

BAB IV

DESKRIPSI DATA, PENGUJIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Sejarah Singkat Berdirinya KSPPS BMT NU Cabang Kota-Sumenep

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 KHM. 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.

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.

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 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.

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.

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: 02.599.962.4-608.000.⁵⁸

Sedangkan KSPP. SYARIAH BMT NU cabang Kota didirikan pada 16 April 2017 yang bertempat di daerah Pajagalan dengan modal awal 387.882.965 dan jumlah karyawan 5 pengelola. Dengan semakin tingginya tingkat kepercayaan masyarakat kepada lembaga keuangan syari'ah, menjadikan peluang KSPP. SYARIAH BMT NU cabang Kota untuk mengelola dan menyalurkan dana ke masyarakat lebih terbuka. Melalui kinerja yang berbasis syari'ah diharapkan KSPP. SYARIAH BMT NU cabang Kota mampu menjadi salah satu pendorong bangkitnya perekonomian di tingkat mikro yang berbasiskan syari'ah di daerah Pajagalan pada khususnya.⁵⁹

b. Visi KSPPS BMT NU Cabang Kota Sumenep

Terwujudnya BMT NU yang jujur, amanah, dan profesional sehingga Mampu Melayani Melampaui Harapan Anggota serta pada tahun 2018 memiliki Prestasi di

⁵⁸ <https://www.bmtnujatim.com/sejarah>. Diakses tanggal 11 Juni.

⁵⁹ Ahmad Rosyidi, Kepala Cabang BMT NU Cabang Kota-Sumenep

tingkat Nasional dengan Aset Rp. 20 milyar menuju kesejahteraan Anggota yang Mardhatillah.⁶⁰

c. Misi KSPPS BMT NU Cabang Kota Sumenep

- 1) Menerapkan prinsip-prinsip syari'at dalam kegiatan ekonomi, memberdayakan pengusaha kecil dan menengah, dan membina kepedulian aghniyaa (orang mampu) kepada dhuafaa (kurang mampu) secara terpola dan berkesinambungan.
- 2) Memberikan layanan usaha yang prima kepada seluruh Anggota dan mitra KSPPS BMT NU.
- 3) Mencapai pertumbuhan dan hasil usaha KSPPS BMT NU yang layak serta proporsional untuk kesejahteraan bersama.
- 4) Memperkuat permodalan sendiri dalam rangka memperluas jaringan layanan KSPPS BMT NU.
- 5) Turut berperan serta dalam gerakan pengembangan ekonomi syari'ah.⁶¹

d. Badan Hukum KSPPS BMT NU Cabang Kota Sumenep

Dari segi legalitas, koperasi syariah belum tercantum dalam UU No 25/1992 tentang Perkoperasian. Untuk sementara, keberadaan koperasi syariah saat ini didasarkan pada Keputusan Menteri (Kepmen) Koperasi dan UKM Republik Indonesia No 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tanggal 10 September 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS). Kemudian, selanjutnya diterbitkan instrument pedoman standar operasional

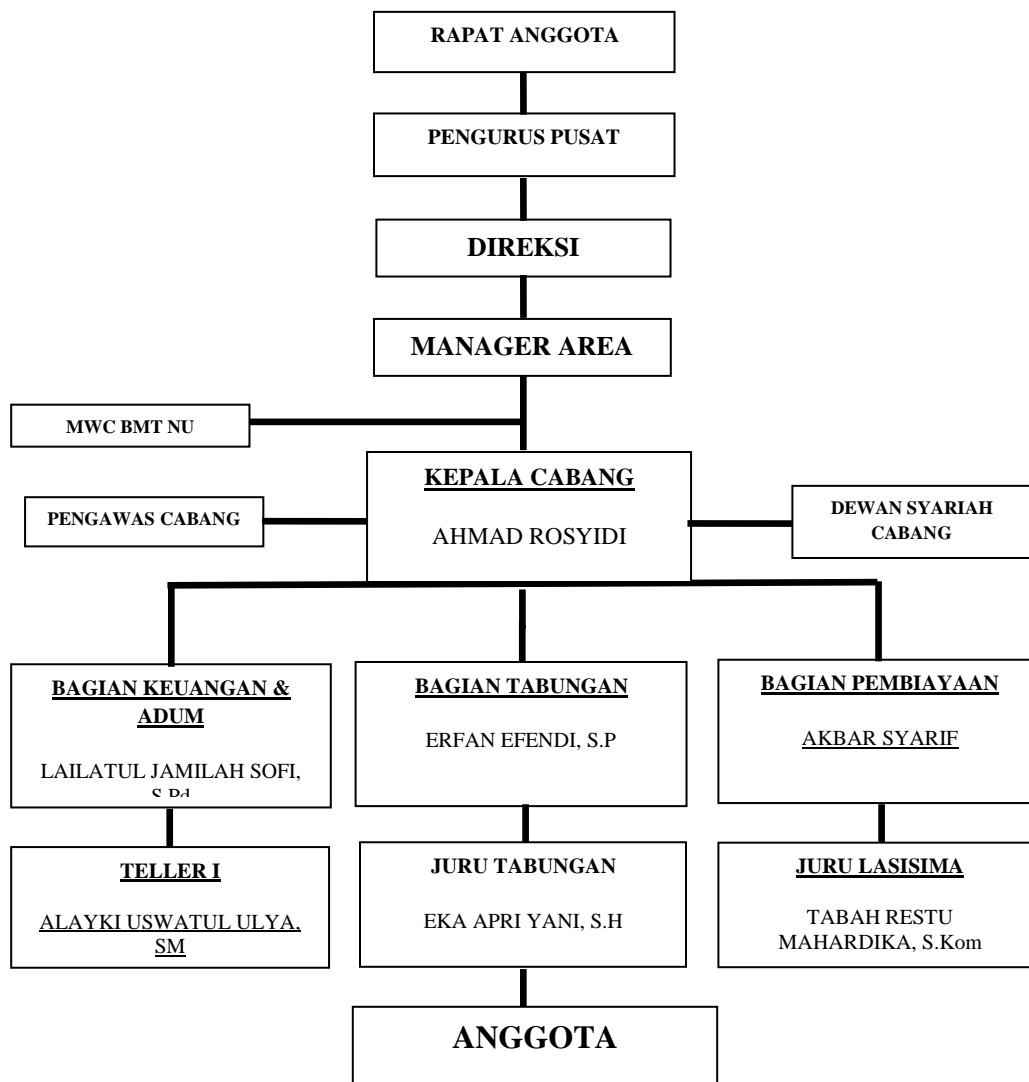
⁶⁰ <https://www.bmtnujatim.com/visi> . Diakses tanggal 11 Juni.

