

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Deskripsi Perusahaan

a. Sejarah BMT UGT Sidogiri

Pondok pesantren yang didirikan oleh Sayyid Sulaiman pada 264 tahun silam di desa Sidogiri Kecamatan. Kraton Kabupaten. Pasuruan merupakan salah satu ponpes yang mampu mengembangkan konsep ekonomi islam. Satu pengurus Ponpes Sidogiri, Mahmud Ali Zain, menjelaskan kiprah ponpes tersebut dibidang ekonomi diawali dengan keinginan untuk mandiri tanpa mengharapkan bantuan pihak lain, dengan mendirikan koperasi pada 1981.

Dalam perkembanganya, pengurus kopontren sidogiri dan beberapa guru Madrasah Miftahul Ulum pondok pesantren Sidogiri pada pertengahan 1997 menyelenggarakan kegiatan usaha dengan fokus simpan pinjam pola syariah bernama Baitul Mal wa Tamwil Masalahah Mursala lil Ummah (BMT MMU). Usaha tersebut merespon masalah dari masyarakat sekitar pesantren yang mengatakan mulai terjerat oleh praktik ekonomi ribawi seperti dalam bentuk rentenir. Lalu Dengan memanfaatkan jaringan dari alumni dan guru pondok pesantren Sidogiri, maka dibentuklah Usaha Gabungan Terpadu (UGT). Koperasi BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri disingkat “BMT UGT Sidogiri”

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 Propinsi Jawa Timur dengan SK Nomor: 09/BH/KWK.13/VII/2000 tertanggal 22 Juli 2000.

Koperasi 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.

Koperasi BMT UGT Sidogiri membuka beberapa unit pelayanan anggota di kabupaten/kota yang dinilai potensial. Alhamdulillah, pada saat ini BMT UGT Sidogiri telah berusia 20 tahun dan sudah memiliki kurang lebih 278 Unit Layanan Baitul Maal wat Tamwil/Jasa Keuangan Syariah.⁸⁹

b. Visi dan Misi BMT UGT Sidogiri

Demi tercapainya tujuan perusahaan sesuai prinsip syariah, BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan memiliki visi dan misi sebagai berikut.

- 1) Visi
 - a) Koperasi yang Amanah, Tangguh dan Bermartabat (MANTAB)
- 2) Misi
 - a) mengelola koperasi yang sesuai dengan jatidiri santri,
 - b) menerapkan sistem syariah yang sesuai dengan standar kitab salaf dan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN),
 - c) menciptakan kemandirian likuiditas yang berkelanjutan,
 - d) memperkokoh sinergi ekonomi antar anggota,

⁸⁹<https://bmtugtsidogiricoid/tentang-kami-6html>, diakses tanggal 07 April 2021 pukul 14:00 WIB

- e) memperkuat kepedulian anggota terhadap koperasi,
- f) memberikan khidmah terbaik terhadap anggota dan umat dan
- g) meningkatkan kesejahteraan anggota dan umat.⁹⁰

c. Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan

Struktur organisasi adalah suatu jenjang urutan dalam pendelegasian wewenang dan tanggung jawab yang ada dalam suatu organisasi. Struktur organisasi mutlak diperlukan untuk mencapai hasil yang optimal karena dengan struktur organisasi akan memperlancar tugas pada seluruh bagian dalam suatu perusahaan atau organisasi. Dibawah ini merupakan struktur organisasi BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan.

1) Struktur organisasi yang terdapat pada BMT UGT Sidogiri Cabang

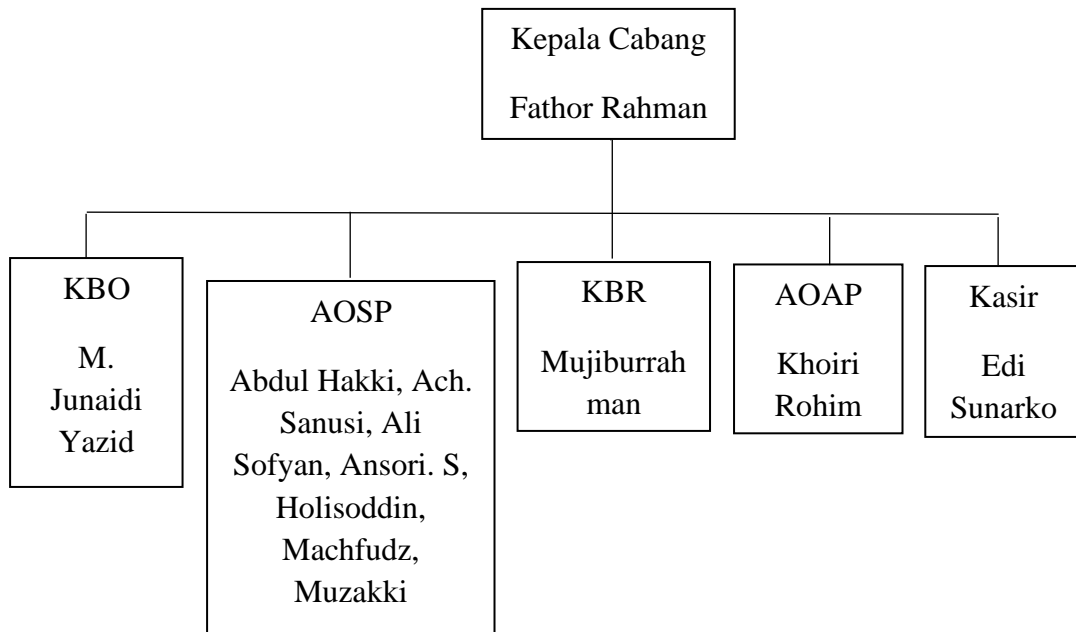
Pamekasan terdiri atas:

