

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Penelitian

1. Profil BMT NU Cabang Larangan Pamekasan

Usaha BMT NU ini diawali oleh rasa empati KH.Nawawi Thoyib (Alm) pada tahun 1993 tentang kondisi masyarakat yang menggunakan praktek rentenir yang ada di Desa Sidogiri. Kemudian beliau berinisiatif untuk melunasi semua hutang pada rentenir dan menggantinya dengan pinjaman tanpa bunga. Hal ini disambut baik oleh masyarakat. Kegiatan ini berjalan selama kurang lebih 4 tahun.

Dari kejadian itu, beberapa pakar koperasi yang dikoordinasi oleh Ust H. Mahmud Ali Zain berusaha untuk melanjutkan usaha dan semangat KH. Nawawi Thoyib (Alm) menjadi suatu lembaga yang jelas dan tertata rapi.¹ Kemudian Ust H. Mahmud Ali Zain berusaha untuk mengikuti kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan koperasi simpan pinjam seperti seminar dan sosialisasi tentang perbankan syariah. Dari kegiatan tersebut akhirnya terbentuk Koperasi BMT yang diberi nama Baitul Mal wat-Tamwil Maslahah Mursalah lil Ummah Pasuruan disingkat BMT MMU. Semangat yang ditunjukkan oleh para pendiri BMT semakin berkobar dan pada tanggal 4 September 1997, disahkanlah BMT MMU Pasuruan sebagai Koperasi Serba Usaha dengan Badan Hukum Koperasi nomor 608/BH/KWK.13/IX/97.

¹Ach. Sanusi, Kepala Cabang Pembantu BMT UGT Sidogiri Cabang Pagendingan, Wawancara langsung (10 Mei 2016), BMT UGT Sidogiri Cabang Pagendingan, Jam: 09.11

2. Visi dan Misi Koperasi BMT NU Cabang Larangan Pamekasan

Koperasi BMT NU Cabang Larangan Pamekasan memiliki visi dan misi sebagai berikut:²

a. Visi:

- 1) Terbagunnya dan berkembangnya ekonomi umat dengan landasan syariah islam.
- 2) Terwujudnya budaya *ta'awun* dalam kebaikan dan ketakwaan dibidang sosial ekonomi.
- 3) Memperbaiki ekonomi masyarakat secara syariah

b. Misi :

- 1) Menetapkan dan menerapkan syariat Islam dalam kegiatan ekonomi.
- 2) Memberikan pengertian bahwa ekonomi Islam yaitu adil, mudah dan muslahah.
- 3) Meningkatkan kesejahteraan ummat dan anggota.
- 4) Merapkan aktivitas muamalah dengan STAF (*Shiddiq, Tabligh, Amanah, dan Fathonah*)

3. Struktur Organisasi Koperasi BMT NU Cabang Larangan

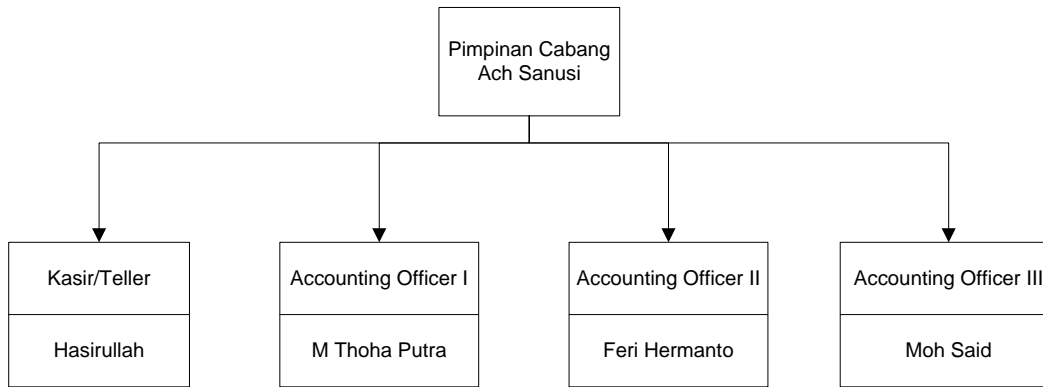
Struktur organisasi sangat penting dan mutlak diperlukan untuk mencapai hasil yang optimal, karena struktur organisasi adalah suatu jenjang wewenang yang ada di dalam organisasi sehingga akan memperlancar tugas dan pendelegasian wewenang pada seluruh bagian dalam suatu perusahaan atau organisasi.

Adapun struktur Koperasi BMT NU Cabang Larangan Pamekasan sebagai berikut:³

Gambar 4. 1 **Struktur Organisasi BMT NU Cabang Larangan**

² Dokumentasi, Brosur Produk Dana dan Jasa BMT Sidogiri, 2017.

