 13 | 68 | 68% | 23 | 23% | 9 | 9% | - | - | - | - | 100 |
| 14 | 63 | 63% | 29 | 29% | 8 | 8% | - | - | - | - | 100 |
| 15 | 64 | 64% | 28 | 28% | 8 | 8% | - | - | - | - | 100 |
| 16 | 57 | 57% | 31 | 31% | 12 | 12% | - | - | - | - | 100 |
| 17 | 74 | 74% | 22 | 22% | 4 | 4% | - | - | - | - | 100 |
| 18 | 62 | 62% | 34 | 34% | 4 | 4% | - | - | - | - | 100 |
| Jumlah | 1.151 | | 498 | | 152 | | - | - | - | - | 1800 |

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan pada item pernyataan kualitas layanan(X1) dengan menjawab sangat setuju sebanyak 1.151 dari jumlah jawaban yang dikalkulasikan dari 18 item pernyataan yang diberikan kepada responden, menjawab setuju sebanyak 498 dari jumlah jawaban yang dikalkulasikan dari 18 item pernyataan yang diberikan kepada responden, menjawab netral sebanyak 152 dari jumlah jawaban yang dikalkulasikan dari 18 item pernyataan yang diberikan kepada responden.

$$\begin{aligned}
 \text{skor} &= \frac{\{(\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum KS \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1)\}}{(n \times 5 \times 18)} \\
 &= \frac{\{(1.151 \times 5) + (498 \times 4) + (152 \times 3) + (0 \times 2) + (0 \times 1)\}}{(100 \times 5 \times 18)} \\
 &= \frac{\{5.755 + 1.992 + 456\}}{9.000}
 \end{aligned}$$

$$= \frac{8.203}{9.000}$$

$$= 0,91 \times 100\%$$

$$= 91\% \text{ (Sangat Kuat)}$$

2) Kepercayaan (X2)

Tanggapan dari responden terkait variabel kepercayaan (X2) dijelaskan oleh item pernyataan sebagai berikut ini:

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Tentang Variabel Kepercayaan

| Item No. | SS | | S | | N | | TS | | STS | | Total |
|-------------|----|----|-----|-----|-----|-----|----|---|-----|---|-------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | |
| 1 | 2 | 2% | 34 | 34% | 64 | 64% | - | - | - | - | 100 |
| 2 | - | - | 28 | 28% | 72 | 72% | - | - | - | - | 100 |
| 3 | - | - | 31 | 31% | 69 | 69% | - | - | - | - | 100 |
| 4 | 2 | 2% | 23 | 23% | 75 | 75% | - | - | - | - | 100 |
| 5 | - | - | 24 | 24% | 76 | 76% | - | - | - | - | 100 |
| 6 | - | - | 27 | 27% | 73 | 73% | - | - | - | - | 100 |
| 7 | - | - | 28 | 28% | 72 | 72% | - | - | - | - | 100 |
| 8 | - | - | 33 | 33% | 67 | 67% | - | - | - | - | 100 |
| 9 | - | - | 32 | 32% | 68 | 68% | - | - | - | - | 100 |
| 10 | - | - | 38 | 38% | 62 | 62% | - | - | - | - | 100 |
| Jumlah | 4 | | 298 | | 698 | | - | - | - | - | 1000 |

Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan pada item pernyataan kepercayaan(X2) dengan menjawab sangat setuju sebanyak 4

dari jumlah jawaban yang dikalkulasikan dari 10 item pernyataan yang diberikan kepada responden, menjawab setuju sebanyak 298 dari jumlah jawaban yang dikalkulasikan dari 10 item pernyataan yang diberikan kepada responden, menjawab netral sebanyak 698 dari jumlah jawaban yang dikalkulasikan dari 10 item pernyataan yang diberikan kepada responden.

$$\begin{aligned}
 \text{skor} &= \frac{\{(\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum KS \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1)\}}{(n \times 5 \times 10)} \\
 &= \frac{\{(4 \times 5) + (298 \times 4) + (698 \times 3) + (0 \times 2) + (0 \times 1)\}}{(100 \times 5 \times 10)} \\
 &= \frac{\{20 + 1.192 + 2.094\}}{5.000} \\
 &= \frac{3.306}{5.000} \\
 &= 0,66 \times 100\% \\
 &= 66\% \text{ (Sedang)}
 \end{aligned}$$

3) Loyalitas Nasabah (Y)

Tanggapan dari responden terkait variabel Loyalitas Nasabah (Y) dijelaskan oleh item pernyataan sebagai berikut ini:

Tabel 4.6

Tanggapan Responden Tentang Variabel Loyalitas Nasabah

| Item No. | SS | | S | | N | | TS | | STS | | Total |
|----------|----|-----|----|-----|----|-----|----|---|-----|---|-------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | |
| 1 | 57 | 57% | 27 | 27% | 16 | 16% | - | - | - | - | 100 |
| 2 | 50 | 50% | 28 | 28% | 22 | 22% | - | - | - | - | 100 |

| | | | | | | | | | | | |
|--------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---|---|---|---|-----|
| 3 | 51 | 51% | 23 | 23% | 26 | 26% | - | - | - | - | 100 |
| 4 | 58 | 58% | 24 | 24% | 18 | 18% | - | - | - | - | 100 |
| 5 | 54 | 54% | 27 | 27% | 19 | 19% | - | - | - | - | 100 |
| Jumlah | 270 | | 129 | | 101 | | - | - | - | - | 500 |

Berdasarkan Tabel 4.6 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan pada item pernyataan loyalitas nasabah(Y) dengan menjawab sangat setuju sebanyak 270 dari jumlah jawaban yang dikalkulasikan dari 5 item pernyataan yang diberikan kepada responden, menjawab setuju sebanyak 129 dari jumlah jawaban yang dikalkulasikan dari 5 item pernyataan yang diberikan kepada responden, menjawab netral sebanyak 101 dari jumlah jawaban yang dikalkulasikan dari 5 item pernyataan yang diberikan kepada responden.

$$\begin{aligned}
\text{skor} &= \frac{\{(\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum KS \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1)\}}{(n \times 5 \times 5)} \\
&= \frac{\{(270 \times 5) + (129 \times 4) + (101 \times 3) + (0 \times 2) + (0 \times 1)\}}{(100 \times 5 \times 5)} \\
&= \frac{\{1.350 + 516 + 303\}}{2.500} \\
&= \frac{2.169}{2.500} \\
&= 0,86 \times 100\% \\
&= 86\% \text{ (Sangat Kuat)}
\end{aligned}$$

4) Kepuasan Nasabah (Z)