- | | |
|---|--------------------|
| a) Kepala Cabang | : Fathorrahman |
| b) Kepala Bagian Operasional (KBO) | : M. Junaidi Yazid |
| c) Kepala Bagian Remedial | : Mujiburrahman |
| d) Kasir | : Edi Sunarko |
| e) Account Officer Simpan Pinjam (AOSP) | : Abdul Hakki |
| | Ach. Sanusi |
| | Ali Sofyan |
| | Ansori. S |
| | Holisoddin |
| | Machfudz |

⁹⁰<https://bmtugtsidogiricoid/tentang-kami-6html>, diakses tanggal 07 April 2021 pukul 14:00 WIB

Muzakki

f) Account Officer Analisa Penagihan(AOAP) : Khoiri Rohim

GAMBAR 4.1**Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan**

Sumber: Papan Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan

d. Jaringan Kantor BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan

- 1) Kantor BMT UGT Sidogiri Capem Proppo
- 2) Kantor BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan
- 3) Kantor BMT UGT Sidogiri Capem Tlanakan
- 4) Kantor BMT UGT Sidogiri Capem Pagentenan
- 5) Kantor BMT UGT Sidogiri Capem Pasean
- 6) Kantor BMT UGT Sidogiri Capem Waru
- 7) Kantor BMT UGT Sidogiri Capem Pakong

e. Legalitas BMT UGT Sidogiri

Tanggal Berdiri	: 5 Rabiul Awal 1421 H/6 Juni 2000
Badan Hukum	: 09/BH/KWK.13/VII/2000
TDP	: 13.26.2.64.00100
SIUP	: 517/099/424.061/2003
NPWP	: 02.082.190.6-624.000
Alamat	: Jl. Sidogiri Barat RT 03 RW 02 Kraton Pasuruan 67151 Jatim
Telp./Fax	: (0343) 423521/(0343) 423571
E-mail	: bmt.ugt.pusat@gmail.com bmt_ugt_pusat@yahoo.co.id ⁹¹

2. Deskripsi Data Penelitian

Data yang diambil dari penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada anggota BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan sebanyak 98 kuesioner. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan IBM SPSS Statistics 23, dengan sampel terpenuhi. Berikut adalah rincian dari data penelitian dengan kuesioner yang dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1

Rincian Penerimaan dan Pengembalian Kuesioner

Kuesioner yang disebar	87
Kuesioner yang kembali	87
Kuesioner yang tidak kembali	0

⁹¹M Junaidi Yazid, *wawancara*, admin BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan, 07 April 2021 Pukul 1000 WIB

Kuesioner yang digunakan	87
Tingkat pengembalian	100%
Tingkat pengembalian yang digunakan	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021.

Berdasarkan tabel diatas bahwa kuesioner yang diberikan sebanyak 87 dan kuesioner yang dikembalikan sebanyak 87 sehingga kuesioner yang digunakan adalah sebanyak 87 kuesioner dengan tingkat pengembalian yang digunakan sebesar 100%. Dapat Disimpulkan bahwa jumlah kuesioner yang disebar dan yang dikembalikan sama dengan jumlah sampel yang diteliti yaitu sejumlah 87 responden.

3. Deskripsi Data Responden

Deskripsi data responden menggambarkan suatu keadaan atau kondisi yang merupakan informasi tambahan mengenai responden yang diteliti. Dalam penelitian ini responden memiliki beberapa karakteristik. Karakteristik penelitian tersebut terdiri atas:

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.2

Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	35	40,2	40,2	40,2
	Perempuan	52	59,8	59,8	100,0
	Total	87	100,0	100,0	

Sumber: Output IBM SPSS Statistic 23, Data Primer diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan table diatas,dapat diketahui informasi anggota berdasarkan jenis kelamin responden Laki-laki sebanyak 35 orang dengan persentase sebesar 40%, sedangkan jenis kelamin responden Perempuan sebanyak 52 orang anggota

dengan presentase 60%. Jadi dapat dilihat bahwa jumlah nasabah yang menabung di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan mayoritas perempuan.

b. Usia Responden

Tabel 4.3
Distribusi Frekuensi Usia Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-30	33	63,5	63,5	63,5
31-40	14	26,9	26,9	90,4
>40	5	9,6	9,6	100,0
Total	52	100,0	100,0	

Sumber: Output IBM SPSS Statistic 24, Data Primer diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 mayoritas responden berusia 20-30 tahun sebanyak 33 anggota BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan sebesar 63,5%, usia responden 31-40 tahun sebanyak 14 anggota BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan sebesar 26,9%, usia responden >40 tahun sebanyak 5 anggota BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan sebesar 9,6%. Dapat dilihat bahwa kategori jumlah nasabah yang menabung rata-rata berusia 20-30.

c. Lama Menjadi Anggota Responden

Tabel 4.4
Distribusi Frekuensi Lama Menjadi Anggota Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1-3	35	40.2	40.2	40.2
3-5	38	43.7	43.7	83.9
> 5	14	16.1	16.1	100.0
Total	87	100.0	100.0	

Sumber: Output IBM SPSS Statistic 24, Data Primer diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 4.5 dapat ditarik kesimpulan bahwa lama menjadi anggota responden mayoritas 1-3 tahun sebanyak 35 anggota BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan sebesar 40,2%, lama menjadi anggota responden 3-5 tahun sebanyak 38 anggota BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan sebesar 43,7%, >5 tahun sebanyak 14 anggota BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan sebesar 16,1%. Jadi dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dimana salah satu syarat pengambilan criteria responden adalah lamanya nasabah menabung di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan.