⁶¹ <https://www.bmtnujatim.com/misi>. Diakses tanggal 11 Juni.

manajemen KJKS/UJKS Koperasi, pedoman penilaian kesehatan KJKS/UJKS koperasi, dan pedoman pengawasan KJKS/ UJKS koperasi.⁶²

e. Struktur Organisasi

Gambar 4.1
Struktur Pengelola KSPP. Syariah BMT NU Cabang Kota Sumenep



Sumber :Data Penelitian, KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep 2020.⁶³

⁶² <https://www.bmtnujatim.com/badan hukum>. Diakses tanggal 11 Juni.

⁶³ Ahmad Rosyidi, Kepala Cabang BMT NU Cabang Kota-Sumenep.

2. Deskripsi Data Penelitian dan Responden

a. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian dikumpulkan dengan cara membagikan kuisisioner secara langsung kepada para anggota. Penelitian ini menyebarkan 105 kuisisioner kepada anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep. Pengumpulan data secara langsung dikumpulkan oleh peneliti dengan menemui responden, hal ini diharapkan supaya lebih efektif untuk meningkatkan *respon rate* respon dalam penelitian ini. Pengambilan sampel menggunakan tehnik *simple random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Demikian syarat pengolahan data dengan alat analisis SPSS 20 sampel dapat terpenuhi. Berikut rincian pengumpulan data penelitian dengan kuesioner yang ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1
Rincian Penerimaan dan Pengambilan Kuesioner

Kuesioner yang disebarkan	105
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang kembali	105
Kuesioner yang digugurkan	0
Kuesioner yang digunakan	105
Tingkat pengembalian	100 %
Tingkat pengembalian yang digunakan	100 %

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020.

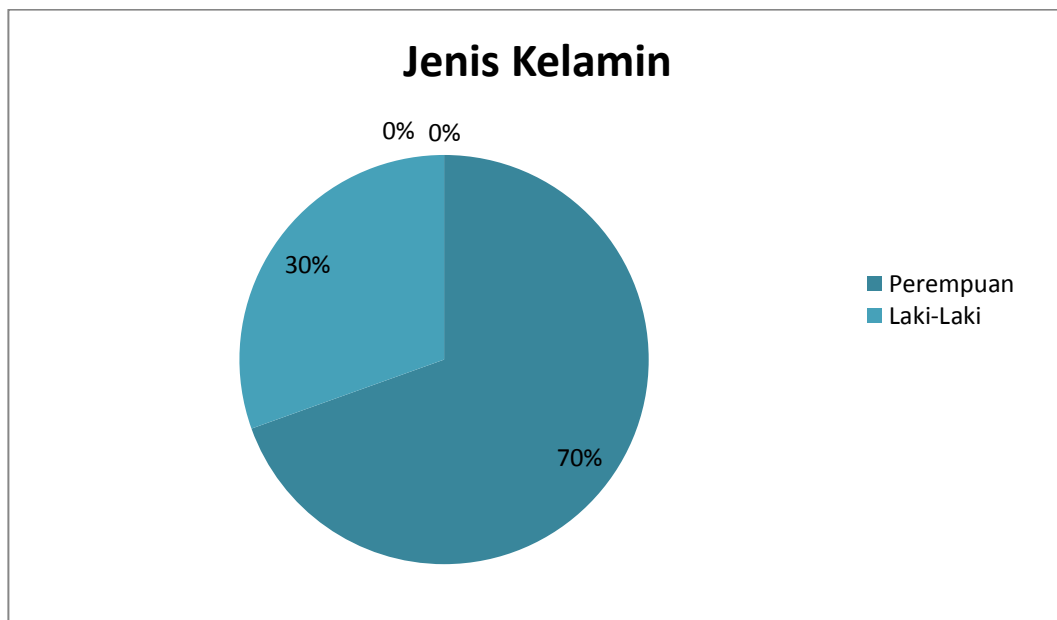
b. Deskripsi Data Responden

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

1) Jenis Kelamin Responden

Data mengenai jenis kelamin anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep yang menjadi responden dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Gambar 4.2
Jenis Kelamin Responden



Sumber : Data Primer yang diolah pada 2020.

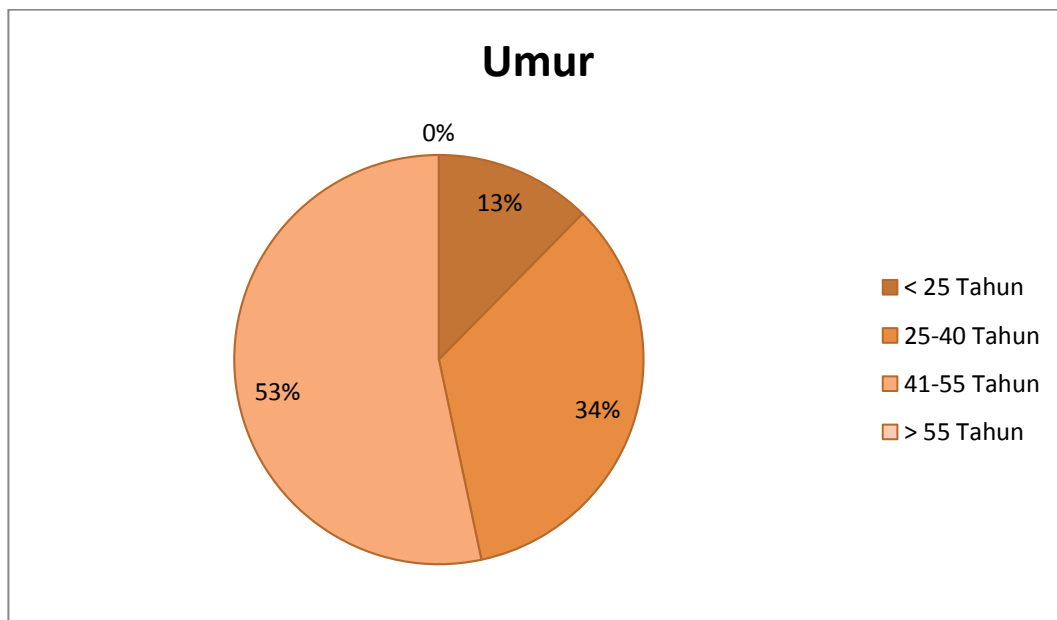
Berdasarkan keterangan pada gambar 4.2 tersebut, dapat diketahui informasi responden berdasarkan jenis kelamin, untuk responden yang berjenis kelamin laki-

laki berjumlah 32 orang dengan persentase 30%, dan untuk jenis kelamin perempuan berjumlah 73 orang dengan persentase 70%.

2) Umur Responden

Data mengenai umur responden dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan menjadi empat kategori, yaitu mulai umur < 25 tahun, 25-40 tahun, 40-55 tahun, dan > 55 tahun, kategori umur tersebut merupakan umur para anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep yang diambil sebagai responden pada penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 4.3
Umur Responden



Sumber : Data Primer yang diolah pada 2020.