Tanggapan dari responden terkait variabel kepuasan nasabah (Z) dijelaskan oleh item pernyataan sebagai berikut ini:

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Tentang Variabel Kepuasan Nasabah

| Item | SS | | S | | N | | TS | | STS | | Total |
|--------|----|-----|-----|-----|----|-----|----|---|-----|---|-------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | |
| 1 | 20 | 20% | 70 | 70% | 10 | 10% | - | - | - | - | 100 |
| 2 | 4 | 4% | 82 | 82% | 14 | 14% | - | - | - | - | 100 |
| 3 | 9 | 9% | 80 | 80% | 11 | 11% | - | - | - | - | 100 |
| 4 | 5 | 5% | 81 | 81% | 14 | 14% | - | - | - | - | 100 |
| 5 | 11 | 11% | 74 | 74% | 15 | 15% | - | - | - | - | 100 |
| Jumlah | 49 | | 387 | | 64 | | - | - | - | - | 500 |

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan pada item pernyataan kepuasan nasabah(Z) dengan menjawab sangat setuju sebanyak 49 dari jumlah jawaban yang dikalkulasikan dari 5 item pernyataan yang diberikan kepada responden, menjawab setuju sebanyak 387 dari jumlah jawaban yang dikalkulasikan dari 5 item pernyataan yang diberikan kepada responden, menjawab netral sebanyak 64 dari jumlah jawaban yang dikalkulasikan dari 5 item pernyataan yang diberikan kepada responden.

$$\begin{aligned}
 \text{skor} &= \frac{\{(\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum N \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1)\}}{(n \times 5 \times 5)} \\
 &= \frac{\{(49 \times 5) + (387 \times 4) + (64 \times 3) + (0 \times 2) + (0 \times 1)\}}{(100 \times 5 \times 5)} \\
 &= \frac{\{245 + 1.548 + 192\}}{2.500} \\
 &= \frac{1.985}{2.500}
 \end{aligned}$$

$$= 0,79 \times 100\%$$

$$= 79\% \text{ (Kuat)}$$

5. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Hasil perhitungan menggunakan SPSS, diperoleh nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} . Hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel X1

| Item | Koefisien korelasi | r_{tabel} | Validitas |
|-------|--------------------|-------------|-----------|
| X1.1 | 0,497 | 0,1966 | Valid |
| X1.2 | 0,511 | 0,1966 | Valid |
| X1.3 | 0,513 | 0,1966 | Valid |
| X1.4 | 0,479 | 0,1966 | Valid |
| X1.5 | 0,508 | 0,1966 | Valid |
| X1.6 | 0,551 | 0,1966 | Valid |
| X1.7 | 0,616 | 0,1966 | Valid |
| X1.8 | 0,625 | 0,1966 | Valid |
| X1.9 | 0,611 | 0,1966 | Valid |
| X1.10 | 0,489 | 0,1966 | Valid |
| X1.11 | 0,484 | 0,1966 | Valid |
| X1.12 | 0,543 | 0,1966 | Valid |
| X1.13 | 0,681 | 0,1966 | Valid |
| X1.14 | 0,643 | 0,1966 | Valid |

| | | | |
|-------|-------|--------|-------|
| X1.15 | 0,599 | 0,1966 | Valid |
| X1.16 | 0,254 | 0,1966 | Valid |
| X1.17 | 0,258 | 0,1966 | Valid |
| X1.18 | 0,215 | 0,1966 | Valid |

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2021.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel X2

| Item | Koefisien korelasi | r_{tabel} | Validitas |
|------|--------------------|--------------------|-----------|
| X2.1 | 0,707 | 0,1966 | Valid |
| X2.2 | 0,692 | 0,1966 | Valid |
| X2.3 | 0,676 | 0,1966 | Valid |
| X2.4 | 0,553 | 0,1966 | Valid |
| X2.5 | 0,630 | 0,1966 | Valid |
| X2.6 | 0,589 | 0,1966 | Valid |
| X2.7 | 0,668 | 0,1966 | Valid |
| X2.8 | 0,654 | 0,1966 | Valid |
| X2.9 | 0,681 | 0,1966 | Valid |
| X210 | 0,602 | 0,1966 | Valid |

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2021.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Y

| Item | Koefisien korelasi | r_{tabel} | Validitas |
|------|--------------------|--------------------|-----------|
| Y.1 | 0,712 | 0,1966 | Valid |
| Y.2 | 0,892 | 0,1966 | Valid |

| | | | |
|-----|-------|--------|-------|
| Y.3 | 0,850 | 0,1966 | Valid |
| Y.4 | 0,878 | 0,1966 | Valid |
| Y.5 | 0,859 | 0,1966 | Valid |

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2021.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel Z

| Item | Koefisien korelasi | r_{tabel} | Validitas |
|------|--------------------|--------------------|-----------|
| Z.1 | 0,668 | 0,1966 | Valid |
| Z.2 | 0,702 | 0,1966 | Valid |
| Z.3 | 0,849 | 0,1966 | Valid |
| Z.4 | 0,752 | 0,1966 | Valid |
| Z.5 | 0,645 | 0,1966 | Valid |

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2021.

Hasil uji validitas butir kuesioner pada Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X1), kepercayaan(X2), loyalitas nasabah (Y) dan kepuasan nasabah (Z) dinyatakan valid, karena $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, seperti yang tertera pada tabel diatas.

b. Uji Reliabilitas

Berikut ini adalah Tabel hasil uji reliabilitas:

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | <i>Cronbach's Alpha</i> | Keterangan |
|----------|-------------------------|------------|
| X1 | 0,815 | Reliabel |
| X2 | 0,844 | Reliabel |

| | | |
|---|-------|----------|
| Y | 0,895 | Reliabel |
| Z | 0,771 | Reliabel |

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2021.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, maka semua indikator dari variabel kualitas layanan, kepercayaan, loyalitas nasabah, dan kepuasan nasabah pada Tabel diatas dikatakan reliabel, karena nilai *Cronbach's Alpha* (α) > 0,60. Oleh karena itu, indikator yang digunakan oleh variabel kualitas layanan, kepercayaan, loyalitas nasabah, dan kepuasan nasabah dapat dipercaya untuk bisa digunakan sebagai alat ukur variabel.

6. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinieritas Persamaan 1

| | | Coefficients ^a | | | | | Collinearity Statistics | |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| | | B | Std. Error | Beta | | | | |
| 1 | (Constant) | 2,299 | 4,011 | | ,573 | ,568 | | |
| | TOTAL_X1 | ,146 | ,041 | ,330 | 3,577 | ,001 | ,972 | 1,029 |
| | TOTAL_X2 | ,165 | ,061 | ,248 | 2,685 | ,009 | ,972 | 1,029 |

a. Dependent Variable: TOTAL_Z

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2021.