4. Deskripsi Variabel

Tanggapan karyawan berpartisipasi pada penelitian ini (responden) mengenai Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Anggota Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan, dapat dijelaskan melalui tanggapan responden. Variabel bebas terdiri dari Kualitas Pelayanan (X1) dengan jumlah pernyataan 12 butir dan Kualitas Produk (X2) dengan jumlah pertanyaan 10 butir. Sedangkan Variabel terikat yaitu Loyalitas (Y) dengan jumlah pertanyaan 8 butir.

a. Kualitas Pelayanan

- 1) Sesuai dengan hukum dan prinsip-prinsip Islam, bebas riba pada tabungan umum syariah di BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan
- 2) Pelayanan yang diberikan BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan sesuai dengan syariat Islam
- 3) Kantor BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan terjaga kebersihannya
- 4) Karyawan BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan berpenampilan rapi

- 5) Karyawan BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan memberikan layanan yang baik dari awal hingga akhir
- 6) Penanganan Administrasi produk tabungan umum syariah dilakukan dengan maksimal
- 7) Karyawan BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan memberikan layanan dengan cepat
- 8) Karyawan BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan bersedia menanggapi keluhan keluhan dengan tanggap
- 9) Karyawan BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan ramah dalam memberikan pelayanan kepada anggota
- 10) Karyawan BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan mempunyai kompetensi dalam bidang pelayanan anggota tabungan umum syariah
- 11) Karyawan BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan perhatian secara personal kepada anggota
- 12) Produk tabungan umum syariah BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan memberikan ketersediaan layanan sesuai dengan kebutuhan anggota

Tabel 4.5

Respon Terhadap Pernyataan X1

No. item	SS		S		KS		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	30	35	54	62	3	3	-	-	-	-	87
2	23	26	51	59	13	15	-	-	-	-	87
3	25	29	49	56	2	2	11	13	-	-	87

4	25	29	46	53	15	17	1	1	-	-	87
5	32	37	50	57	5	6	-	-	-	-	87
6	31	36	55	63	1	1	-	-	-	-	87
7	51	59	36	41	-	-	-	-	-	-	87
8	41	47	45	52	1	1	-	-	-	-	87
9	26	30	56	64	5	6	-	-	-	-	87
10	25	29	57	65	5	6	-	-	-	-	87
11	31	36	40	46	16	18	-	-	-	-	87
12	25	29	59	68	3	3	-	-	-	-	87
Jumlah	365		598		69		12				1044

Sumber: Output SPSS, data primer diolah peneliti, 2021

Tanggapan responden sebagaimana tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju dan sangat setuju terhadap item-item dalam variable kualitas pelayanan.

Skor = $\{(\sum TS \times 2) + (\sum KS \times 3) + (\sum S \times 4) + (\sum SS \times 5)\}$: (sampel x bnyak item x banyaknya skor)

Skor = $\{(12 \times 2) + (69 \times 3) + (598 \times 4) + (365 \times 5)\}$: $(87 \times 12 \times 5)$

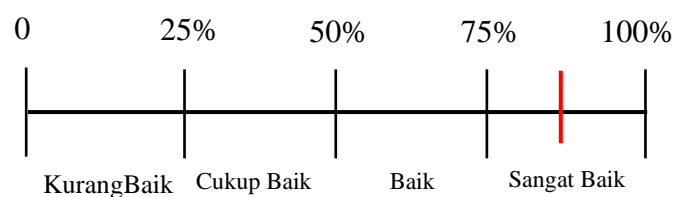
Skor = $\{24 + 207 + 2.392 + 1.825\}$: 5.220

Skor = $4.448 : 5.220$

Skor = $0,85 \times 100\%$

Skor = 85 % (sangat baik)

secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut :



Skor menunjukkan 85% yang artinya tanggapan responden sangat baik terhadap item yang ada pada kualitas pelayanan. Hal ini sesuai dengan tanggapan responden ketika mengisi kuesioner bahwa dengan adanya antar jemput tabungan, sikap yang sopan, ramah sangat membantu perusahaan dalam meningkatkan loyalitas anggota.

b. Kualitas Produk (X2)

- 1) BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan memiliki sistem administrasi yang baik dalam transaksi menabung para anggota
- 2) Dalam pelaksanaan transaksi produk tabungan umum syariah tidak harus menunggu lama
- 3) Spesifikasi produk tabungan umum syariah yang ditawarkan sesuai dengan yang di lapangan
- 4) Bagi hasil produk tabungan umum syariah yang ditawarkan BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan sesuai dengan kemampuan anggota
- 5) Pencatatan nominal transaksi tabungan umum syariah sangat akurat
- 6) Kecepatan dan ketetapan pelayanan produk tabungan umum syariah BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan sangat baik
- 7) Fitur produk tabungan umum syariah di BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan sangat mudah
- 8) Produk tabungan umum syariah yang diberikan BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan sesuai dengan kebutuhan saya

9) Saya menggunakan produk tabungan umum syariah karena merupakan produk unggulan dari produk yang lain

10) Kecepatan dan ketepatan pelayanan produk tabungan umum syariah BMT UGT Sidogiri Pamekasan sangat baik

Tabel 4.6
Respon Terhadap Pernyataan X2

No. item	SS		S		KS		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	25	29	53	61	9	10	-	-	-	-	87
2	20	23	49	56	8	9	10	12	-	-	87
3	35	40	47	54	5	6	-	-	-	-	87
4	32	37	47	54	8	9	-	-	-	-	87
5	44	51	42	48	1	1	-	-	-	-	87
6	25	29	44	50	18	21	-	-	-	-	87
7	40	46	43	49	4	5	-	-	-	-	87
8	30	35	57	65	-	-	-	-	-	-	87
9	26	30	54	62	7	8	-	-	-	-	87
10	27	31	59	69	1	1	-	-	-	-	87
Jumlah	304		495		61		10				870

Sumber: Output SPSS, data primer diolah peneliti, 2021

Tanggapan responden sebagaimana tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju dan sangat setuju terhadap item-item dalam variable kualitas produk.