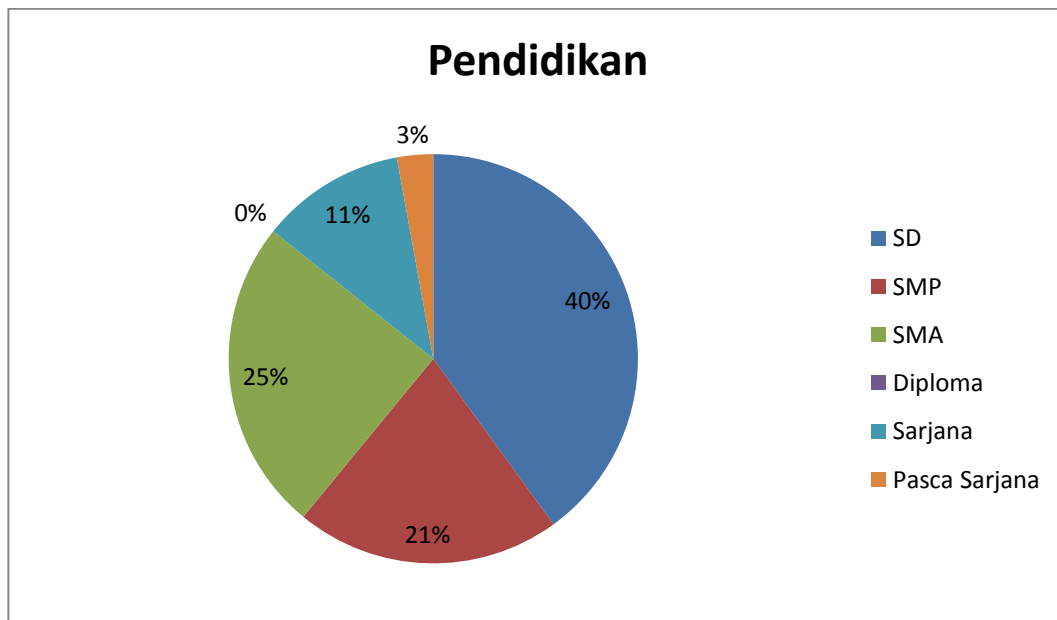
Berdasarkan keterangan pada gambar 4.3 tersebut, dapat diketahui umur anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep yang diambil sebagai responden yaitu < 25 tahun berjumlah 13 orang dengan perentase 13%, 25-40 tahun sebanyak 36

orang dengan persentase 34%, dan 40-55 tahun sebanyak 56 orang dengan persentase 53% dan >55 tahun sebanyak 0 orang dengan persentase 0%. Data ini menunjukkan bahwa responden atau anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep yang berpartisipasi pada penelitian ini berdasarkan kategori umur didominasi oleh anggota yang berusia 40-55 tahun.

3) Pendidikan Terakhir Responden

Data mengenai pendidikan terakhir responden dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan menjadi enam kategori, yaitu SD, SMP, SMA, Diploma, Sarjana (S1), dan Pasca Sarjana. Kategori pendidikan terakhir anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep yang diambil sebagai responden pada penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 4.4
Pendidikan Terakhir Responden



Sumber : Data Primer yang diolah pada 2020.

Berdasarkan keterangan pada gambar 4.4 tersebut, dapat diketahui pendidikan terakhir anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep yang diambil sebagai responden yaitu SD berjumlah 42 orang dengan persentase 40%, SMP berjumlah 22 orang dengan persentase 21%, SMA berjumlah 26 orang dengan persentase 25%, Diploma berjumlah 0 orang dengan persentase 0%, Sarjana (S1) berjumlah 12 orang dengan persentase 11%, dan Pasca Sarjana berjumlah 3 orang dengan persentase 3%.

3. Respon Tentang Korelasi *Customer Relationship Management* pada Loyalitas Anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep.

Tanggapan anggota yang berpartisipasi pada penelitian ini (responden) mengenai Korelasi *Customer Relationship Management* pada Loyalitas Anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep dijelaskan melalui tanggapan responden. Variabel *Independent* yaitu *Customer Relationship Management* Sedangkan *Dependent* yaitu Loyalitas Anggota. Data variabel tersebut diperoleh dari hasil angket yang telah tersebar.

Instrumen yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuisioner dengan menggunakan skala likert, jumlah pernyataan berupa 9 butir pernyataan untuk variabel CRM (X), dan 9 butir untuk variabel Loyalitas Anggota (Y) sehingga jumlah keseluruhan pernyataan adalah sebanyak 18 butir.

Tabel 4.2
Daftar Pernyataan Kuesioner

No	Pernyataan
1	Pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep memberikan perilaku dan sikap yang baik dalam melayani anggota
2	Pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep memahami secara benar tujuan penerapan manajemen hubungan pelanggan
3	Pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep memiliki kesiapan dari sisi pengetahuan dan keterampilan saat melayani anggota
4	Pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep memberikan penjelasan tentang target pasar yang akan di bidik saat melayani pelanggan
5	Pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep memberikan penjelasan tentang prosedur perusahaan saat melayani pelanggan
6	Pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep memberikan proses layanan pelanggan dengan baik saat melayani anggota
7	Teknologi yang digunakan KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep sangat mempermudah anggota saat bertransaksi
8	Teknologi yang di sediakan KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep proses penerapannya sangat mudah
9	Teknologi yang di gunakan KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep butuh pelatihan khusus untuk menerapkannya
10	Anggota menggunakan produk dan jasa pembiayaan secara berkesinambungan di KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep.
11	Bila ada produk dan jasa selain pembiayaan, saya akan menggunakannya.
12	Anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep selalu merekomendasikan kepada teman atau tetangga karena faktor kemudahan dalam proses pengajuan pembiayaan.
13	Anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep tidak terpengaruh dengan

	produk-produk BMT lain.
14	Anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep tidak hanya menggunakan produk dan jasa pembiayaan dengan wakru yang sebentar.
15	KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep lebih baik dari pada lembaga lainnya.
16	Anggota merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep.
17	Kualitas produk dan jasa yang ditawarkan KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep sudah sesuai dengan keinginan.
18	Anggota akan kembali mengunjungi KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep dalam waktu dekat.