Berdasarkan Tabel hasil uji multikolinieritas diatas, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas diantara variabel X1 dan X2 dalam model persamaan regresi. Hal ini karena masing-masing variabel independen X1 dan X2 memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF dari masing-masing variabel independen kurang dari 10.

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas Persamaan 2

| | | Coefficients^a | | | | | Collinearity Statistics | |
|-------|------------|---------------------------------|------------|---------------------------|-------|------|--------------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| | | B | Std. Error | Beta | | | | |
| 1 | (Constant) | -1,814 | 5,381 | | -,337 | ,737 | | |
| | TOTAL_X1 | ,106 | ,058 | ,181 | 1,824 | ,071 | ,859 | 1,165 |
| | TOTAL_X2 | ,208 | ,085 | ,237 | 2,444 | ,016 | ,905 | 1,105 |
| | TOTAL_Z | ,239 | ,136 | ,180 | 1,754 | ,083 | ,802 | 1,246 |

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2021.

Berdasarkan Tabel hasil uji multikolinieritas diatas, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas diantara variabel X1, X2, dan Z dalam model persamaan regresi. Hal ini karena masing-masing variabel independen X1, X2, dan Z memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF dari masing-masing variabel independen kurang dari 10.

b. Uji Autokorelasi

Tabel 4.15
Hasil Uji Durbin Watson Persamaan 1

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | ,445 ^a | ,198 | ,181 | 2,278 | 1,874 |

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

b. Dependent Variable: TOTAL_Z

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2021.

Tabel 4.16
Hasil Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi Persamaan 1

| Dl | Dua | 4-dl | 4-du | Dw | Keputusan |
|-------|-------|-------|-------|-------|------------------------|
| 1,634 | 1,715 | 2,367 | 2,285 | 1,874 | Tidak ada autokorelasi |

Sumber: Tabel pengambilan putusan ada tidaknya korelasi

Keterangan:

Nilai dw diperoleh dari Tabel *Durbin Watson* dengan ketentuan = 5% dimana n (sampel) = 100 serta k (jumlah variabel independen) = 2

Tabel uji autokorelasi dapat diketahui bahwa nilai dw sebesar 1,874, sehingga nilai dw berada diantara nilai du = 1,715 dan nilai 4-du = 2,285 ($du < dw < 4-du$), sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi positif maupun autokorelasi negatif pada data yang diuji.

Tabel 4.17
Hasil Uji *Durbin Watson* Persamaan 2

| Model Summary ^b | | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | ,431 ^a | ,186 | ,189 | 3,051 | 1,747 |

a. Predictors: (Constant), TOTAL_Z, TOTAL_X2, TOTAL_X1

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

umber: Output SPSS, data primer diolah, 2021.

Tabel 4.18
Hasil Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi Persamaan 2

| Dl | Du | 4-dl | 4-du | Dw | Keputusan |
|-----------|-----------|-------------|-------------|-----------|------------------------|
| 1,613 | 1,736 | 2,387 | 2,264 | 1,747 | Tidak ada autokorelasi |

Sumber: Tabel pengambilan putusan ada tidaknya korelasi

Keterangan:

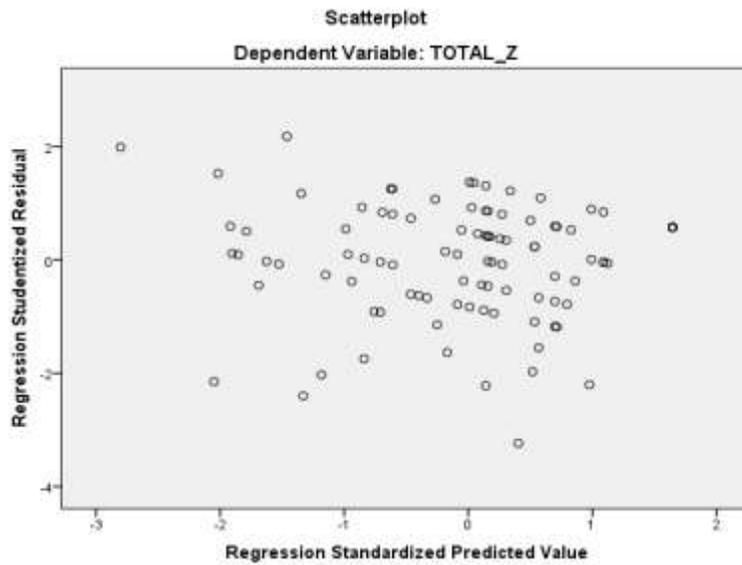
Nilai dw diperoleh dari Tabel *Durbin Watson* dengan ketentuan = 5% dimana n (sampel) = 100 serta k (jumlah variabel independen) = 3

Tabel uji autokorelasi dapat diketahui bahwa nilai dw sebesar 1,747, sehingga nilai dw berada diantara nilai du = 1,736 dan nilai 4-du = 2,264 ($du < dw < 4-du$), sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi positif maupun autokorelasi negatif pada data yang diuji.

c. Uji Heterokedastisitas

Hasil pengolahan data untuk uji heterokedastisitas dengan menggunakan SPSS 24 dapat dilihat pada Gambar dibawah ini:

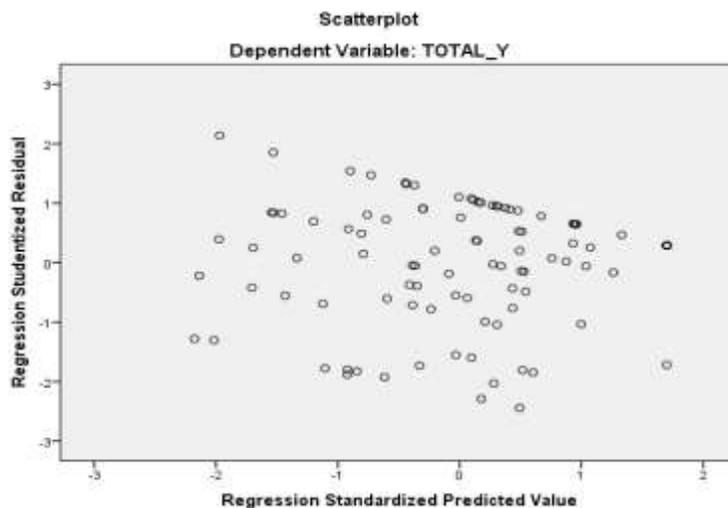
Gambar4.5
Hasil Uji Heterokedastisitas Persamaan 1



Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2021.