Skor = $\{(\sum TS \times 2) + (\sum KS \times 3) + (\sum S \times 4) + (\sum SS \times 5)\} : (\text{sampel} \times \text{banyak item} \times \text{banyaknya skor})$

$$\text{Skor} = \{(10 \times 2) + (61 \times 3) + (495 \times 4) + (304 \times 5)\} : (87 \times 10 \times 5)$$

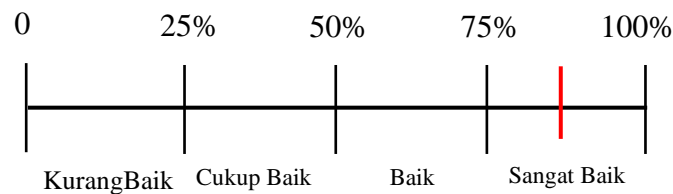
$$\text{Skor} = \{20 + 183 + 1.980 + 1.520\} : 4.350$$

$$\text{Skor} = 3.703 : 4.350$$

$$\text{Skor} = 0,85 \times 100\%$$

$$\text{Skor} = 85\% \text{ (sangat baik)}$$

secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut :



Skor menunjukkan 85% yang artinya tanggapan responden sangat baik terhadap item yang ada pada kualitas produk. Hal ini sesuai dengan tanggapan responden ketika mengisi kuesioner bahwa dengan keunikan produk tabungan umum syariah dan sesuai spesifikasi yang dijanjikan sangat membantu perusahaan dalam meningkatkan loyalitas anggota.

c. Loyalitas (Y)

- 1) Saya telah menabung secara berulang di BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan
- 2) Saya telah menggunakan semua produk yang sesuai dengan kebutuhan saya di BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan
- 3) Saya telah menggunakan produk lain yang ada di BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan

- 4) Saya puas dengan produk BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan karena sesuai dengan harapan saya
- 5) Saya telah merekomendasikan BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan kepada orang lain
- 6) Saya telah mengajak keluarga saya untuk menabung di BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan
- 7) Saya bangga dengan produk tabungan umum syariah di BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan
- 8) Saya tidak akan beralih kepada produk lain selain produk tabungan umum syariah BMT UGT Sidogiri

Tabel 4.7

Respon Terhadap Pernyataan Y

No. item	SS		S		KS		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	42	48	34	39	11	13	-	-	-	-	87
2	43	50	33	38	2	2	9	10	-	-	87
3	35	40	42	48	10	12	-	-	-	-	87
4	20	23	54	62	4	5	9	10	-	-	87
5	32	37	43	49	12	14	-	-	-	-	87
6	32	37	49	56	6	7	-	-	-	-	87
7	29	33	46	53	12	14	-	-	-	-	87
8	30	35	42	48	15	17	-	-	-	-	87
Jumlah	263		343		72		18				696

Sumber: Output SPSS, data primer diolah peneliti, 2021

Tanggapan responden sebagaimana tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju dan sangat setuju terhadap item-item dalam variable kualitas pelayanan.

Skor = $\{(\Sigma TS \times 2) + (\Sigma KS \times 3) + (\Sigma S \times 4) + (\Sigma SS \times 5)\} : (\text{sampel} \times \text{banyak item} \times \text{banyaknya skor})$

Skor = $\{(18 \times 2) + (72 \times 3) + (342 \times 4) + (263 \times 5)\} : (87 \times 8 \times 5)$

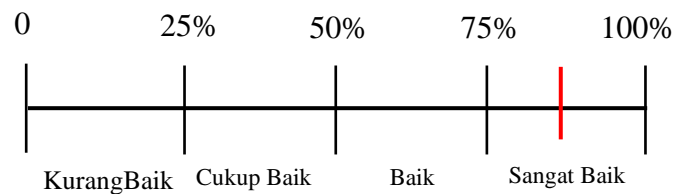
Skor = $\{36 + 216 + 1.372 + 1.315\} : 3.480$

Skor = $2.939 : 3.480$

Skor = $0,84 \times 100\%$

Skor = 84% (sangat baik)

secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut :



Skor menunjukkan 84% yang artinya tanggapan responden sangat baik terhadap item yang ada pada loyalitas. Hal ini sesuai dengan tanggapan responden ketika mengisi kuesioner bahwa dengan pembelian ulang secara teratur, merekomendasikan kepada orang lain dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing sangat membantu perusahaan dalam meningkatkan loyalitas anggota.

5. Uji Instrumen (Kualitas Data)

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak untuk digunakan. Peneliti mengajukan kuesioner yang berisi 30 butir pernyataan, 12 butir pernyataan untuk variabel Kualitas Pelayanan(X1), 10 butir pernyataan untuk variabel Kualitas Produk (X2), dan 8 butir pernyataan untuk variabel Loyalitas (Y).

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen alat ukur telah menjalankan fungsi ukurnya. Validitas menunjukkan ketepatan dan kecepatan alat ukur dalam menjalankan fungsi ukurnya. Hasil ini dapat dilakukan dengan uji signifikansi yaitu dengan membandingkan nilai r -tabel dengan r -hitung untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dimana n adalah jumlah sampel dan α 0,05 (α = 5%). Apabila r -hitung lebih besar daripada r -tabel dan nilai r positif, maka butir pernyataan tersebut dapat dikatakan valid, begitupun sebaliknya.

Pada penelitian ini dengan jumlah sampel 87 dan α 0,05 didapat r -tabel 0,2108. Item kuesioner yang memiliki nilai koefisien korelasi lebih kecil dari nilai kritisnya tidak diikutsertakan dalam pengujian selanjutnya.