³ Dokumen BMT UGT Sidogiri Cabang Pagendingan, 2017



Sumber: BMT NU Cabang Larangan Pamekasan (2020)

a. Job Description Koperasi BMT NU Cabang Larangan Pamekasan

Adapun tugas dan tanggung jawab umum dari setiap karyawan Koperasi BMT NU Cabang Larangan Pamekasan sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Uraian Tugas Koperasi BMT NU Cabang Larangan Pamekasan⁴

No	Jabatan	Job Description
1.	<i>Branch Manager</i>	Mengawasi dan bertanggung jawab atas pelaksanaan dan kelancaran kerja dibagian kantor cabang
2.	<i>A.O (Account Officer)</i>	Melakukan pengawasan atau mensurvei anggota yang akan meminjam dana dan melakukan tugas lapangan atau operasi lapangan, serta melayani anggota atau calon anggota yang berkonsultasi tentang ruang lingkup Koperasi BMT UGT Sidogiri
3.	Teller	Melaksanakan tugas-tugas yang berkaitan dengan aktifitas transaksi keuangan interen maupun eksteren Koperasi sehari-hari dan bertanggung jawab atas segala pekerjaan.

Sumber: BMT NU Cabang Larangan Pamekasan (2020)

⁴ Ach. Sanusi, Kepala Cabang Pembantu BMT UGT Sidogiri Cabang Pagendingan, Wawancara langsung (10 Mei 2016), BMT UGT Sidogiri Cabang Pagendingan, Jam: 10.05

4. Deskriptif Responden

Profil responden dalam penelitian ini terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan. Adapun hasil deskriptif mengenai profil responden tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 2
Jumlah Responden Menurut Jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	%
1	Laki-Laki	25	45,45%
2	Perempuan	30	54,55%
	Jumlah	55	100%

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa distribusi frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin di BMT NU Cabang Larangan Pamekasan adalah laki-laki sebesar 25 dengan persentase sebesar 45,45% sedangkan jenis kelamin wanita sebesar 30 dengan nilai persentase sebesar 54,55%.

Tabel 4. 3
Jumlah Responden Menurut Usia

No	Usia	Frekuensi	%
1	20 – 25	5	9%
2	26 – 30	8	15%
3	31 – 35	6	11%
4	36 – 40	4	7%
5	41 – 45	10	18%
6	46 – 50	10	18%
7	51 – 55	12	22%

Jumlah	55	100%
--------	----	------

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa distribusi frekuensi responden berdasarkan usia di BMT NU Cabang Larangan Pamekasan adalah usia 20 – 25 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase sebesar 9% sedangkan usia 26 – 30 tahun sebanyak 8 orang dengan nilai persentase sebesar 15%. Responden dengan usia 31 – 35 tahun sebanyak 6 orang dengan persentase sebesar 11%. Responden dengan usia 36 – 40 tahun sebanyak 4 orang dengan persentase sebesar 7%. Responden dengan usia 41 – 45 tahun sebanyak 10 orang dengan persentase sebesar 18%. Responden dengan usia 46 – 50 tahun sebanyak 10 orang dengan persentase sebesar 18%. Responden dengan usia 51 – 55 tahun sebanyak 12 orang dengan persentase sebesar 22%.

Tabel 4. 4
Jumlah Responden Menurut Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	%
1	SD	15	27%
2	SMP	15	27%
3	SMA	20	36%
4	S1	5	9%
Jumlah		55	100%

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa distribusi frekuensi responden berdasarkan pendidikan di BMT NU Cabang Larangan Pamekasan adalah responden dengan pendidikan SD sebanyak 15 orang dengan persentase sebesar 27%. Responden dengan pendidikan SMP sebanyak 15 orang dengan persentase sebesar 27%. Responden dengan pendidikan SMA

sebanyak 20 orang dengan persentase sebesar 36%. Responden dengan pendidikan S1 sebanyak 5 orang dengan persentase sebesar 9%.

Tabel 4. 5
Jumlah Responden Menurut Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	%
1	Petani	27	49%
2	Wiraswasta	13	24%
3	Pedagang	11	20%
4	ASN	4	7%
Jumlah		55	100%

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa distribusi frekuensi responden berdasarkan pekerjaan di BMT NU Cabang Larangan Pamekasan adalah responden yang memiliki pekerjaan petani sebanyak 27 orang dengan persentase sebesar 49%. Responden yang memiliki pekerjaan wiraswasta sebanyak 13 orang dengan persentase sebesar 24%. Responden yang memiliki pekerjaan pedagang sebanyak 11 orang dengan persentase sebesar 20%. Responden yang memiliki pekerjaan ASN sebanyak 4 orang dengan persentase sebesar 7%.

5. Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil penelitian maka distribusi frekuensi jawaban responden adalah sebagai berikut :

- a. Variabel bebas yaitu kualitas pelayanan jasa (X) terdiri dari pegawai memberikan salam (X_{1_1}), tepat waktu (X_{1_2}), ketepatan informasi yang diberikan (X_{2_1}), solutif (X_{2_2}), mudah beradaptasi (X_{3_1}), Ramah terhadap nasabah (X_{3_2}), Sistem keamanan BMT sangat baik (X_{4_1}), jaminan yang baik terhadap nasabah (X_{4_2}), Ruang tunggu di BMT bersih dan nyaman (X_{5_1}) dan BMT menyediakan tempat parkir yang luas dan aman (X_{5_2})

Tabel 4. 6
Pegawai Memberikan Salam (X_{1_1})

		Frekuensi	Persen	Persen kumulatif
Valid	3	24	43.6	43.6
	4	28	50.9	94.5
	5	3	5.5	100.0
	Total	55	100.0	

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan jawaban responden menunjukkan untuk indikator pegawai memberikan salam yang menjawab Ragu-ragu (3) sebanyak 24 orang (43,6%), menjawab Setuju (4) sebanyak 28 orang (50,9%) dan menjawab Sangat Setuju (5) sebanyak 3 orang (5,5%).

Tabel 4. 7
Tepat Waktu (x_{1_2})

		Frekuensi	Persen	Persen kumulatif
Valid	3	24	43.6	43.6
	4	25	45.5	89.1
	5	6	10.9	100.0
	Total	55	100.0	

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan jawaban responden menunjukkan untuk indikator tepat waktu yang menjawab Ragu-ragu (3) sebanyak 24 orang (43,6%), menjawab Setuju (4) sebanyak 25 orang (45,5%) dan menjawab Sangat Setuju (5) sebanyak 6 orang (10,9%).

Tabel 4. 8
Ketepatan Informasi yang Diberikan (X_{2_1})

		Frekuensi	Persen	Persen kumulatif
Valid	3	27	49.1	49.1
	4	26	47.3	96.4
	5	2	3.6	100.0
	Total	55	100.0	

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan jawaban responden menunjukkan untuk indikator ketepatan informasi yang diberikan yang menjawab Ragu-ragu (3) sebanyak 27 orang (49,1%), jawaban Setuju (4) berjumlah 26 responden (47,3%) dan jawaban Sangat Setuju (5) berjumlah 2 responden (3,6%).

Tabel 4. 9
Solutif (X_{2_2})

		Frekuensi	Persen	Persen kumulatif
Valid	3	24	43.6	43.6
	4	24	43.6	87.3
	5	7	12.7	100.0
	Total	55	100.0	

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan jawaban responden menunjukkan untuk indikator solutif yang menjawab Ragu-ragu (3) sebanyak 24 orang (43,6%), jawaban menyetujui (4) berjumlah 24 responden (43,6%) dan jawaban Sangat Setuju (5) berjumlah 7 responden (12,7%).

Tabel 4. 10
Mudah Beradaptasi (X_{3_1})

		Frekuensi	Persen	Persen kumulatif
Valid	3	24	43.6	43.6
	4	23	41.8	85.5
	5	8	14.5	100.0
	Total	55	100.0	

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan jawaban responden menunjukkan untuk indikator mudah beradaptasi yang menjawab Ragu-ragu (3) sebanyak 24 orang (43,6%), menjawab Setuju (4) sebanyak 23 orang (41,8%) dan menjawab Sangat Setuju (5) sebanyak 8 orang (14,5%).

Tabel 4. 11
Ramah Terhadap Nasabah (X_{3_2})

		Frekuensi	Persen	Persen kumulatif
Valid	3	24	43.6	43.6
	4	28	50.9	94.5
	5	3	5.5	100.0
	Total	55	100.0	

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan jawaban responden menunjukkan untuk indikator ramah terhadap nasabah yang menjawab Ragu-ragu (3) sebanyak 24 orang (43,6%), menjawab Setuju (4) sebanyak 28 orang (50,9%) dan menjawab Sangat Setuju (5) sebanyak 3 orang (5,5%).

Tabel 4. 12
Sistem Keamanan BMT Sangat Baik (X_{4_1})

		Frekuensi	Persen	Persen kumulatif
Valid	3	24	43.6	43.6
	4	25	45.5	89.1
	5	6	10.9	100.0
	Total	55	100.0	

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan jawaban responden menunjukkan untuk indikator sistem keamanan BMT sangat baik yang menjawab Ragu-ragu (3) sebanyak 24 orang (43,6%), menjawab Setuju (4) sebanyak 25 orang (45,5%) dan menjawab Sangat Setuju (5) sebanyak 6 orang (10,9%).