Berdasarkan hasil analisis dari grafik *scatterplot* pada Gambar diatas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah dengan angka 0 pada sumbu Z, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

Gambar4.6
Hasil Uji Heterokedastisitas Persamaan 2



Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2021.

Berdasarkan hasil analisis dari grafik *scatterplot* pada Gambar diatas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah dengan angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

d. Uji Normalitas

Tabel4.19
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 2,25484375 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,117 |
| | Positive | ,056 |
| | Negative | -,117 |
| Test Statistic | | ,117 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,163 ^a |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2021.

Berdasarkan hasil uji normalitas *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov*, maka diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,163 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini berdistribusi normal.

B. Pembuktian Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda dengan Variabel Intervening

Tabel4.20
Regresi Linear Berganda dengan Variabel Intervening Persamaan 1

| | | Coefficients ^a | | | | |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| Model | | B | Std. Error | Beta | T | Sig. |
| 1 | (Constant) | 2,299 | 4,011 | | ,573 | ,568 |
| | TOTAL_X1 | ,146 | ,041 | ,330 | 3,577 | ,001 |
| | TOTAL_X2 | ,165 | ,061 | ,248 | 2,685 | ,009 |

a. Dependent Variable: TOTAL_Z

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2021.

Berdasarkan hasil regresi linear berganda dengan variabel intervening pada tabel diatas diperoleh koefisien variabel independen yaitu kualitas layanan (X1) = 0,146, dan kepercayaan (X2) = 0,165, serta konstanta sebesar 2,299. Jadi model persamaan regresi linear berganda dengan variabel intervening yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Z = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon_1$$

$$\text{Kepuasan nasabah} = 2,299 + 0,146 (\text{kualitas layanan}) + 0,165 (\text{kepercayaan}) + 4,011$$

Model dari persamaan regresi linear berganda dengan variabel intervening di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 2,299 yang berarti variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Nilai dari konstanta kepuasan nasabah yaitu 2,299 yang membuktikan bahwa jika perusahaan semakin memperlihatkan kualitas layanan dan kepercayaan maka akan semakin besar pula pengaruhnya terhadap kepuasan.
- b. $b_1 = 0,146$, nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan(X1) sebesar 0,146 yang berarti apabila terjadi peningkatan 1% pada variabel tersebut, maka kepuasan nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampangan akan meningkat juga sebesar 0,146 dengan asumsi variabel-variabel lainnya yang dianggap tetap.
- c. $b_2 = 0,165$, nilai koefisien regresi variabel kepercayaan(X2) sebesar 0,165 yang berarti apabila terjadi peningkatan 1% pada variabel tersebut, maka kepuasan nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampangan akan meningkat juga sebesar 0,165 dengan asumsi variabel-variabel lainnya yang dianggap tetap.
- d. Standar *error* sebesar 4,011 artinya seluruh variabel yang dihitung menggunakan uji SPSS memiliki tingkat variabel pengganggu yaitu sebesar 4,011.

Tabel 4.21
Regresi Linear Berganda dengan Variabel Intervening Persamaan 2

Coefficients^a

| Sumber Output SPSS, | Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized | T | Sig. | |
|---------------------|-------|-----------------------------|------------|----------------------|------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Coefficients Beta | | | |
| r: | 1 | (Constant) | 1,304 | 1,581 | | ,300 | ,737 |
| | | TOTAL_X1 | ,106 | ,058 | ,181 | 1,824 | ,001 |
| | | TOTAL_X2 | ,208 | ,085 | ,237 | 2,444 | ,006 |
| | | TOTAL_Z | ,239 | ,136 | ,180 | 1,754 | ,003 |

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

data primer diolah, 2021.

Berdasarkan hasil regresi linear berganda dengan variabel intervening pada tabel diatas diperoleh koefisien variabel independen yaitu kualitas layanan (X1) = 0,106, kepercayaan (X2) = 0,208, dan kepuasan nasabah (Z) = 0,239, serta konstanta sebesar 1,304. Jadi model persamaan regresi linear berganda dengan variabel intervening yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_3X_1 + b_4X_2 + b_5Z + \varepsilon_2$$

$$\text{Loyalitas nasabah} = 1,304 + 0,106 (\text{kualitas layanan}) + 0,208 (\text{kepercayaan}) + 0,239 (\text{kepuasan nasabah}) + 1,581$$

Model dari persamaan regresi linear berganda dengan variabel intervening di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 1,304 yang berarti variabel X (independen) memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Nilai dari konstanta loyalitas nasabah yaitu 1,304 yang membuktikan bahwa jika perusahaan semakin memperlihatkan kualitas layanan dan kepercayaan maka akan semakin besar pula pengaruhnya terhadap loyalitas.

- b. $b_3 = 0,106$, nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan(X1) sebesar 0,106 yang berarti apabila terjadi peningkatan 1% pada variabel tersebut, maka loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampangan akan meningkat juga sebesar 0,106 dengan asumsi variabel-variabel lainnya yang dianggap tetap.
- c. $b_4 = 0,208$, nilai koefisien regresi variabel kepercayaan(X2) sebesar 0,208 yang berarti apabila terjadi peningkatan 1% pada variabel tersebut, maka loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampangan akan meningkat juga sebesar 0,208 dengan asumsi variabel-variabel lainnya yang dianggap tetap.
- d. $b_5 = 0,239$, nilai koefisien regresi variabel kepuasan nasabah(Z) sebesar 0,239 yang berarti apabila terjadi peningkatan 1% pada variabel tersebut, maka loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampangan akan meningkat juga sebesar 0,239 dengan asumsi variabel-variabel lainnya yang dianggap tetap.
- e. Standar *error* sebesar 1,581 artinya seluruh variabel yang dihitung menggunakan uji SPSS memiliki tingkat variabel pengganggu yaitu sebesar 1,581.

2. Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)

Tabel 4.22

| ANOVA ^a | | | | | |
|--------------------|----------------|----|-------------|---|------|
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |

| | | | | | | |
|---|------------|---------|----|--------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 123,962 | 2 | 61,981 | 11,944 | ,000 ^b |
| | Residual | 503,348 | 97 | 5,189 | | |
| | Total | 627,310 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: TOTAL_Z

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Hasil Analisis Uji F Persamaan 1

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2021.