Setelah dilakukan uji validitas dengan menggunakan program SPSS, seluruh item pernyataan pada variabel X yaitu (Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk) serta item pernyataan pada variabel Y yaitu Loyalitas Anggota dinilai valid karena memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar dari 0,2108. Berikut ini adalah koefisien korelasi tiap item pernyataan terhadap skor totalnya.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Koefisien Korelasi	r-tabel	Validitas
Kualitas Pelayanan(X1)	X1.1	0,309**	0,211	Valid
	X1.2	0,684**	0,211	Valid
	X1.3	0,752**	0,211	Valid
	X1.4	0,771**	0,211	Valid
	X1.5	0,556**	0,211	Valid
	X1.6	0,483**	0,211	Valid
	X1.7	0,558**	0,211	Valid
	X1.8	0,403**	0,211	Valid
	X1.9	0,447**	0,211	Valid
	X1.10	0,498**	0,211	Valid
	X1.11	0,684**	0,211	Valid
	X1.12	0,583**	0,211	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,477**	0,211	Valid
	X2.2	0,745**	0,211	Valid
	X2.3	0,383**	0,211	Valid
	X2.4	0,590**	0,211	Valid
	X2.5	0,345**	0,211	Valid
	X2.6	0,539**	0,211	Valid
	X2.7	0,328**	0,211	Valid
	X2.8	0,401**	0,211	Valid
	X2.9	0,468**	0,211	Valid
	X2.10	0,337**	0,211	Valid

Loyalitas Anggota (Y)	Y.1	0,837**	0,211	Valid
	Y.2	0,845**	0,211	Valid
	Y.3	0,748**	0,211	Valid
	Y.4	0,826**	0,211	Valid
	Y.5	0,772**	0,211	Valid
	Y.6	0,472**	0,211	Valid
	Y.7	0,791**	0,211	Valid
	Y.8	0,721**	0,211	Valid

Keterangan: **Korelasi signifikan diatas 0,01

*Korelasi signifikan diatas 0,05

Sumber: Output SPSS, data primer diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 4.5, menunjukkan bahwa hasil r_{hitung} yang lebih besar dan positif daripada nilai r_{tabel} . Maka, indikator dari variabel Kualitas Pelayanan(X1), Kualitas Produk (X2), dan Loyalitas Anggota (Y) yaitu valid dan dapat dilakukan pengujian selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden atas kuesioner yang diberikan. Uji reliabilitas dilakukan dengan SPSS menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Bila hasil koefisien reliabilitas dari semua variabel menunjukkan positif dan signifikan, maka instrumen tersebut dinyatakan

reliabel. Kuesioner dinyatakan reliabel jika *Alpha Cronbach* > 0,600 dan tidak reliabel jika sama dengan atau dibawah 0,600.

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan(X1)	0,811	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,774	Reliabel
Loyalitas (Y)	0,892	Reliabel

Sumber: Output SPSS, data primer diolah peneliti, 2021

Dari keterangan tabel diatas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Alpha Cronbach* > 0,600. Dengan demikian variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Loyalitas Anggota dapat dikatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat ukur untuk penelitian selanjutnya.

6. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk melihat atau menguji suatu model regresi termasuk layak atau tidak layak digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik juga untuk menilai baik tidaknya model regresi yang dikembangkan. Pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package for The Social Sciences*) versi 23. Adapun uji asumsi klasik yang digunakan sebagai berikut:

a. Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel independen. Cara untuk menguji ada tidaknya multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai *Variance*

Inflation Factor (VIF) dan pada model regresi. Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil pengujian multikolinearitas sebagai berikut:

Tabel 4.10

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan(X1)	,378	2,647
Kualitas Produk (X2)	,378	2,647

Sumber: Output SPSS, data diolah peneliti, 2021

Dari hasil pengujian multikolinearitas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *tolerance* masing-masing variabel bebas berada di atas 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa antara variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas. Artinya bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel bebas.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat hubungan yang kuat baik positif maupun negatif antar data yang ada pada variabel-variabel penelitian. Pada uji autokorelasi ini menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW) dengan cara membandingkan DW hitung dengan DW tabelnya, derajat kepercayaan yang digunakan sebesar 5%.

Tabel 4.11**Hasil Uji Autokorelasi****Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,867 ^a	,752	,746	2,212	2,247

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk(X2), Kualitas Pelayanan(X1)

b. Dependent Variable: Loyalitas Anggota (Y)

Sumber: Output SPSS, 2021

Tabel tersebut menyatakan nilai DW sebesar 2,247, maka untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi, nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan nilai tabel DW dan derajat kepercayaan yang digunakan 5%. Pada tabel DW dengan melihat jumlah sampel $n = 87$ dan jumlah variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini ($k = 2$), didapati nilai dL dan dU sebagai berikut.

Tabel 4.12**Pengambilan Keputusan Hasil Uji Autokorelasi**

dL	dU	4 – dL	4 – dU	DW	Keputusan
1,605	1,699	2,395	2,301	2,247	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Tabel Durbin-Watson

Tabel tersebut menyatakan bahwa nilai DW sebesar 2,247 berada diantara $dU = 1,699$ dan nilai $4 - dU = 2,301$ ($dU < DW < (4-dU)$), sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi.

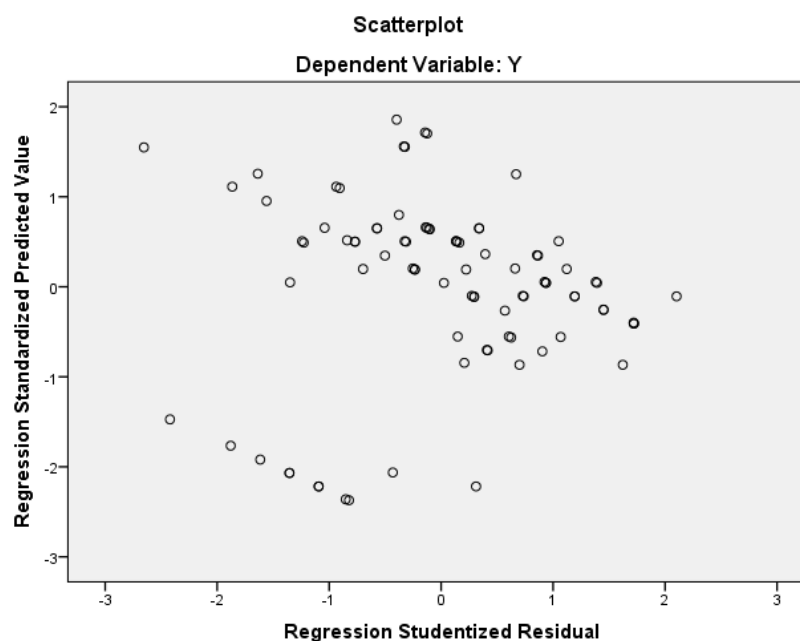
c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke

pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *scatter plot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan nilai residualnya.