Sumber: Vaithzal Rivai Zainal, Firdaus Djaelani, Salim Basalamah, dkk, 2017; Jill Griffin, 2005

a. Customer Relationship Management (X)

Sikap responden terkait variable *Customer Relationship Management (X)*

dijelaskan oleh item pernyataan berikut ini:

Tabel 4.3
Tanggapan Responden Tentang Variabel *Customer Relationship Management (X)*

Item NO	SS		S		R		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	78	74,3 %	27	25,7 %	-	-	-	-	-	-	105
2	68	64,8 %	33	31,4 %	4	3,8 %	-	-	-	-	105
3	56	53,3 %	47	44,8 %	2	1,9 %	-	-	-	-	105
4	57	54,3 %	43	41,0 %	5	4,8 %	-	-	-	-	105
5	47	44,8 %	55	52,4 %	3	2,9 %	-	-	-	-	105
6	57	54,3 %	44	41,9 %	4	3,8 %	-	-	-	-	105

7	66	62,9 %	35	33,3 %	4	3,8 %	-	-	-	-	105
8	49	46,7 %	52	49,5%	4	3,8 %	-	-	-	-	105
9	55	52,4%	48	45,7%	2	1,9%	-	-	-	-	105
Jumlah	533		384		28						945

Sumber : Data Primer yang diolah pada 2020.

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa pada tabel variabel CRM (X) tersebut terdapat 9 butir pertanyaan yang dibagikan kepada 105 responden, pada pernyataan 1 yaitu *“Pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep memberikan perilaku dan sikap yang baik dalam melayani anggota”*. Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 78 orang, adapun anggota yang *setuju* dengan pernyataan tersebut sebanyak 27 orang, dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 0 orang.

Pada pernyataan ke 2 yaitu *“Pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep memahami secara benar tujuan penerapan manajemen hubungan pelanggan”*. Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 68 orang, anggota yang *setuju* sebanyak 33 orang dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 4 orang.

Pada pernyataan ke 3 yaitu *“Pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep memiliki kesiapan dari sisi pengetahuan dan keterampilan saat melayani anggota”*. Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 56 orang, anggota yang *setuju* sebanyak 47 orang dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 2 orang.

Pada pernyataan ke 4 yaitu *“Pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep memberikan penjelasan tentang target pasar yang akan di bidik saat melayani*

pelanggan”. Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 57 orang, anggota yang *setuju* sebanyak 43 orang dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 5 orang.

Pada pernyataan ke 5 yaitu “*Pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep memberikan penjelasan tentang prosedur perusahaan saat melayani pelanggan*”. Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 47 orang, anggota yang *setuju* sebanyak 55 orang dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 3 orang.

Pada pernyataan ke 6 yaitu “*Pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep memberikan proses layanan pelanggan dengan baik saat melayani anggota*”. Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 57 orang, anggota yang *setuju* sebanyak 44 orang dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 4 orang.

Pada pernyataan ke 7 yaitu “*Teknologi yang digunakan KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep sangat mempermudah anggota saat bertransaksi*”. Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 66 orang, anggota yang *setuju* sebanyak 35 orang dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 4 orang.

Pada pernyataan ke 8 yaitu “*Teknologi yang di sediakan KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep proses penerapannya sangat mudah*”. Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 49 orang, anggota yang *setuju* sebanyak 52 orang dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 4 orang.

Pada pernyataan ke 9 yaitu “*Teknologi yang di gunakan KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep butuh pelatihan khusus untuk menerapkannya*”. Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 55 orang, anggota yang *setuju* sebanyak 48 orang dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 2 orang.

Berdasarkan tabel 4.2 tersebut menunjukkan responden memberikan tanggapan pada item CRM (X) sangat setuju sebanyak 533, responden memberikan jawaban setuju sebanyak 384 dan responden menjawab ragu sebanyak 28.

b. Loyalitas Anggota (Y)

Sikap responden terkait variabel Loyalitas Anggota (Y) dijelaskan oleh item pernyataan berikut ini:

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Tentang Variabel Loyalitas Anggota (Y)

Item NO	SS		S		R		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	68	64,8 %	35	33,3 %	2	1,9 %	-	-	-	-	105
2	49	46,7 %	52	49,5 %	4	3,8 %	-	-	-	-	105
3	66	62,9 %	32	30,5 %	7	6,7 %	-	-	-	-	105
4	58	55,2 %	44	41,9 %	3	2,9 %	-	-	-	-	105
5	53	50,5 %	45	42,9 %	7	6,7 %	-	-	-	-	105
6	49	46,7 %	52	49,5 %	4	3,8 %	-	-	-	-	105
7	45	42,9 %	59	56,2 %	1	1,0 %	-	-	-	-	105
8	46	43,8 %	58	55,2%	1	1,0 %	-	-	-	-	105
9	58	55,2%	43	41,0%	4	3,8%	-	-	-	-	105

Jumlah	492		420		33					945
---------------	------------	--	------------	--	-----------	--	--	--	--	------------

Sumber : Data Primer yang diolah pada 2020.

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa pada tabel variabel Loyalitas Anggota (Y) tersebut terdapat 9 butir pertanyaan yang dibagikan kepada 93 reponden, pada pernyataan ke 10 yaitu “*Anggota menggunakan produk dan jasa pembiayaan secara berkesinambungan di KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep*”. Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 68 orang, adapun anggota yang *setuju* dengan pernyataan tersebut sebanyak 35 orang, dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 2 orang.

Pada pernyataan ke 11 yaitu “*Bila ada produk dan jasa selain pembiayaan, saya akan menggunakannya*”. Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 49 orang, anggota yang *setuju* sebanyak 52 orang dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 4 orang.

Pada pernyataan ke 12 yaitu “*Anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep selalu merekomendasikan kepada teman atau tetangga karena faktor kemudahan dalam proses pengajuan pembiayaan*”. Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 66 orang, anggota yang *setuju* sebanyak 32 orang dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 7 orang.

Pada pernyataan ke 13 yaitu “*Anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep tidak terpengaruh dengan produk-produk BMT lain.*”. Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 58 orang, anggota yang *setuju* sebanyak 44 orang dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 3 orang.

Pada pernyataan ke 14 yaitu “*Anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep tidak hanya menggunakan produk dan jasa pembiayaan dengan wakru yang sebentar.*”. Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 53 orang, anggota yang *setuju* sebanyak 45 orang dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 7 orang.

Pada pernyataan ke 15 yaitu “*KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep lebih baik dari pada lembaga lainnya*”. Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 49 orang, anggota yang *setuju* sebanyak 52 orang dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 4 orang.

Pada pernyataan ke 16 yaitu “*Anggota merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep*”. Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 45 orang, anggota yang *setuju* sebanyak 59 orang dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 1 orang.

Pada pernyataan ke 17 yaitu “*Kualitas produk dan jasa yang ditawarkan KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep sudah sesuai dengan keinginan.*”. Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 46 orang, anggota yang *setuju* sebanyak 58 orang dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 1 orang.

Pada pernyataan ke 18 yaitu “*Anggota akan kembali mengunjungi KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep dalam waktu dekat*”. Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 58 orang, anggota yang *setuju* sebanyak 43 orang dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 4 orang.