Berdasarkan hasil Uji F pada Tabel di atas dapat diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 11,944 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai F_{tabel} untuk model regresi tersebut yaitu 3,09. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 11,944 > F_{tabel} 3,09$, dengan demikian keputusannya adalah variabel X (kualitas layanan dan kepercayaan) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

Tabel 4.23
Hasil Analisis Uji F Persamaan 2

| | | ANOVA ^a | | | | |
|-------|------------|--------------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 203,984 | 3 | 67,995 | 7,306 | ,000 ^b |
| | Residual | 893,406 | 96 | 9,306 | | |
| | Total | 1097,390 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_Z, TOTAL_X2, TOTAL_X1

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2021.

Berdasarkan hasil Uji F pada Tabel di atas dapat diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 7,306 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai F_{tabel} untuk model regresi tersebut yaitu 2,70. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 7,306 > F_{tabel} 2,70$, dengan demikian keputusannya adalah variabel

X (kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah) berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

3. Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t)

Tabel 4.24
Hasil Analisis Uji T Persamaan 1

| Coefficients^a | | | | | | |
|---------------------------------|------------|-----------------------------|------------|--------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2,299 | 4,011 | | ,573 | ,568 |
| | TOTAL_X1 | ,146 | ,041 | ,330 | 3,577 | ,001 |
| | TOTAL_X2 | ,165 | ,061 | ,248 | 2,685 | ,009 |

a. Dependent Variable: TOTAL_Z

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2021.

Berdasarkan hasil analisis uji parsial (t) pada Tabel di atas, pengaruh masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

Variabel kualitas layanan (X1) diperoleh t_{hitung} sebesar 3,577 dengan taraf signifikansi 0,001. Nilai t_{tabel} untuk model regresi tersebut yaitu 1,660. Hasil uji tersebut

menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,577 > t_{tabel} 1,660$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

Variabel kepercayaan (X2) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,685 dengan taraf signifikansi 0,009. Nilai t_{tabel} untuk model regresi tersebut yaitu 1,660. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,009 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,685 > t_{tabel} 1,660$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

Tabel 4.25
Hasil Analisis Uji T Persamaan 2

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|----------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Coefficients Beta | | |
| 1 | (Constant) | 1,304 | 1,581 | | ,300 | ,737 |
| | TOTAL_X1 | ,106 | ,058 | ,181 | 1,824 | ,001 |
| | TOTAL_X2 | ,208 | ,085 | ,237 | 2,444 | ,006 |
| | TOTAL_Z | ,239 | ,136 | ,180 | 1,754 | ,003 |

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil analisis uji parsial (t) pada Tabel di atas, pengaruh masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

Variabel kualitas layanan (X1) diperoleh t_{hitung} sebesar 1,824 dengan taraf signifikansi 0,001. Nilai t_{tabel} untuk model regresi tersebut yaitu 1,660. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 1,824 > t_{tabel} 1,660$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

Variabel kepercayaan (X2) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,444 dengan taraf signifikansi 0,006. Nilai t_{tabel} untuk model regresi tersebut yaitu 1,660. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,006 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,444 > t_{tabel} 1,660$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

Variabel kepuasan nasabah (Z) diperoleh t_{hitung} sebesar 1,754 dengan taraf signifikansi 0,003. Nilai t_{tabel} untuk model regresi tersebut yaitu 1,660. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 1,754 > t_{tabel} 1,660$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan nasabah (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.26

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,445 ^a | ,498 | ,181 | 2,278 |

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Determinasi (R^2) Persamaan 1

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas, hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya R^2 adalah 0,498 atau 49,8%. Hal ini berarti sebesar 49,8% kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya, 49,8% variabel kepuasan nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang dijelaskan oleh variabel independen yaitu kualitas layanan dan kepercayaan. Sedangkan 50,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya.

Tabel 4.27

| Model Summary | | | | |
|---------------|---|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| | | | | |

| | | | | | | |
|--------------|--|-------------------|------|------|-------|------------------|
| Hasil | 1 | ,431 ^a | ,486 | ,160 | 3,051 | Uji |
| | a. Predictors: (Constant), TOTAL_Z, TOTAL_X2, TOTAL_X1 | | | | | Koefisien |

Determinasi (R^2) Persamaan 2

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2021.

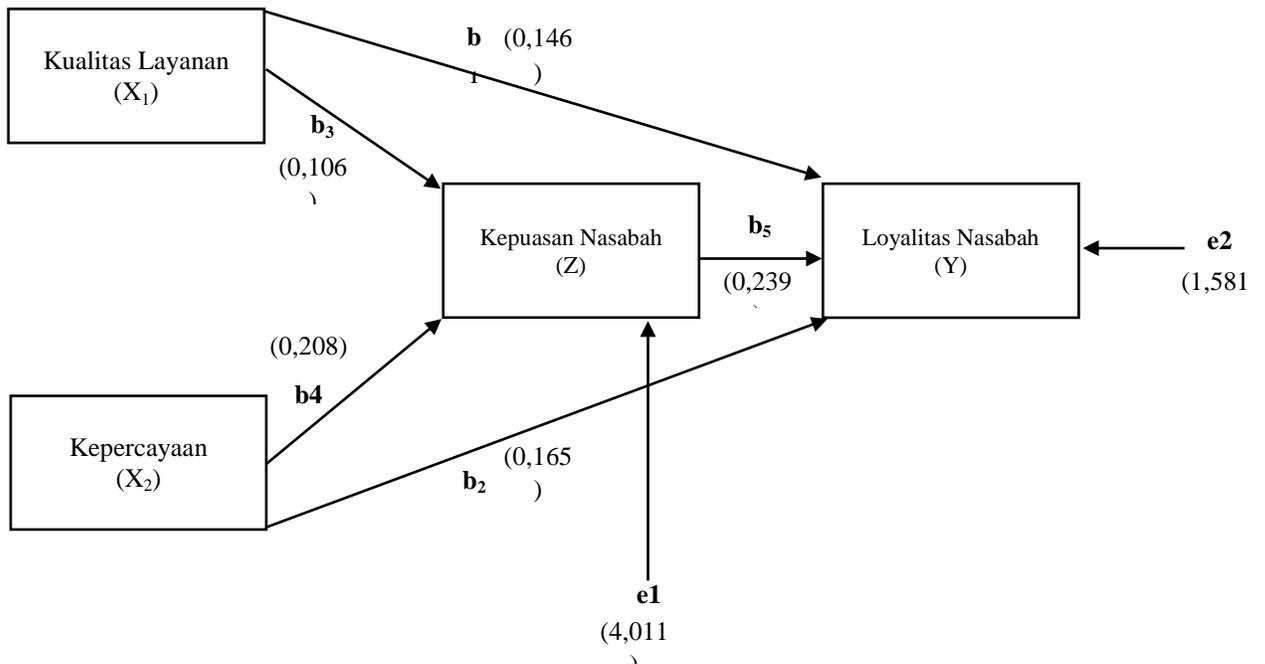
Berdasarkan tabel di atas, hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya R^2 adalah 0,486 atau 48,6%. Hal ini berarti sebesar 48,6% kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya, 48,6% variabel loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang dijelaskan oleh variabel independen yaitu kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah. Sedangkan 51,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya.