Gambar 4.2

Hasil Uji Heterokedastisitas dengan *Scatter Plot*



Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan gambar 4.2 diatas dari hasil output SPSS 23, grafik *Scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik pada grafik tidak bisa membentuk pola tertentu yang jelas, di mana titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas. Hasil ini memperlihatkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk lebih memastikan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi, peneliti juga melakukan uji Glejser. Apabila hasil signifikansi $> 0,05$, maka tidak terjadi heterokedastisitas. Berikut hasil uji Glejser.

Tabel 4.13
Hasil Uji Glejser

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8,352	2	4,176	2,674	,075 ^b
	Residual	131,174	84	1,562		
	Total	139,526	86			

a. Dependent Variable: absRes

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber: Output SPSS, 2021

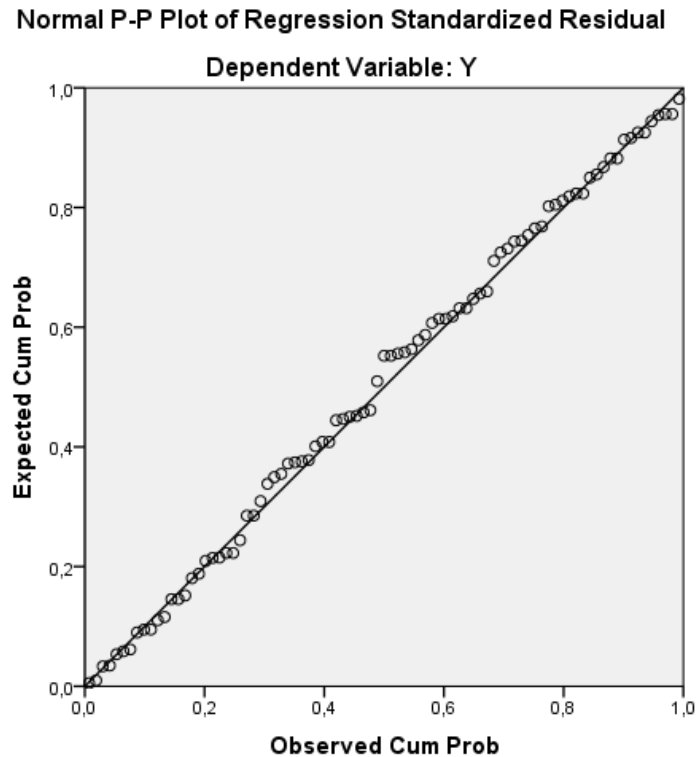
Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikasi yaitu sebesar $0,075 > \alpha (0,05)$. Sehingga dapat disimpulkan dalam model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

d. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak. Cara yang bisa ditempuh untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan grafik normal probability plot dengan cara melihat penyebaran data. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Adapun hasil uji normalitas sebagai berikut:

Gambar 4.3

Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik Normal *Probability Plot*



Sumber: Output SPSS, 2021

Dari hasil output SPSS di atas, pada grafik *normal probability plot* menunjukkan bahwa data (titik-titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji kenormalan data juga bisa dilakukan dengan Uji Kolmogorov-Smirnov. Jika $\text{Sig} > 0,05$, maka data berdistribusi normal. Dalam penelitian ini juga dilakuka *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Berikut hasil uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut.

Tabel 4.14

Hasil Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		87
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,18610755
Most Extreme Differences	Absolute	,059
	Positive	,033
	Negative	-,059
Test Statistic		,059
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* diatas, diperoleh nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 0,059 dengan signifikasi 0,200 lebih dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$), hal ini berarti bahwa data berdistribusi normal.

B. Pembuktian Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini model persamaan regresi berganda yang disusun untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Anggota Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dari hasil analisis menggunakan program SPSS versi 23, diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 4.15
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-20.240	3.637		-5.565	.000
Kualitas Pelayanan (X1)	.567	.093	.541	6.120	.000
Kualitas Produk (X2)	.588	.139	.375	4.239	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Anggota (Y)

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan analisis regresi linier berganda pada tabel 4.12 diatas diperoleh koefisien variabel independen Kualitas Pelayanan (X1) = 0,567 dan Kualitas Produk (X2) = 0,588 dengan konstanta sebesar (-20,240). Sehingga model persamaan regresi untuk mengetahui hubungan antar variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas, adalah sebagai berikut.

$$Y = -20.240 + 0,567 X1 + 0,588 X2 + e$$

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

- a. a (konstanta) sebesar -20.240 menyatakan bahwa jika variabel independen (Kualitas Pelayanandan Kualitas Produk) tidak dipertimbangkan (bernilai nol), maka Loyalitas Anggota Produk

Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan bernilai -20.240.

- b. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,567. Jika terjadi peningkatan sebesar 1 satuan pada variabel Kualitas Pelayanan(X1), maka Loyalitas Anggota Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan akan meningkat sebesar 0,567 satuan dengan asumsi variabel-variabel lainnya dianggap tetap. Sehingga variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas, dilihat dari koefisien yang bernilai positif (+).
- c. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X2) sebesar 0,588. Mempunyai arti bahwa jika Kualitas Produk(X2) meningkat sedangkan variabel lain (Kualitas Pelayanan) adalah tetap, maka Loyalitas Anggota Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan meningkat sebesar 0,588 satuan. Sehingga variabel kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap loyalitas, dilihat dari koefisien yang bernilai positif (+).

2. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel independen terhadap variabel dependen, dengan $\alpha = 0,05$. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Dengan membandingkan nilai F-hitung dan F-tabel
 - 1) Jika $F_{tabel} > F_{hitung}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2) Jika $F_{\text{tabel}} < F_{\text{hitung}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikan

1) Jika angka probabilitas signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2) Jika angka probabilitas signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil uji signifikan secara simultan variabel independen dengan SPSS versi 23 sebagai berikut.

Tabel 4.16

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1247.851	2	623.925	127.518	.000 ^b
	Residual	411.000	84	4.893		
	Total	1658.851	86			

a. Dependent Variable: Loyalitas Anggota (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk(X2), Kualitas Pelayanan(X1)

Sumber: Output SPSS, 2021

Hasil uji F tersebut diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 127,518 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari signifikansi 0,05). Nilai F_{tabel} sebesar 3,95 diperoleh dari dk penyebut = $V_2 = n$ (jumlah sampel) – k (jumlah variabel bebas) - 1 dan dk pembilang = $V_1 = k - 1$. $V_2 = 87 - 3 = 84$ dan $V_1 = 2 - 1 = 1$. Berarti nilai $F_{\text{hitung}} 127.518 > F_{\text{tabel}} 3,95$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel X (Kualitas

Pelayanan dan Kualitas Produk) secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Anggota Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Cabang Pamekasan.

3. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk) berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Loyalitas Anggota) dengan $\alpha = 0,05$. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Dengan membandingkan nilai t-hitung dan t-tabel
 - 1) Jika $t_{tabel} > t_{hitung}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - 2) Jika $t_{tabel} < t_{hitung}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikan
 - 1) Jika angka probabilitas signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - 2) Jika angka probabilitas signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil uji signifikansi secara parsial variabel independen dengan SPSS versi 23 sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-20.240	3.637		-5.565	.000
Kualitas Pelayanan (X1)	.567	.093	.541	6.120	.000

Kualitas Produk(X2)	.588	.139	.375	4.239	.000
---------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Loyalitas Anggota (Y)

Sumber: Output SPSS, 2021

Hasil analisis uji t diatas akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} . Nilai t_{tabel} diperoleh dari $df = n$ (jumlah sampel) – k (jumlah variabel bebas), $df = 87 - 2 = 85$ dan taraf signifikasi sebesar 0,05 diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,663. Pengaruh masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

Variabel Kualitas Pelayanan (X1) diperoleh t_{hitung} sebesar 6,120 dengan taraf signifikasi 0,000. Nilai t_{tabel} yaitu 1,663. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikasi $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 6,120 > t_{tabel} 1,663$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Cabang Pamekasan.

Variabel Kualitas Produk(X2) diperoleh t_{hitung} sebesar 4,239 dengan taraf signifikasi 0,000. Nilai t_{tabel} yaitu 1,663. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikasi $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,239 > t_{tabel} 1,663$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Cabang Pamekasan.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 4.18
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.867 ^a	.752	.746	2.212	2,247

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk(X2), Kualitas Pelayanan(X1)

b. Dependent Variable: Loyalitas Anggota (Y)

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan tabel tersebut, hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya Adjusted R² adalah 0,746 atau 74,6%. Hal ini berarti sebesar 74,6% kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya 74,6% variabel Loyalitas Anggota Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Cabang Pamekasan dijelaskan oleh variasi variabel independen Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk. Sedangkan sisanya (100% - 74,6% = 26,4%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mencoba memberikan pembahasan terhadap masing-masing variabel yang dibahas di dalam penelitian ini. Berikut penjelasan mengenai pengujian hipotesis akan diuraikan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan

Dalam penelitian ini model persamaan regresi berganda yang disusun untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Anggota Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan adalah: $Y = -20.240 + 0,567 X_1 + 0,588 X_2 + e$. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 0,567. Jika terjadi peningkatan sebesar 1 satuan pada variabel Kualitas Pelayanan (X_1), maka Loyalitas Anggota Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan akan meningkat sebesar 0,567 satuan dengan asumsi variabel-variabel lainnya dianggap tetap. Sehingga variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas, dilihat dari koefisien yang bernilai positif (+).

Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan besaran koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan bertanda positif yang berarti Kualitas Pelayanan berbanding lurus atau searah terhadap Loyalitas Anggota. Berdasarkan uji-t variabel Kualitas Pelayanan diperoleh t_{hitung} sebesar 6,120 dengan taraf signifikansi 0,000. Nilai t_{tabel} yaitu 1,663. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 6,120 > t_{tabel} 1,663$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Cabang Pamekasan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota.

Kualitas pelayanan produk tabungan umum syariah di BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan menerapkan strategi pelayanan antar jemput tabungan yakni karyawan BMT UGT Sidogiri Pamekasan mengunjungi rumah maupun pasar dimana tempat anggota berada setiap hari dari jam 08.00 sampai dengan jam 11.00 dan kualitas pelayanan yang diberikan karyawan BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan sangat baik dengan bersikap ramah, sopan dan dibumbui sedikit gurauan sehingga nasabah merasa nyaman. Dan berdasarkan hasil kuesioner bahwa responden lebih banyak menjawab setuju dan sangat setuju dari kuesioner yang saya sebarakan.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, dapat dimaknai bahwa Kualitas Pelayanan yang baik dapat memberikan kontribusi yang nyata terhadap peningkatan loyalitas anggota. Hal tersebut sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh Choirina Ika Agustin, tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Koran Jawa Pos Radar Kediri”. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.⁹²

Menurut peneliti, Kualitas Pelayanan sangat berpengaruh menjadikan pribadi seorang anggota akan merasa aman dan nyaman dalam menabung. Kualitas Pelayanan tersebut di BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan merupakan hal sangat penting guna menjaga eksistensi BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan dengan tujuan mempertahankan anggotanya agar selalu setia/loyal dalam menggunakan produk tabungan umum syariah, yakni dengan memberikan

⁹² Choirina Ika Agustin, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Koran Jawa Pos Radar Kediri”, Jurnal Ekonomi-Manajemen, ISSN: 2599-0748, Simki-Ekonomi Vol 02 No 03 Tahun 2018

pelayanan antar jemput tabungan umum syariah kepada anggota dan membangun rasa kekeluargaan yang tinggi anantara karyawan dan anggota.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Anggota Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan

Dalam penelitian ini model persamaan regresi berganda yang disusun untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Anggota Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan adalah: $Y = -20.240 + 0,567 X_1 + 0,588 X_2 + e$. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X_2) sebesar 0,588. Mempunyai arti bahwa jika Kualitas Produk (X_2) meningkat sedangkan variabel lain (Kualitas Pelayanan) adalah tetap, maka Loyalitas Anggota Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan meningkat sebesar 0,588 satuan. Sehingga variabel kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap loyalitas, dilihat dari koefisien yang bernilai positif (+).

Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan besaran koefisien regresi variabel Kualitas Produk bertanda positif yang berarti Kualitas Produk berbanding lurus atau searah terhadap Loyalitas anggota. Berdasarkan hasil uji-t variabel Kualitas Produk (X_2) diperoleh t_{hitung} sebesar 4,239 dengan taraf signifikansi 0,000. Nilai t_{tabel} yaitu 1,663. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,239 > t_{tabel} 1,663$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Anggota Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Cabang Pamekasan.

BMT UGT Sidogiri memiliki produk unggulan yakni Tabungan umum syariah, dimana akad yang digunakan yaitu akad berdasarkan prinsip syariah Mudharabah Musyarakah Al Mutlaqoh (akad yang dimana pengelola/mudharib menyertakan modal atau dananya dalam investasi). Keunikan produk ini terletak pada pendapatan bagi hasil bulanan yang halal tanpa mengandung riba, dan pada produk tabungan umum syariah merupakan produk inti pada BMT UGT Sidogiri karena dengan membuka rekening tabungan umum syariah seorang anggota dapat menggunakan semua produk yang ada di BMT UGT Sidogiri. Tabungan umum syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan menjalankan fungsinya dengan baik sesuai dengan spesifikasi-spesifikasi yang ditawarkan.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, dapat dimaknai bahwa Kualitas Produk yang baik dapat memberikan kontribusi yang nyata terhadap peningkatan loyalitas anggota. Hal tersebut sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh Daniel I Nyoman Renatha Cardia, I Wayan Santika, Ni Nyoman Rsi Respati. Tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan”. Metode penelitian yang digunakan adalah regresi linear berganda. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna kartu prabayar smartfren di kota Denpasar.⁹³

Menurut peneliti berdasarkan hasil observasi, dapat diketahui bahwa kualitas produk tabungan umum syariah di BMT UGT Sidogiri dijalankan sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan, sehingga menimbulkan rasa kepercayaan yang

⁹³ Daniel I Nyoman Renatha Cardia, I Wayan Santika, Ni Nyoman Rsi Respati, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan”, E-Jurnal Manajemen, Vol 8, No 11, 2019

tinggi pada diri anggota untuk tetap menabung di BMT UGT Sidogiri cabang Pamekasan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Loyalitas Anggota Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan

Dalam penelitian ini model persamaan regresi berganda yang disusun untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Anggota Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan adalah: $Y = -20.240 + 0,567 X_1 + 0,588 X_2 + e$. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 0,567. Jika terjadi peningkatan sebesar 1 satuan pada variabel Kualitas Pelayanan (X_1), maka Loyalitas Anggota Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan akan meningkat sebesar 0,567 satuan dengan asumsi variabel-variabel lainnya dianggap tetap. Sehingga variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas, dilihat dari koefisien yang bernilai positif (+).

Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X_2) sebesar 0,588. Mempunyai arti bahwa jika Kualitas Produk (X_2) meningkat sedangkan variabel lain (Kualitas Pelayanan) adalah tetap, maka Loyalitas Anggota Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan meningkat sebesar 0,588 satuan. Sehingga variabel kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap loyalitas, dilihat dari koefisien yang bernilai positif (+).

Di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang terapkan sangat baik dan sesuai dengan perspektif yang dijanjikan oleh BMT, sehingga dalam penyebaran kuesioner yang disebar oleh peneliti hasilnya lebih banyak tanggapan setuju dan sangat setuju dari nasabah. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara serentak berpengaruh terhadap loyalitas anggota tabungan umum syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, dapat dimaknai bahwa Kualitas Pelayanan dan kualitas produk dapat memberikan kontribusi yang nyata terhadap peningkatan loyalitas anggota. Hal tersebut sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh Choirina Ika Agustin, tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Koran Jawa Pos Radar Kediri”. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.⁹⁴

Pembahasan ini akan menjelaskan jawaban dari rumusan masalah “Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap loyalitas anggota tabungan umum syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan?”

Setelah dilakukan uji F diperoleh Hasil uji F tersebut diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 127,518 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari signifikansi 0,05). Nilai F_{tabel} sebesar 3,95 diperoleh dari dk penyebut = $V_2 = n$ (jumlah sampel) – k (jumlah variabel bebas) - 1 dan dk pembilang = $V_1 = k - 1$.

⁹⁴ Choirina Ika Agustin, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Koran Jawa Pos Radar Kediri”, Jurnal Ekonomi-Manajemen, ISSN: 2599-0748, Simki-Ekonomic Vol 02 No 03 Tahun 2018

$V_2 = 87 - 3 = 84$ dan $V_1 = 2 - 1 = 1$. Berarti nilai $F_{hitung} 127.518 > F_{tabel} 4,04$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel X (Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk) secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Anggota Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Cabang Pamekasan.

Selain dari hasil uji F dapat juga dilihat dari hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya Adjusted R^2 adalah $0,746$ atau $74,6\%$. Hal ini berarti sebesar $74,6\%$ kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya $74,6\%$ variabel Loyalitas Anggota Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Cabang Pamekasan dijelaskan oleh variasi variabel independen Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk. Sedangkan sisanya ($100\% - 74,6\% = 26,4\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.