Berdasarkan tabel 4.4 tersebut menunjukkan responden memberikan tanggapan pada item Loyalitas Anggota (Y) sangat setuju sebanyak 495, responden memberikan jawaban setuju sebanyak 420, dan responden menjawab ragu sebanyak 33.

4. Uji Kualitas Data

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan uji realibilitas , peneliti menggunakan analisis dengan SPSS (*Statistical Package for The Social Science*) versi 20. Berikut hasil uji validitas dan realibilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner dan kuesioner tersebut mampu membuktikan suatu variabel yang seharusnya diukur dari uji *pearson correlation*. Tingkat validitas dilakukan uji signifikan yaitu dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom* ($df = n - 2$), dimana n merupakan jumlah sampel dan *alpha* ($\alpha = 5\%$). Jika r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir pertanyaan dikatakan valid begitupun sebaliknya.

Penelitian ini besarnya df yakni $105 - 2$ atau $df = 103$ dan *alpha* ($\alpha = 5\%$) hasilnya diperoleh r_{tabel} 0,1918 Selanjutnya hasil perhitungan menggunakan SPSS, diperoleh nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} . Hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4. 5
Hasil Uji Validitas X

Item	Koefisien Korelasi	r_{tabel}	Validitas
<i>Customer Relationship Management</i>			
X.1	0,463	0,1918	Valid
X.2	0,698	0,1918	Valid
X.3	0,402	0,1918	Valid
X.4	0,525	0,1918	Valid
X.5	0,373	0,1918	Valid
X.6	0,520	0,1918	Valid
X.7	0,657	0,1918	Valid
X.8	0,404	0,1918	Valid
X.9	0,408	0,1918	Valid

Sumber : Output SPSS, data primer yang diolah, 2020.

Tabel 4. 6
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item	Koefisien Korelasi	r_{tabel}	Validitas
<i>Loyalitas Anggota</i>			
Y.1	0,414	0,1918	Valid
Y.2	0,676	0,1918	Valid
Y.3	0,564	0,1918	Valid
Y.4	0,624	0,1918	Valid
Y.5	0,506	0,1918	Valid
Y.6	0,676	0,1918	Valid
Y.7	0,333	0,1918	Valid
Y.8	0,343	0,1918	Valid
Y.9	0,669	0,1918	Valid

Sumber : Output SPSS, data primer yang diolah, 2020.

Tabel tersebut menunjukkan hasil nilai r_{hitung} pada kolom koefisien korelasi jika untuk setiap pertanyaan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dan positif dari pada nilai r_{tabel} yaitu 0,1918 dengan jumlah sampel 105 responden ($n = 105$) dan α 0,05

maka, indikator dari variabel X yaitu *Customer Relationship Management* adalah valid dan dapat dilakukan pengujian selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden atas kuesioner yang diberikan. Jika nilai *Cronbach's Alpha* (α) suatu variabel $\geq 0,60$ maka indikator yang digunakan oleh variabel terikat (Y) tersebut reliabel. Jika nilai *cronbach's alpha* (α) suatu variabel $< 0,60$ maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
X	0,616	Reliabel
Y	0,693	Reliabel

Sumber : Output SPSS, data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan keterangan tabel tersebut menunjukkan bahwa hasil perhitungan uji reliabilitas dari semua variabel yaitu reliabel, karena nilai *cronbach's alpha* berada diatas 0,60.

5. Uji Asumsi Klasik

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

a. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t - 1$ (sebelumnya). Uji autokorelasi ini menggunakan uji *Durbin Watson* dengan taraf signifikan 5% ketentuan pengambilan keputusan sebagai berikut:

Tabel 4.8
Ketentuan Pengambilan Keputusan

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No desicion</i>	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	<i>No desicion</i>	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$

Sumber: Tabel pengambilan keputusan ada tidaknya korelasi

Hasil uji autokorelasi berdasarkan program SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,667 ^a	,444	,439	2,044	1,801

a. Predictors: (Constant), CRM

b. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: Output SPSS, data primer yang diolah, 2020

Tabel diatas menunjukkan jika nilai DW sebesar 1,801, untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi, nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan nilai DW tabel sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Pengujian Asumsi Klasik Autokorelasi

DL	dU	4 - dL	4 - dU	DW	Kepuasan
1,6627	1,7011	2,6627	2,2989	1,801	Tidak ada autokorelasi

Sumber : Tabel Durbin-Watson

Keterangan:

Nilai DW 1,801 diperoleh dari tabel Durbin-watson dengan ketentuan 5%, n (sampel) = 105 serta k (jumlah variabel independen) = 1.

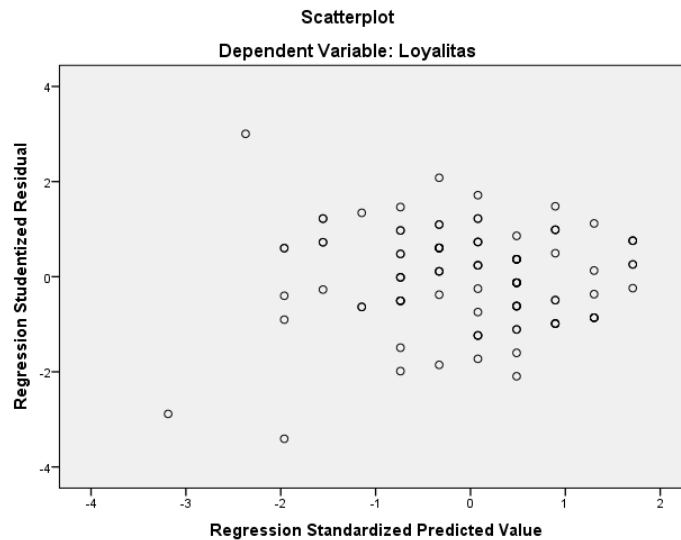
Tabel diatas menunjukkan nilai DW sebesar 1,801 berada diantara nilai dU = 1,7011 dan nilai 4 - dU = 2,2989 ($dU < DW < (4 - dU)$), sehingga disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi atau tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif pada data yang diuji. Artinya tidak terjadi korelasi diantara data pengamatan.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji hiteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak nyamanan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas salah satunya

dengan menggunakan uji grafik *Scatterplot* antara SRESID dan ZPRED sumbu Y yaitu Y yang telah diprediksi, dan sumbu X yaitu residual.