Tabel 4. 13
Jaminan Yang Baik Terhadap Nasabah (X_{4_2})

		Frekuensi	Persen	Persen kumulatif
--	--	-----------	--------	------------------

Valid	3	27	49.1	49.1
	4	26	47.3	96.4
	5	2	3.6	100.0
Total		55	100.0	

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan jawaban responden menunjukkan untuk indikator jaminan yang baik terhadap nasabah yang menjawab Ragu-ragu (3) sebanyak 27 orang (49,1%), jawaban Setuju (4) sebanyak 26 responden (47,3%) dan jawaban Sangat Setuju (5) sebanyak 2 responden (3,6%).

Tabel 4. 14
Ruang Tunggu di BMT Bersih Dan Nyaman (X_{5_1})

		Frekuensi	Persen	Persen kumulatif
Valid	3	27	49.1	49.1
	4	22	40.0	89.1
	5	6	10.9	100.0
Total		55	100.0	

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan jawaban responden menunjukkan untuk indikator yang menjawab Ragu-ragu (3) sebanyak 27 orang (49,1%), jawaban Setuju (4) sebanyak 22 responden (40,0%) dan jawaban Sangat Setuju (5) sebanyak 6 responden (10,9%).

Tabel 4. 15
BMT Menyediakan Tempat Parkir Yang Luas Dan Aman (X_{5_2})

		Frekuensi	Persen	Persen kumulatif
Valid	3	15	27.3	27.3
	4	38	69.1	96.4
	5	2	3.6	100.0

		Frekuensi	Persen	Persen kumulatif
Valid	3	15	27.3	27.3
	4	38	69.1	96.4
	5	2	3.6	100.0
	Total	55	100.0	

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan jawaban responden menunjukkan untuk indikator BMT menyediakan tempat parkir yang luas dan aman yang menjawab Ragu-ragu (3) sebanyak 15 orang (27,3%), menjawab Setuju (4) sebanyak 38 orang (69,1%) dan menjawab Sangat Setuju (5) sebanyak 2 orang (3,6%).

b. Variabel terikat yaitu kepuasan nasabah (Y) terdiri dari Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (Y_1), Dimensi Kepuasan Pelanggan (Y_2), Konfirmasi Harapan (Y_3), Niat beli Ulang (Y_4), Kesiediaan untuk Merekomendasi (Y_5) dan Ketidakpuasan Pelanggan (Y_6).

Tabel 4. 16
Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (Y_1)

		Frekuensi	Persen	Persen kumulatif
Valid	3	13	23.6	23.6
	4	37	67.3	90.9
	5	5	9.1	100.0
	Total	55	100.0	

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan jawaban responden menunjukkan untuk indikator kepuasan Pelanggan Keseluruhan yang menjawab Ragu-ragu (3) sebanyak 13 orang (23,6%), jawaban Setuju (4) sebanyak 37 responden (67,3%) dan jawaban Sangat Setuju (5) sebanyak 5 responden (9,1%).

Tabel 4. 17
Dimensi Kepuasan Pelanggan (Y_2)

	Frekuensi	Persen	Persen kumulatif
--	-----------	--------	------------------

Valid	3	19	34.5	34.5
	4	29	52.7	87.3
	5	7	12.7	100.0
Total		55	100.0	

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan jawaban responden menunjukkan untuk indikator dimensi Kepuasan Pelanggan yang menjawab Ragu-ragu (3) sebanyak 19 orang (34,5%), jawaban Setuju (4) sebanyak 29 responden (52,7%) dan jawaban Sangat Setuju (5) berjumlah 7 responden (12,7%).

Tabel 4. 18
Konfirmasi Harapan (Y₃)

		Frekuensi	Persen	Persen kumulatif
Valid	3	19	34.5	34.5
	4	34	61.8	96.4
	5	2	3.6	100.0
Total		55	100.0	

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan jawaban responden menunjukkan untuk indikator konfirmasi harapan yang menjawab Ragu-ragu (3) sebanyak 19 orang (34,5%), menjawab Setuju (4) sebanyak 34 orang (61,8%) dan menjawab Sangat Setuju (5) sebanyak 2 orang (3,6%).

Tabel 4. 19
Niat Beli Ulang (Y₄)

		Frekuensi	Persen	Persen kumulatif
Valid	3	21	38.2	38.2
	4	30	54.5	92.7
	5	4	7.3	100.0
Total		55	100.0	

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan jawaban responden menunjukkan untuk indikator niat beli ulang yang menjawab Ragu-ragu (3) sebanyak 21 orang (38,2%), menjawab Setuju (4) sebanyak 30 orang (54,5%) dan menjawab Sangat Setuju (5) sebanyak 4 orang (7,3%).