5. Uji Sobel

Hasil persamaan koefisien jalur dapat dilihat dalam gambar diagram jalur dibawah ini:

Gambar 4.7

Diagram Persamaan Koefisien Jalur



Hasil uji sobel masing-masing variabel independen adalah sebagai berikut:

a. Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah

$$Z = \frac{ab}{\sqrt{b^2 S_a^2 + a^2 S_b^2}}$$

$$Z = \frac{(0,146)(0,239)}{\sqrt{(0,239)^2 (0,041)^2 + (0,146)^2 (0,136)^2}}$$

$$Z = \frac{0,034894}{\sqrt{(0,057121)(0,001681) + (0,021316)(0,018496)}}$$

$$Z = \frac{0,034894}{\sqrt{0,00009 + 0,00039}}$$

$$Z = \frac{0,034894}{\sqrt{0,00048}}$$

$$Z = \frac{0,034894}{0,021908}$$

$$Z = 1,5927$$

Dari hasil perhitungan Z_{hitung} diperoleh nilai sebesar 1,5927. Karena nilai Z_{hitung} 1,5927 lebih kecil dari Z_{tabel} sebesar 1,960 maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan tidak dapat memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

b. Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah.

$$Z = \frac{ab}{\sqrt{b^2 S_a^2 + a^2 S_b^2}}$$

$$Z = \frac{(0,165)(0,239)}{\sqrt{(0,239)^2 (0,061)^2 + (0,165)^2 (0,136)^2}}$$

$$Z = \frac{0,039435}{\sqrt{(0,057121)(0,003721) + (0,027225)(0,018496)}}$$

$$Z = \frac{0,039435}{\sqrt{0,00021 + 0,00050}}$$

$$Z = \frac{0,039435}{\sqrt{0,00071}}$$

$$Z = \frac{0,039435}{0,026645}$$

$$Z = 1,4800$$

Dari hasil perhitungan Z_{hitung} diperoleh nilai sebesar 1,4800. Karena nilai Z_{hitung} 1,4800 lebih kecil dari Z_{tabel} sebesar 1,960 maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah tidak memediasi hubungan antara kepercayaan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian statistik yang telah dilakukan, terlihat bahwa variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengaruh variabel-variabel tersebut bersifat positif dan signifikan dengan kata lain kualitas layanan dan kepercayaan di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah dalam bertransaksi maupun menggunakan produk yang ada di BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Hal tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan serta hasil penelitian sebelumnya. Pengaruh variabel-variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang

Berdasarkan hasil uji F dapat diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 11,944 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai F_{tabel} untuk model regresi tersebut yaitu 3,09. Hasil uji diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 11,944 > F_{tabel} 3,09$, dengan demikian variabel X (kualitas layanan dan kepercayaan) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Besaran koefisien regresi variabel kualitas

layanan bertanda positif yang berarti kualitas layanan berbanding lurus atau searah terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Berdasarkan hasil uji T (uji parsial) nilai t_{hitung} variabel kualitas layanan (X1) sebesar 3,577 dengan nilai signifikansi 0,001 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,660. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung}(3,577) > t_{tabel}(1,660)$ dan nilai sig. (0,001) < 0,05. Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak. Artinya variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

Berdasarkan uraian penjelasan di atas dapat dimaknai bahwa kualitas layanan yang baik akan berdampak langsung pada BMT. Bagaimana tidak, jika suatu lembaga sudah mendapat nilai positif dimata nasabah, maka nasabah tersebut akan memberikan *feedback* yang baik, serta bukan tidak mungkin akan menjadi nasabah tetap atau *repeat buyer*. Maka dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan nasabah terkait kualitas layanan yang diberikan. Fakta di lapangan membuktikan bahwasanya kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah seperti kecepatan dalam bertransaksi, dan kedisiplinan dalam bekerja dapat memuaskan nasabah. Hal tersebut mendukung atau sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Taufiq Risal yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening* Pada BMT

Kampoeng Syariah” yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.¹²

Kualitas layanan adalah suatu kemampuan untuk memenuhi kebutuhan internal dan eksternal nasabah secara konsisten sesuai prosedur. Dalam hal ini BMT dituntut untuk berusaha mengerti apa yang diinginkan nasabah, sehingga mempunyai harapan mendapatkan kualitas layanan yang baik. Nasabah sangat ingin keberadaannya dihargai atau dilayani dengan sebaik mungkin oleh perusahaan. Itulah sebabnya kualitas layanan sangat penting untuk nasabah menjadi puas.¹³ Berbicara mengenai kualitas layanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas layanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.¹⁴ Diberikannya kualitas layanan oleh KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang adalah untuk mendapatkan *feedback* positif dari nasabah, sehingga BMT mampu mempertahankan nasabahnya dengan memberikan kepuasan kepada nasabah melalui kualitas layanan yang diberikan.

¹² Taufiq Risal, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada BMT Kampoeng Syariah.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis JMB*, Vol. 1, No. 1, 2019, hlm. 7.

¹³ Arista Atmadjati, *Layanan Prima dalam Praktik Saat Ini: Sistematis, Aplikatif, disertai dengan Contoh Kasus dan Hasil Kajian Pengalaman di Lapangan Ed. Pertama*, Cet. Ke-1., (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 21.

¹⁴ Atep Adya Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima: Persiapan Membangun Budaya Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, Cet. Ke- 1., (Jakarta: PT. Gramedia, 2016), hlm. 36.