Gambar 4.5
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : *Output SPSS, 2020.*

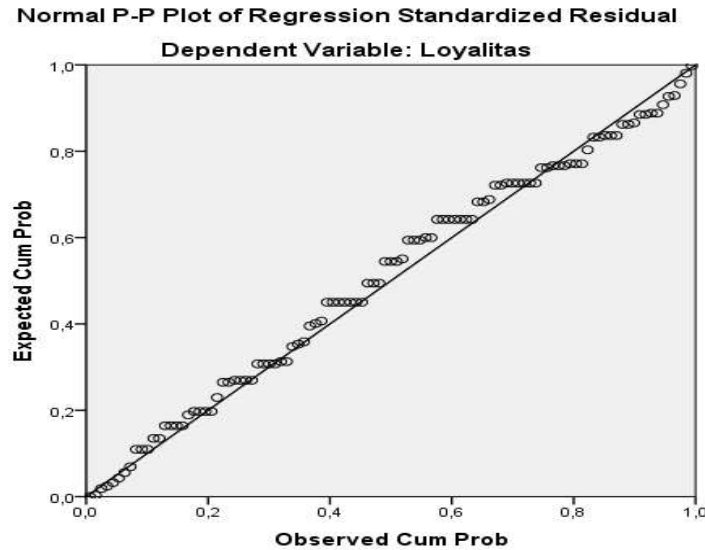
Berdasarkan gambar 4.5 tersebut dari hasil output SPSS 20, grafik *scatterplot* memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik tidak bisa membentuk pola tertentu yang jelas, dimana titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas. Hasil ini memperlihatkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Artinya variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel bebas dan terkait yang keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan *One-Sample Kolomogrov-*

smirnov. Hasil uji normalitas dengan menggunakan *One-Sample Kolmogrof-Smirnov* sebagai berikut:

Gambar 4.6
Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik Normal P.P Plot



Sumber :Output SPSS, 2020.

Tabel 4.11
Hasil Uji Kolmogrov Smirnov
One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,03442244
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,054
	Negative	-,071
Kolmogorov-Smirnov Z		,732
Asymp. Sig. (2-tailed)		,658

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Output SPSS, data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan uji *one-sample kolmogrov-smirnov* diatas, diperoleh nilai kolmogrov-smirnov Z sebesar 0,732 dengan signifikan 0,658 lebih dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$) ini berarti bahwa data berdistribusi normal.

B. Pembuktian Hipotesis

1. Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk meramalkan nilai pengaruh satu variabel bebas (CRM) terhadap suatu variabel terikat (Loyalitas). Model regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y=a+bX$$

Hasil analisis menggunakan SPSS (*Statistical Package for The Social Sciencen*) versi 20, diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,073	3,345		3,011	,003
	CRM	,742	,082	,667	9,074	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: Output SPSS, data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana pada tabel 4.12 diperoleh koefisien variabel independen CRM (X) = 0,742 dan konstanta sebesar 10,073. Jadi, model persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini, sebagai berikut:

$$Y = 10,073 + 0,742X$$

Model persamaan regresi linear Sederhana tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 10,073 menyatakan bahwa jika variabel X (independent) tidak dipertimbangkan (bernilai nol), maka Loyalitas Anggota pada KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep sebesar 10,073 atau 0,10073%.
- b. Model persamaan tersebut, nilai koefisien regresi untuk semua variabel mempunyai hubungan, berarti berhubungan keseluruhan variabel independen dan variabel dependen adalah positif. Sifat pengaruh yang positif menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan terhadap variabel independen maka Loyalitas Anggota pada KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep juga akan meningkat.
- c. $b = 0,742$, nilai koefisien regresi variabel CRM (X) sebesar 0,742. Jika terjadi peningkatan sebesar 1% pada variabel tersebut, maka Loyalitas Anggota pada KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep akan meningkat sebesar 0,742 atau 74,2 % dengan asumsi variabel –variabel yang lainnya dianggap tetap.
- d. Dari koefisien regresi masing-masing variabel independen (0,742) menunjukkan bahwa variabel CRM mempunyai hubungan yang besar pada Loyalitas Anggota pada KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep.

2. Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Uji signifikan individual satu variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan untuk mengukur secara terpisah kontribusi yang ditimbulkan dari variable tersebut terhadap variabel terikat, dengan $\alpha = 0,05$ dan pengambilan keputusan.

- a. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka variabel bebas tidak berpengaruh pada variabel terikat;

b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel bebas berpengaruh pada variabel terikat.

Tabel 4.13
Hasil Analisis Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,073	3,345		3,011	,003
	CRM	,742	,082	,667	9,074	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: Output SPSS, data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.13 analisis uji t diatas, pengaruh masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

Variabel CRM (X) diperoleh t_{hitung} sebesar 9,074 dengan taraf signifikan 0,000. Nilai t_{tabel} untuk model regresi tersebut yaitu 1,983. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 9,074 > t_{tabel} 1,983$, dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel CRM berhubungan dan signifikan pada Loyalitas Anggota.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

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

Tabel 4.14
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,667 ^a	,444	,439	2,044	1,801

a. Predictors: (Constant), CRM

b. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: Output SPSS, data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.14 tersebut, hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya *Adjust R²* adalah 0,444 atau 44,4%. Hal ini berarti sebesar 44,4% kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya 44,4% variabel Loyalitas Anggota dijelaskan oleh variasi variabel independen CRM. Sedangkan sisanya ($100\% - 44,4\% = 55,6\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti pada penelitian ini.

C. Pembahasan

1. Korelasi *Customer Relationship Management* pada Loyalitas Anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep

Pembahasan ini untuk menjawab dan menjelaskan tentang rumusan masalah yaitu adakah korelasi antara *Customer Relationship Management* pada Loyalitas Anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep.

Customer Relationship Management (CRM) adalah manajemen hubungan antara perusahaan dengan pelanggan sehingga baik perusahaan maupun pelanggannya akan menerima nilai maksimum dari hubungan ini. Strategi ini

menyadari bahwa membina hubungan jangka panjang dengan pelanggan adalah suatu strategi yang bagus, karena mempertahankan pelanggan yang sudah ada biasanya akan lebih murah dari pada mendapatkan pelanggan yang baru. Oleh karena itu, perusahaan melakukan upaya-upaya untuk memahami para pelanggannya sehingga kebutuhan mereka akan dapat dipenuhi dan mereka akan tetap setia pada perusahaan.⁶⁴

Adanya korelasi variabel *Customer Relationship Management* pada Loyalitas Anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep, dapat dilihat dari nilai koefisien variabel *Customer Relationship Management* yaitu bernilai 0,742 . Hal ini berarti *Customer Relationship Management* mempunyai korelasi yang positif terhadap Loyalitas Anggota, sehingga setiap terjadi peningkatan sebesar 1% pada *Customer Relationship Management* maka Loyalitas Anggota juga ikut meningkat sebesar 0,742 atau 74,2% dengan asumsi variabel yang dianggap tetap.

Sedangkan berdasarkan hasil analisis uji t (secara parsial) diketahui variabel *Customer Relationship Management* diperoleh t_{hitung} sebesar 9,074 dengan taraf signifikan 0,000. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ nilai t_{hitung} $9,074 > t_{table}$ 1,983 maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Customer Relationship Management* memiliki korelasi yang signifikan terhadap Loyalitas Anggota.