Tabel 4. 20
Kesediaan Untuk Merekomendasi (Y₅)

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	3	13	23.6	23.6
	4	40	72.7	96.4
	5	2	3.6	100.0
	Total	55	100.0	

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan jawaban responden menunjukkan untuk indikator kesediaan untuk merekomendasi yang menjawab Ragu-ragu (3) sebanyak 13 orang (23,6%), jawaban Setuju (4) berjumlah 40 responden (72,7%) dan jawaban Sangat Setuju (5) sejumlah 2 responden (3,6%).

Tabel 4. 21
Ketidakpuasan Pelanggan (Y₆)

		Frekuensi	Persen	Persen kumulatif
Valid	3	18	32.7	32.7
	4	33	60.0	92.7
	5	4	7.3	100.0
	Total	55	100.0	

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan jawaban responden menunjukkan untuk indikator ketidakpuasan pelanggan yang menjawab Ragu-ragu (3) sebanyak 18 orang (32,7%), jawaban Setuju (4)

berjumlah 33 responden (60,0%) dan jawaban Sangat Setuju (5) berjumlah 4 responden (7,3%).

B. Pembuktian Hipotesis

1. Pengujian Instrumen Data

a. Uji Validitas

Kelayakan alat ukur yang digunakan dapat dilakukan dengan menggunakan uji validitas. Adapun hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 4. 22
Nilai Validitas

Variable	Indikator	nilai r_{hitung}	Nilai r_{table}	Keterangan
Keualitas Pelayanan (X)	X _{1_1}	0,721	0,2609	layak
	X _{1_2}	0,754	0,2609	layak
	X _{2_1}	0,728	0,2609	layak
	X _{2_2}	0,692	0,2609	layak
	X _{3_1}	0,669	0,2609	layak
	X _{3_2}	0,721	0,2609	layak
	X _{4_1}	0,754	0,2609	layak
	X _{4_2}	0,728	0,2609	layak
	X _{5_1}	0,773	0,2609	layak
	X _{5_2}	0,444	0,2609	layak
Kepuasan Nasabah (Y)	Y ₁	0,532	0,2609	layak
	Y ₂	0,510	0,2609	layak
	Y ₃	0,536	0,2609	layak
	Y ₄	0,562	0,2609	layak
	Y ₅	0,501	0,2609	layak

	Y ₆	0,564	0,2609	layak
--	----------------	-------	--------	-------

Sumber : Data diolah (2020)

Dari hasil uji kelayakan diketahui bahwa seluruh indikator layak untuk digunakan karena mempunyai nilai *correlation coefficient* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS versi 16 lebih besar dibandingkan dengan *correlation coefficient table* untuk jumlah responden sebanyak 55 dan *significancy* sebesar 5%.

b. Reliability Test

Untuk mengetahui tingkat kepercayaan alat ukur dapat dilakukan dengan menggunakan *Reliability Test*. Jika jawaban responden stabil dan tidak berubah dari waktu ke waktu, maka dapat dikatakan bahwa instrumen tersebut adalah *reliable*. *Instrument* dikatakan *reliable* jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,60$. Hasil pengujian *reliability test* ditunjukkan oleh table di bawah ini:

Tabel 4. 23
Nilai Reliability Test

Variabel	Cronbach's Alpha	Status
Kualitas pelayanan jasa (X)	0,980	Reliable
Kepuasan nasabah (Y)	0,905	Reliable

Sumber: Data diolah (2020)

Dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa bahwa variable X (kualitas pelayanan jasa), dan variabel Y (kepuasan nasabah) adalah reliabel.

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis Regresi Sederhana digunakan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel satu dengan variabel itu. Metode analisis regresi yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana karena hanya terdiri dari satu variable terikat saja yaitu kualitas pelayanan jasa dan kepuasan nasabah sebagai variable keluarannya.

Bentuk persamaan regresi linier sederhana yaitu:

$$Y = \alpha + b.X + e$$

dimana:

Y = Variabel terikat (kepuasan nasabah)

α = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Variabel bebas (kualitas pelayanan jasa)

e = komponen sisaan yang tidak diketahui hasilnya

Tabel 4. 24
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B'	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.058	1.418		6.389	.000		
X	.377	.039	.798	9.640	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable:

Y

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 16.0

Hasil pengujian dengan menggunakan SPSS versi 16 dapat diketahui persamaan regresi linier yaitu:

$$Y = 9,058 + 0,377 X$$

Kepuasan nasabah = 9,058 + 0,377 kualitas pelayanan jasa

Bentuk regresi linier di atas memiliki arti yaitu:

a. Konstanta = 9,058

Hal ini dapat diartikan bahwa jika variable bebas dibuat bernilai 0, maka variable terikatnya akan memberikan nilai yang positif sebesar 9,058.

b. + 0,377 . X (Variabel Kualitas Pelayanan Jasa)

Hal ini dapat diartikan bahwa jika nilai variable bebas mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka variable terikat akan mengalami peningkatan sebesar 0,377 satuan.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel residual dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak.⁵