2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang

Berdasarkan hasil uji F dapat diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 11,944 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai F_{tabel} untuk model regresi tersebut yaitu 3,09. Hasil uji di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 11,944 > F_{tabel} 3,09$, dengan demikian variabel X (kualitas layanan dan kepercayaan) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Besaran koefisien regresi variabel kepercayaan bertanda positif yang berarti kepercayaan berbanding lurus atau searah terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Berdasarkan hasil uji T (uji parsial) nilai t_{hitung} variabel kepercayaan (X_2) sebesar 2,685 dengan nilai signifikansi 0,009 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,660. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} (2,685) > t_{tabel} (1,660)$ dan nilai sig. (0,009) $< 0,05$. Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Artinya variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

Berdasarkan uraian penjelasan di atas dapat dimaknai bahwa kepercayaan memberikan keuntungan jangka panjang pada BMT tersebut. Sehingga dapat mempertahankan nasabah yang ada karena rasa puas yang diberikan. Fakta di lapangan membuktikan bahwa kepercayaan yang diberikan kepada nasabah seperti kekonsistenan dalam bekerja, dan kompeten di bidangnya memang benar-benar

diterapkan di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Arif Rachman, Naili Farida & Sari Listyorini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* Studi Pada Pelanggan CV. AHASS Brahma Motor” yang menyimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.¹⁵

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang ia inginkan pada diri orang lain atau organisasi. Kepercayaan hanya ada ketika salah satu pihak yakin dalam hubungan kerjasama yang dapat diandalkan dan mempunyai integritas. Beberapa manfaat dari adanya kepercayaan adalah dapat mendorong perusahaan untuk berusaha menjaga hubungan yang terjalin dengan baik oleh nasabah, dan memperoleh keuntungan jangka panjang yang diharapkan dengan mempertahankan nasabah yang ada.¹⁶

3. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah KSPPS BMTNU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang

Berdasarkan hasil Uji F dapat diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 7,306 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai F_{tabel} untuk model regresi tersebut yaitu 2,70. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 7,306 > F_{tabel} 2,70$, dengan demikian variabel X (kualitas layanan,

¹⁵Arif Rachman, dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* Studi Pada Pelanggan CV. AHASS Brahma Motor”, hlm. 10.

¹⁶Permata Sari dan Ni Nyoman Kerti Yasa, *Kepercayaan Pelanggan*, hlm. 23-24.

kepercayaan, dan kepuasan nasabah) berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Besaran koefisien regresi variabel kualitas layanan bertanda positif yang berarti kualitas layanan berbanding lurus atau searah terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Berdasarkan hasil uji T (uji parsial) nilai t_{hitung} variabel kualitas layanan (X1) sebesar 1,824 dengan nilai signifikansi 0,001 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,660. Hal ini menunjukkan bahwa t_{hitung} (1,824) $>t_{tabel}$ (1,660) dan nilai sig. (0,001) $< 0,05$. Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak. Artinya variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

Berdasarkan uraian penjelasan di atas dapat dimaknai bahwa kualitas layanan yang baik akan berdampak langsung pada BMT tersebut. Bagaimana tidak, jika suatu lembaga sudah mendapat nilai positif dimata nasabah, maka nasabah tersebut akan memberikan *feedback* yang baik, serta bukan tidak mungkin akan menjadi nasabah tetap atau *repeat buyer*. Maka dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek loyalitas nasabah terkait kualitas layanan yang diberikan. Ketika kualitas layanan yang diberikan melampaui harapan nasabah maka nasabah akan memasuki tingkat loyal dimana semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah maka akan semakin loyal pula nasabah dalam bertransaksi di BMT tersebut. Sehingga nasabah akan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Fakta di lapangan

membuktikan bahwasanya kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah seperti kecepatan dalam bertransaksi, dan kedisiplinan dalam bekerja dapat memuaskan nasabah. Hal tersebut mendukung atau sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ainul Yaqin, Rois Arifin, dan Afi Rachmat Slamet yang berjudul “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah BMT NU dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Moderating* (Studi Pada Nasabah BMT NU Cabang Batang Kabupaten Sumenep)” yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.¹⁷

Kualitas layanan adalah suatu kemampuan untuk memenuhi kebutuhan internal dan eksternal nasabah secara konsisten sesuai prosedur. Dalam hal ini BMT dituntut untuk berusaha mengerti apa yang diinginkan nasabah, sehingga mempunyai harapan mendapatkan kualitas layanan yang baik. Nasabah sangat ingin keberadaannya dihargai atau dilayani dengan sebaik mungkin oleh perusahaan. Itulah sebabnya kualitas layanan sangat penting untuk nasabah menjadi loyal. Berbicara mengenai kualitas layanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas layanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya. Diberikannya kualitas layanan oleh KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang adalah untuk mendapatkan *feedback* positif dari nasabah, sehingga BMT mampu mempertahankan

¹⁷ Ainul Yaqin, dkk, “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah BMT NU dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Nasabah BMT NU Cabang Batang Kabupaten Sumenep).” *e-JRM*, Vol. 7 No. 6 (Agustus 2018) hlm. 10.

bahkan nasabah akan melakukan pembelian secara berulang-ulang dengan memberikan kepuasan kepada nasabah melalui kualitas layanan yang diberikan.

4. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah KSPPS BMTNU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang

Berdasarkan hasil Uji F dapat diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 7,306 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai F_{tabel} untuk model regresi tersebut yaitu 2,70. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 7,306 > F_{tabel} 2,70$, dengan demikian variabel X (kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah) berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Besaran koefisien regresi variabel kepercayaan bertanda positif yang berarti kepercayaan berbanding lurus atau searah terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Berdasarkan hasil uji T (uji parsial) nilai t_{hitung} variabel kepercayaan (X_2) sebesar 2,444 dengan nilai signifikansi 0,006 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,660. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} (2,444) > t_{tabel} (1,660)$ dan nilai sig. (0,006) $< 0,05$. Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak. Artinya variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

Berdasarkan uraian penjelasan di atas dapat dimaknai bahwa kepercayaan memberikan keuntungan jangka panjang pada BMT tersebut. Sehingga dapat mempertahankan nasabah yang ada karena rasa puas yang diberikan. Fakta di

lapangan membuktikan bahwa kepercayaan yang diberikan kepada nasabah seperti mampu menyimpan dan menjaga uang yang ditiptkan oleh nasabah, serta dapat menjaga informasi nasabah benar-benar diterapkan di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Endang Tri Wahyuni yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah” yang menyimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹⁸

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang ia inginkan pada diri orang lain atau organisasi. Kepercayaan hanya ada ketika salah satu pihak yakin dalam hubungan kerjasama yang dapat diandalkan dan mempunyai integritas. Beberapa manfaat dari adanya kepercayaan adalah dapat mendorong perusahaan untuk berusaha menjaga hubungan yang terjalin dengan baik oleh nasabah, dan memperoleh keuntungan jangka panjang yang diharapkan dengan mempertahankan nasabah yang ada. Sehingga nasabah tetap melakukan berbagai transaksi di BMT tersebut bahkan akan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Hal ini terjadi karena nasabah sudah merasakan titik loyal. Sehingga nasabah akan setia dan tidak akan beralih ke BMT yang lain.

5. Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah KSPPS BMTNU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang

¹⁸Endang Triwahuni, “Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah.”, hlm.687.