Dalam hal ini menunjukkan bahwa variabel *Customer Relationship Management* memiliki korelasi dengan kelayakitan anggota KSP BMT NU Cabang

⁶⁴ Raimond McLeod, Jr dan George P.Schell, *system informasi managemen edisi 10* (Jakarta: Selemba Empat,2008), hlm. 247

Kota-Sumenep, kondisi ini menunjukkan bahwa KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep menerapkan sistem *Customer Relationship Management* dengan sangat baik. KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep telah melayani anggota dengan baik sesuai dengan prosedur yang ada dan teori *Customer Relationship Management* yang telah dipaparkan sebelumnya pada kajian pustaka, dimana Pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep memberikan perilaku dan sikap yang baik dalam melayani anggota dan juga memiliki kesiapan dari sisi pengetahuan dan keterampilan saat melayani anggota sesuai dengan indikator *Customer Relationship Management* yang pertama yaitu manusia. Pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep juga memberikan penjelasan tentang target pasar yang akan di bidik, penjelasan tentang prosedur perusahaan, memberikan proses layanan pelanggan dengan baik saat melayani anggota hal ini sesuai dengan indikator *Customer Relationship Management* yang kedua yaitu proses dan prosedur. Serta teknologi yang digunakan KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep sangat mempermudah anggota saat bertransaksi dan cara penerapannya juga sangat mudah hal ini sesuai dengan indikator *Customer Relationship Management* yang ketiga yaitu strategi pemilihan dan pengembangan teknologi CRM.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri Windarwati M. Dahlan, Johny R.E Tampi, Tinneke M. tumbel dengan judul “Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk, KC Dotulolong Lasut Manado”. Hasil penelitian menyatakan terdapat pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil hipotesis, telah dibuktikan bahwa hipotesis alternatif (Ha) diterima, yaitu *Customer*

Relationship Management berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk, KC Dotulolong Lasut Manado.⁶⁵

2. Besar Korelasi *Customer Relationship Management* pada Loyalitas Anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep

Pembahasan ini untuk menjawab dan menjelaskan tentang rumusan masalah yaitu seberapa besar korelasi antara *Customer Relationship Management* pada Loyalitas Anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep.

Hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya *Adjust R²* adalah 0,444 atau 44,4%. Hal ini berarti sebesar 44,4% kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya 44,4% variabel Loyalitas Anggota dijelaskan oleh variasi variabel independen CRM. Sedangkan sisanya (100% - 44,4% = 55,6%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti pada penelitian ini. Dapat disimpulkan bahwa besar korelasi antara *Customer Relationship Management* pada Loyalitas Anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep adalah 44,4%.

Dengan asumsi bahwa *Customer Relationship Management* memiliki peran penting pada peningkatan loyalitas anggota serta dapat meningkatkan penjualan dan perluasan pasar di KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep. Anggota cenderung lebih loyal terhadap perusahaan jasa keuangan yang menyediakan produk/jasa sesuai kebutuhan dan keinginan mereka. Dalam hal ini dibutuhkan implementasi *Customer*

⁶⁵ Putri Windarwati M. Dahlan, Johny R.E Tampi, Tinneke M. tumbel “Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk, KC Dotulolong Lasut Manado”. hlm. 5.

Relationship Management pada KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep yang baik agar bisa mendapatkan anggota baru, mempertahankan anggota yang ada, dan meningkatkan hubungan dengan anggota.

Dilihat dari hasil kuesioner yang disebarakan yaitu sebanyak 105 anggota, sebagian besar menyatakan sangat setuju terhadap *Customer Relationship Management* yang ada pada KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep, namun ada juga yang menyatakan ragu. Dapat dilihat dari persentase disetiap pernyataan pada variabel *Customer Relationship Management* di bawah ini.

Pada pernyataan 1 yaitu “*Pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep memberikan perilaku dan sikap yang baik dalam melayani anggota*”. Dalam pernyataan tersebut respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 74,3%, adapun anggota yang *setuju* dengan pernyataan tersebut sebanyak 25,7%, dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 0%. Pada pernyataan pertama menunjukkan bahwa anggota merasa bahwa sikap dan perilaku pegawai saat melayani anggota sangat baik, sehingga anggota tentunya akan merasa nyaman saat melakukan transaksi apapun di KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep. Hal ini menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* memang sangat dibutuhkan agar anggota merasa nyaman, apalagi dilihat dari jenis kelamin responden kebanyakan adalah perempuan. Perempuan cenderung memiliki perasaan yang sensitive dan selalu ingin dilayani dengan baik.

Pada pernyataan ke 2 yaitu “*Pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep memahami secara benar tujuan penerapan manajemen hubungan pelanggan*”. Dalam pernyataan tersebut respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 64,8%,

anggota yang *setuju* sebanyak 31,4%, dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 3,8%. Pada pernyataan kedua ini sebagian anggota ada yang merasa ragu, dimana anggota menganggap bahwa pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep harus lebih memahami secara benar tujuan penerapan manajemen hubungan pelanggan itu sendiri.

Pada pernyataan ke 3 yaitu *“Pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep memiliki kesiapan dari sisi pengetahuan dan keterampilan saat melayani anggota”*. Dalam pernyataan tersebut respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 53,3%, anggota yang *setuju* sebanyak 44,8%, dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 1,9%. Pada pernyataan ketiga ini menunjukkan bahwa pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep memiliki kesiapan dari sisi pengetahuan dan keterampilan saat melayani anggota, dilihat dari responden yang menjawab ragu hanya 1,9%. Hal ini berarti KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep telah menerapkan *Customer Relationship Management* dengan baik.

Pada pernyataan ke 4 yaitu *“Pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep memberikan penjelasan tentang target pasar yang akan di bidik saat melayani pelanggan”*. Dalam pernyataan tersebut respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 54,3%, anggota yang *setuju* sebanyak 41,0% dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 4,8%. Pada pernyataan ke empat menunjukkan bahwa Pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep kurang memberikan penjelasan tentang target pasar yang akan di bidik saat melayani anggota sehingga ada anggota yang menjawab ragu dalam pernyataan ini..

Pada pernyataan ke 5 yaitu *“Pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep memberikan penjelasan tentang prosedur perusahaan saat melayani pelanggan”*. Dalam pernyataan tersebut respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 44,8%, anggota yang *setuju* sebanyak 52,4% dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 2,9%. Pada pernyataan kelima Pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep kurang memberikan penjelasan tentang prosedur perusahaan saat melayani anggota sehingga juga ada anggota yang menjawab ragu dalam pernyataan ini.