Pengujian normalitas yang dilakukan menghasilkan data sebagai berikut:

Tabel 4. 25
Hasil Pengujian Normalitas

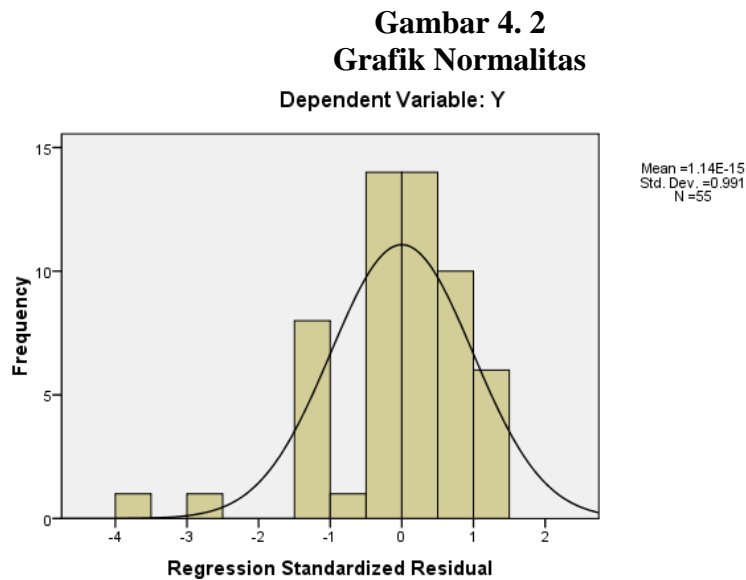
		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std Deviation	1.77359756
Most Extreme Differences	Absolut	.218
	Positiv	.101
	Negativ	-.218
Kolmogorov-Smirnov Z		1.616
Asymp Sig (2-tailed.)		.051

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 16.0

⁵ Imam Gozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Edisi Ketujuh, 2013), hal 160

Pengujian normalitas menunjukkan nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* 0,051. Karena nilai *Asymp Siig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05, maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.



Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 16.0

b. Autocorelation Test

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan periode t-1 (sebelumnya).

Autocorelation terjadi karena pengamatan yang dilakukan berhubungan dengan pengamatan lainnya. Untuk mengetahui masalah autokorelasi dapat dilakukan dengan menentukan nilai *durbin Watson*.

Tabel 4. 26
Autocorelation

Model Summary^b

Model ^a	R ²	R Squar	Adjusted R Squar	Std Error of the Estimate	Durbiin-Watson ^c
1	.798 ^a	.637	.630	1.790	1.142

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 16.0

Tabel 4. 27
Pengujian Pengambilan Keputusan DW

dL	dU	4-dL	4-dU	DW	Keputusan
1,5276	1,6014	2,4724	2,3986	1,142	ada autokorelasi positif

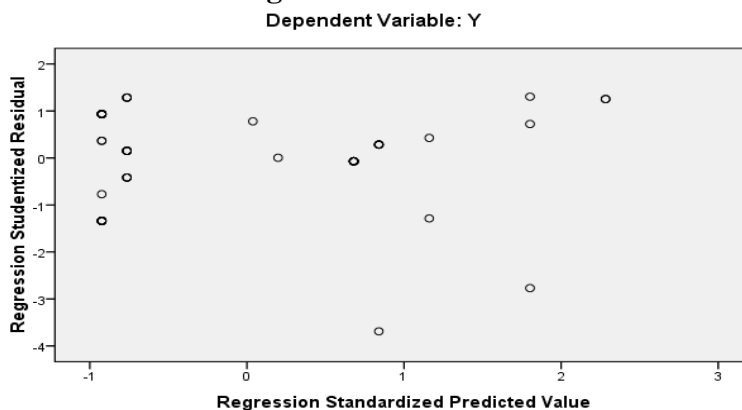
Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 16.0

Berdasarkan tabel Durbin Watson diatas menunjukkan bahwa nilai D-W sebesar 2,142. Nilai ini dibandingkan dengan nilai Durbin Watson dengan nilai signifikan 5%, dengan jumlah sampel (n) sebanyak = 55 dan jumlah variabel independen 1 (k = 1) diperoleh nilai dU 1,6014 dan dL 1,5276. Apabila nilai $1,6014 < 1,142 < 2,3986$ ($dU < DW < 4-dU$) maka dapat disimpulkan bahwa metode regresi dinyatakan ada autokorelasi positif.

c. Uji Heteroskedastisitas

Situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien-koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya

Gambar 4. 3
Pengolahan Data Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 16.0

Pengolahan data yang dilakukan menunjukkan bahwa data tersebar secara acak. Artinya data yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengalami heterokidastisitas.