Berdasarkan hasil Uji F dapat diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 7,306 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai F_{tabel} untuk model regresi tersebut yaitu 2,70. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 7,306 > F_{tabel} 2,70$, dengan demikian variabel X (kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah) berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Besaran koefisien regresi variabel kepuasan nasabah bertanda positif yang berarti kepuasan nasabah berbanding lurus atau searah terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Berdasarkan hasil uji T (uji parsial) nilai t_{hitung} variabel kepuasan nasabah (Z) sebesar 1,754 dengan nilai signifikansi 0,003 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,660. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} (1,754) > t_{tabel} (1,660)$ dan nilai sig. (0,003) $< 0,05$. Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_{a5} diterima dan H_{05} ditolak. Artinya variabel kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang.

Berdasarkan uraian penjelasan di atas dapat dimaknai bahwa kepuasan nasabah sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah maka akan semakin tinggi pula loyalitasnya. Di dalam suatu perusahaan sangat penting untuk memperhatikan kepuasan nasabah. Karena ketika nasabah merasa puas terhadap lembaga tersebut, maka nasabah akan loyal untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang. Bahkan, akan menjadi nasabah setia dan tidak ingin

pindah ke lembaga yang lain karena dirasa sudah sangat cocok dan nyaman di BMT tersebut. Fakta di lapangan membuktikan bahwa kepuasan nasabah terlihat ketika nasabah merasa puas dengan sistem yang diberikan oleh KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Selain itu, nasabah juga merasa puas dengan fasilitas yang diberikan, dan karyawan di BMT tersebut tidak pernah membedakan nasabah. Sehingga dari situlah nasabah merasa puas untuk melakukan transaksi di lembaga tersebut. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Rachmat Hidayat yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri” yang menyimpulkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹⁹

Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.²⁰ Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para nasabahnya agar merasa puas. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan nasabahnya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas nasabah, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

¹⁹Rachmat Hidayat, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri.” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 2, No. 1 (Maret 2009) hlm. 70.

²⁰Danang Sunyoto, *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen Ed. Pertama*, Cet. Ke- 1., (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 35

6. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening*

Berdasarkan hasil penelitian, hipotesis (H_6) yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening* dinyatakan ditolak. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan dari hasil Z_{hitung} uji sobel sebesar 1,5927. Karena nilai Z_{hitung} 1,5927 lebih kecil dari Z_{tabel} sebesar 1,960 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh mediasi antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening*.

Berdasarkan uraian penjelasan di atas dapat dimaknai bahwa kepuasan nasabah tidak dapat memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Hal ini terjadi sesuai dengan kondisi di lapangan yang tidak sejalan dengan semestinya. Salah satunya yakni terlihat dari kepatuhan karyawan BMT dalam melaksanakan tugas yang diberikan, dimana terdapat banner himbauan wajib masker dari polsek camplong terpangpang nyata di dalam ruangan tetapi karyawannya sendiri tidak mematuhi. Bahkan, di *banking hall* tidak ada pelindung atau perantara antara karyawan dengan nasabah, dapat dikatakan bahwa fasilitas di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang kurang lengkap. Sehingga dari hal itulah nasabah merasa was-was dan kurang nyaman dengan fasilitas yang kurang memadai, dengan kata lain nasabah kurang puas dari segi fasilitas yang ada. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Supriyadi dan Marlien yang

berjudul “Analisis Kepercayaan, Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Kreditur Pd. Bkk Dempet Kota Kabupaten Demak)” menunjukkan bahwa Kepuasan tidak memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.²¹ Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulia Larasati Putri yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa)”²²

7. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening*

Berdasarkan hasil penelitian, hipotesis (H₇) yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara kepercayaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang ditolak. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan dari hasil Z_{hitung} uji sobel sebesar 1,4800. Karena nilai Z_{hitung} 1,4800 lebih kecil dari Z_{tabel} sebesar 1,960 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh mediasi antara kepercayaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening*.

Berdasarkan uraian penjelasan di atas dapat dimaknai bahwa kepuasan nasabah tidak dapat memediasi hubungan antara kepercayaan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang. Hal ini terjadi sesuai dengan kondisi di lapangan yang tidak sejalan dengan semestinya. Salah satunya

²¹Supriyadi dan Marlien, “Analisis Kepercayaan, Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Kreditur Pd. Bkk Dempet Kota Kabupaten Demak.” hlm. 7.

²² Yulia Larasati Putri, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening: Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa.” *Among Makarti*, Vol. 10, No. 19 (Juli 2017) hlm. 70.

yakni kejujuran dalam memberikan informasi kepada nasabah. Terdapat kekeliruan dalam menyampaikannya sehingga nasabah *complain* dan tidak merasa puas dengan informasi yang diharapkannya. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Supriyadi dan Marlien yang berjudul “Analisis Kepercayaan, Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Kreditur Pd. Bkk Dempet Kota Kabupaten Demak)” yang menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tidak memediasi pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.²³

8. Besaran Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Secara Simultan Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Dibandingkan dengan Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Secara Langsung Pada KSPPS BMTNU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang

Berdasarkan hasil penelitian, hipotesis (H_8) menyatakan bahwa kualitas layanan, kepercayaan lebih besar pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang melalui kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening* ditolak. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan dari koefisien pada variabel kualitas layanan, kepercayaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening* sebesar (1,5927), (1,4800). Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah tidak dapat memediasi hubungan kualitas layanan, kepercayaan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang karena besaran

²³Marlien, “Analisis Kepercayaan, Citra Merek dan Kualitas Layanan” hlm. 7.

koefisiennya lebih kecil dari 1,960. Berbeda pengaruhnya dengan kualitas layanan, kepercayaan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang sebesar (1,824), (2,444). Artinya, variabel kualitas layanan, kepercayaan bernilai positif dan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang karena nilainya lebih dari 1,660.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan lebih besar pengaruhnya ketika dihubungkan secara langsung dengan loyalitas nasabah dibandingkan dengan kualitas layanan, kepercayaan ketika harus melalui kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening*. Hal ini sesuai dengan fakta di lapangan yang membuktikan bahwa KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Camplong Sampang memberikan layanan yang baik, begitu juga dengan karyawan yang ada mempunyai kompetensi dan konsistensi yang baik. Salah satunya seperti kekompetenan karyawan dalam bekerja dan juga kemampuan karyawan di BMT tersebut dikatakan handal karena terbukti setiap ada transaksi dari nasabah dilakukan dan ditangani secara cepat dan tepat. Sehingga nasabah percaya akan kemampuan karyawan yang ada didalamnya.