Pada pernyataan ke 6 yaitu *“Pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep memberikan proses layanan pelanggan dengan baik saat melayani anggota”*. Dalam pernyataan tersebut respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 54,3%, anggota yang *setuju* sebanyak 41,9% dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 3,8%. Pada pernyataan keenam ada 3,8% anggota yang menjawab ragu hal ini menunjukkan bahwa proses layanan pelanggan yang ada di KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep harus ditingkatkan lagi agar bisa lebih baik.

Pada pernyataan ke 7 yaitu *“Teknologi yang digunakan KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep sangat mempermudah anggota saat bertransaksi”*. Dalam pernyataan tersebut respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 62,9%, anggota yang *setuju* sebanyak 33,3% dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 3,8%. Pada pernyataan ketujuh menunjukkan bahwa teknologi yang digunakan KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep sangat mempermudah anggota saat bertransaksi, dapat dilihat dari anggota yang menyatakan sangat setuju sebanyak 62,9%.

Pada pernyataan ke 8 yaitu *“Teknologi yang di sediakan KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep proses penerapannya sangat mudah”*. Dalam pernyataan

tersebut respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 46,7%, anggota yang *setuju* sebanyak 49,5% dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 3,8%. Pada pernyataan kedelapan menunjukkan bahwa teknologi yang di sediakan KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep proses penerapannya kurang mudah dipahami. Mungkin karna umur dari responden disini kebanyakan anggota yang berumur 40-55 tahun sehingga ada sebagian yang kurang mengerti tentang menggunakan teknologi.

Pada pernyataan ke 9 yaitu "*Teknologi yang di gunakan KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep butuh pelatihan khusus untuk menerapkannya*". Dalam pernyataan tersebut respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 52,4%, anggota yang *setuju* sebanyak 45,7% dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 1,9%, pada pernyataan kesembilan ini menunjukkan bahwa anggota tidak butuh pelatihan khusus untuk menerapkan teknologi yang digunakan KSP BMT NU cabang Kota-Sumenep.

pada pernyataan ke 10 yaitu "*Anggota menggunakan produk dan jasa pembiayaan secara berkesinambungan di KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep*". Dalam pernyataan tersebut respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 64,8%, adapun anggota yang *setuju* dengan pernyataan tersebut sebanyak 33,3%, dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 1,9%. Pada pernyataan kesepuluh menunjukkan bahwa anggota menggunakan produk dan jasa pembiayaan secara berkesinambungan di KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep berarti anggota sudah loyal terhadap produk dan pembiayaan yang ada di KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep. Hal ini karna adanya *Customer Relationship Management* yang baik dari lembaga sehingga anggota selalu ingin menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep.

Pada pernyataan ke 11 yaitu “*Bila ada produk dan jasa selain pembiayaan, saya akan menggunakannya*”. Dalam pernyataan tersebut respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 46,7%, anggota yang *setuju* sebanyak 49,5% dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 3,8%. Pada pernyataan ke sebelas menunjukkan bahwa anggota ada yang ragu ketika ada produk dan jasa selain pembiayaan yang ditawarkan oleh KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep.

Pada pernyataan ke 12 yaitu “*Anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep selalu merekomendasikan kepada teman atau tetangga karena faktor kemudahan dalam proses pengajuan pembiayaan*”. Dalam pernyataan tersebut respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 62,9%, anggota yang *setuju* sebanyak 30,5% dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 6,7%. Pada pernyataan ke duabelas menunjukkan bahwa KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep harus lebih mempermudah dalam proses pengajuan pembiayaan agar anggota dapat merekomendasikan kepada teman atau tetangga mereka sehingga, akan banyak yang tertarik untuk menggunakan produk atau jasa yang ada di bahwa KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep.

Pada pernyataan ke 13 yaitu “*Anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep tidak terpengaruh dengan produk-produk BMT lain.*”. Dalam pernyataan tersebut respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 55,2%, anggota yang *setuju* sebanyak 41,9% dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 2,9%. Pada pernyataan ke tigabelas menunjukkan bahwa anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep tidak terpengaruh dengan produk-produk BMT lain meskipun ada juga anggota yang masih ragu dalam hal tersebut.

Pada pernyataan ke 14 yaitu “*Anggota KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep tidak hanya menggunakan produk dan jasa pembiayaan dengan waktu yang sebentar.*”. Dalam pernyataan tersebut respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 50,5%, anggota yang *setuju* sebanyak 42,9% dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 6,7%. Pada pernyataan ke empatbelas menunjukkan bahwa ada sekitar 6,7% anggota yang ragu untuk menggunakan produk dan jasa dalam jangka waktu yang lama. Dalam hal ini KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep harus bisa meyakinkan anggota agar dapat menggunakan produk dan jasa dalam jangka waktu yang lama.

Pada pernyataan ke 15 yaitu “*KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep lebih baik dari pada lembaga lainnya*”. Dalam pernyataan tersebut respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 46,7%, anggota yang *setuju* sebanyak 49,5% dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 3,8%. Pada pernyataan ke limabelas menunjukkan bahwa KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep lebih baik dari pada lembaga lainnya.

Pada pernyataan ke 16 yaitu “*Anggota merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep*”. Dalam pernyataan tersebut respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 42,9%, anggota yang *setuju* sebanyak 56,2% dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 1,0%. Pada pernyataan ke enambelas menunjukkan bahwa anggota merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh pegawai KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep. Saat anggota sudah merasa puas, secara otomatis anggota akan loyal terhadap produk dan jasa yang ada di KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep.

Pada pernyataan ke 17 yaitu “*Kualitas produk dan jasa yang ditawarkan KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep sudah sesuai dengan keinginan.*”. Dalam pernyataan tersebut respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 43,8%, anggota yang *setuju* sebanyak 55,2% dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 1,0%. Pada pernyataan ke tujubelas menunjukkan bahwa kualitas produk dan jasa yang ditawarkan KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep sudah sesuai dengan keinginan sehingga anggota akan terus kembali untuk menggunakan produk dan jasa yang ada di KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep.

Pada pernyataan ke 18 yaitu “*Anggota akan kembali mengunjungi KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep dalam waktu dekat*”. Dalam pernyataan tersebut respon anggota yang *sangat setuju* sebanyak 55,2%, anggota yang *setuju* sebanyak 41,0% dan anggota yang menjawab *ragu* sebanyak 3,8%. Pada pernyataan ke delapanbelas menunjukkan bahwa anggota ada yang merasa ragu untuk kembali mengunjungi KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep dalam waktu dekat yaitu sebanyak 3,8%. KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep harus dapat meyakinkan anggota agar anggota dapat loyal dan terus mengunjungi KSP BMT NU Cabang Kota-Sumenep untuk menggunakan produk dan jasanya.