Tabel 4. 28
Uji Glesjer

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.401	.980		1.429	.159
	X	-.004	.027	-.019	-.136	.893

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 16.0

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan metode Glesjer diperoleh nilai signifikansi 0,159 dan 0,893 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan data tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

d. Uji t (Uji Secara Individu)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X (Kualitas pelayanan jasa) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan nasabah) secara terpisah atau parsial. Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil uji signifikansi atau uji t dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4. 29
Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.058	1.418		6.389	.000		
	X	.377	.039	.798	9.640	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 16.0

Pengujian memberikan informasi bahwa nilai variabel kualitas pelayanan jasa diperoleh nilai $t_{hitung} = 9,640$ dan *significancy* 0,000, lebih besar jika diperbandingkan dengan nilai yang diperoleh dari table sebesar 1,67303, $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $\rho < 0,05$. Artinya H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak, artinya kualitas pelayanan jasa mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

e. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X).

Tabel 4. 30
Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Model'	R'	R Squar	Adjusted R Squar	Std Error of the Estimate	Durbiin-Watson
1	.798 ^a	.637	.630	1.790	1.142

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 16.0

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai R square adalah 0,637 atau 63,7%. Artinya kemampuan variable bebas yaitu kualitas pelayanan jasa untuk mempengaruhi variable terikat kepuasan nasabah sebesar 63,7%. Sedangkan sisanya yaitu 36,3%, kepuasan nasabah dipengaruhi variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

1. Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah

Nilai uji t variable kualitas pelayanan jasa sebesar 9,640 dengan nilai *significancy* 0,000. Nilai ini lebih besar dibandingkan dengan nilai uji t pada nilai table. Artinya, kualitas pelayanan jasa mempengaruhi kepuasan nasabah.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudirman (2011) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 atau 0%. Kualitas pelayanan yang baik mengakibatkan meningkatnya kepuasan pelanggan karena pelanggan dapat memenuhi semua kebutuhan ketika melakukan kegiatan di BMT NU Cabang Larangan Pamekasan.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas *performance* produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apa bila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika garapan pelanggan terpenuhi. Ada lima *driver* kepuasan nasabah, yaitu:⁶

a. Kualitas Produk/Jasa

Penilaian terhadap kualitas produk/jasa menggunakan 6 elemen dari kualitas produk/jasa, yaitu *performance, durability, feature, reliability, consistency, dan design*.

b. Harga

Harga merupakan sumber kepuasan nasabah dalam membeli produk/jasa, sehingga nasabah lebih memprioritaskan pada produk/jasa yang memiliki harga yang lebih murah.

c. Kualitas Pelayanan

Nasabah akan merasa puas jika dilayani dengan pelayanan yang baik, ramah dan tepat. Bahkan nasabah akan mengabaikan tentang harga produk/jasa jika nasabah dilayani dengan sangat baik dan ramah.

d. Keterikatan Emosi

keterikatan emosi dapat mempengaruhi pilihan nasabah dalam memilih produk/jasa karena nasabah telah merasakan bukti kualitas produk yang diberikan oleh suatu

⁶Indra Aditya, “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada UD Pandan Wangi*”, hlm. 4-8.

merek/perusahaan tertentu.

e. Biaya dan Kemudahan

Nasabah akan merasa puas jika dapat memperoleh produk/jasa dengan biaya yang rendah dan mudah diperoleh.⁷

Dapat disimpulkan bahwa pelanggan akan merasa puas apabila kebutuhan pelanggan akan merasa cukup terpenuhi dalam kualitas produk yang diperoleh sesuai dengan harga. Faktor kepuasan pelanggan juga dapat diukur dari kemudahan dalam bertransaksi menggunakan teknologi. Jika faktor-faktor tersebut mempengaruhi kepuasan pelanggan, maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan dalam kemajuan bisnisnya.

Kualitas jasa pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan BMT NU Cabang Larangan Pamekasan. Ikatan seperti ini memungkinkan BMT dapat mengerti apa yang menjadi harapan dan kebutuhan nasabah sehingga nasabah akan merasa puas. BMT bisa meningkatkan kegiatan positif dari nasabah dan menurunkan hal-hal yang kurang baik bagi nasabah.

2. Kualitas Pelayanan Jasa Memberikan Kontribusi Lebih Besar dari 50% Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai R square adalah 0,637 atau 63,7%. Artinya kemampuan variable bebas yaitu kualitas pelayanan jasa untuk mempengaruhi variable terikat kepuasan nasabah sebesar 63,7%. Sedangkan sisanya yaitu 36,3%, kepuasan nasabah dipengaruhi variable lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Hal ini menunjukkan bahwa H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak, artinya kualitas pelayanan jasa memberikan kontribusi lebih besar dari 50% terhadap kepuasan nasabah.

⁷Abner Tahendrika, "Analisis Kualitas Layanan Service Terhadap Tingkat Kepuasan Menggunakan Motor Suzuki Pada Bengkel PT. Sinar Pratam Makasar". Dalam Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan, Vol 1 No 3, 2015, hlm. 90.

Pelanggan yang marah atau tidak puas akan menimbulkan masalah karena mereka dapat berpindah ke perusahaan lain dan menyebarkan berita negatif dari mulut-kemulut. Sebab-sebab munculnya rasa tidak puas terhadap sesuatu antara lain: ⁸

- a. Harapan tidak sesuai dengan kenyataan.
- b. Adanya layanan yang tidak memuaskan.
- c. Adanya tindakan karyawan yang tidak profesional.
- d. sarana dan prasarana yang kurang memadai
- e. tidak efisien.
- f. Terlalu banyak janji tanpa disertai dengan bukti yang nyata

Dapat disimpulkan bahwa timbulnya ketidakpuasan pelanggan adalah pelayanan selama proses berlangsung tidak sesuai dengan harapan dan kenyataan, tetapi bisa juga karena perilaku personil terhadap nasabah kurang memuaskan.

Pengukuran kepuasan nasabah merupakan elemen terpenting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan efektif. Ada beberapa metode yang bisa dipergunakan oleh perusahaan untuk mengukur kepuasan pelanggan atau nasabahnya. Menurut Kotler pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui empat metode diantaranya.⁹

a. Pelayanan Terhadap Saran dan Kritik

Perusahaan yang baik perlu memberikan tempat untuk menerima saran dan kritik dari nasabahnya. Karena dari saran dan kritik tersebut dapat diperoleh informasi yang dapat membangun perusahaan.

Hasil penelitian ini mengenai keluhan terdapat data bahwa BMT memberikan solusi 100% dengan melayani semua keluhan dan saran yang diberikan oleh nasabah dan karyawan. BMT Cabang Larangan Pamekasan merespon keluhan dan saran secepat mungkin,

⁸Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 26.

⁹Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, *Service, Quality dan Satisfaction Edisi 3*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2011), hlm. 314-316.

sehingga nasabah merasa senang dan puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh BMT.

b. *Ghost Shopping*

Perkembangan perusahaan dapat dilakukan dengan memanfaatkan sebanyak mungkin informasi yang berhubungan dengan perusahaan ataupun dengan perusahaan pesaing. Informasi yang berhubungan dengan pesaing dapat dilakukan dengan cara mengirim beberapa orang karyawan untuk menjadi pembeli potensial perusahaan pesaing. Karyawan ini nantinya akan memperoleh informasi yang berhubungan dengan perusahaan pesaing yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menjadi lebih baik.

Dalam penelitian ini, BMT Cabang Larangan Pamekasan melakukan pemantauan dengan cara menggali informasi dari nasabah yang kebetulan menjadi nasabah di BMT lainnya. Dari informasi tersebut, jika baik akan menjadi masukan bagi BMT Cabang Larangan Pamekasan untuk berbenah dan meningkatkan kualitas pelayanan sehingga nasabah puas.

c. *Lost Customer Analysis*

Salah satu cara dalam mengukur kepuasan pelanggan yaitu dengan mencari informasi dari nasabah yang telah berhenti berlangganan dan menggali informasi mengenai penyebabnya.

BMT Cabang Larangan Pamekasan menghubungi kembali nasabah yang sudah berhenti untuk menggali informasi tentang kualitas pelayanan BMT. Selanjutnya informasi ini akan dijadikan masukan untuk BMT agar melakukan perbaikan untuk selanjutnya.

d. *Survey Kepuasan Pelanggan*

Survey dilakukan secara periodic untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah. Dari

hasil survey akan diperoleh informasi dari nasabah tentang hal-hal yang berhubungan dengan kepuasan nasabah.

Survey kepuasan nasabah merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengukur kualitas jasa pelayanan. Pengukuran kepuasan nasabah dapat dilakukan dengan mengukur tingkat keluhan dan saran yang dimasukkan oleh nasabah. Selain itu, pengukuran kepuasan nasabah dapat dilakukan dengan cara menyuruh beberapa karyawan untuk menjadi pelanggan potensial untuk produk pesaing dan melaporkan hasil temuannya untuk dijadikan rujukan dalam meningkatkan kualitas jasa pelayanan. Survey terhadap pelanggan yang telah berhenti menjadi pelanggan dapat dijadikan acuan tentang kualitas jasa pelayanan.

BMT melakukan survey kepuasan pelanggan dengan menggunakan kuesioner yang diberikan pada pelanggan ketika melakukan transaksi di BMT Cabang Larangan Pamekasan yang berisi item-item tentang kualitas pelayanan dan kepuasan yang diinginkan oleh pelanggan.