

**PENGARUH KUALITAS PELAYAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DI BMT-MMU SIDOGIRI
KRATON PASURUAN**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Malang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh:

NUR ROFIK

NIM: 03220083



JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MALANG

2008

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DI BMT-MMU SIDOGIRI
KRATON PASURUAN**

SKRIPSI

O l e h

NUR ROFIK
NIM: 03220083

Telah Disetujui 14 April 2008
Dosen Pembimbing,

Irmayanti Hasan, ST., MM
NIP. 150327256

Mengetahui:
Dekan,

Drs. HA. MUHTADI RIDWAN, MA
NIP. 150231828

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini saya :

Nama : Nur Rofik
Nim : 03220083
Alamat : Pager Purwosari Pasuruan Jawa Timur Indonesia

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan manajemen fakultas ekonomi Universitas Islam Negeri Malang, dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BMT-MMU SIDOGIRI KRATON PASURUAN

Adalah hasil karya sendiri, bukan " Duplikasi" dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada " Klaim" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab dosen pembimbing dan atau pihak fakultas ekonomi, akan tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 10 maret 2008
Hormat saya,

Nur Rofik
NIM : 03220083

HALAMAN PERSEMBAHAN

aku persembahkan karya yang sederhana ini untuk kedua orang tuaku yang paling aku cintai

Bapak dan Ibu tercinta, terima kasih yang tak terhingga karena telah melimpahkan kasih sayang, memberikan dukungan spiritual dan material sehingga rofik dapat menyusun skripsi ini. Maaf juga yang sebesar-besarnya pada kedua orang tuaku yang kusayang, kucintai dan yang paling kuhormati. rofik ga' bisa lulus tepat pada waktunya, tapi insya Allah inilah yang terbaik yang rofik bisa tuangkan.

MOTTO

**“Peliharalah lisanmu dari ucapan,
Karena kamu akan menerima bencana.
Sesungguhnya bencana itu
Bersumber dari lisan ”**

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur ke hadirat Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat dan hidayah serta Inayah-Nya kepada penulis sehingga skripsi ini yang berjudul "*pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan*" dapat terselesaikan.

Shalawat dan salam penulis panjatkan kepada revolusioner kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam kebodohan menuju alam yang penuh dengan keilmiahan.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini jauh dari sempurna, namun penulis berharap dapat menjelaskan sedikit gambaran dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Imam Suprayogo, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Malang.
2. Drs. HA. Muhtadi Ridwan, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Malang.
3. Irmayanti Hasan ST. MM selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan waktu, arahan dan kontribusi dalam penyelesaian karya ini.

4. Semua Dosen Fakultas Ekonomi, terima kasih atas ilmu yang diberikan kepada kami, semoga ilmu yang diberikan kepada kami bisa bermanfaat dan mendapatkan balasan oleh Allah kelak.
5. Semua Karyawan Fakultas Ekonomi atas pelayanannya dan bantuan kepada kami sehingga kami lebih mudah dalam melakukan penelitian ini.
6. General Manager BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan beserta para karyawan atas bantuan dalam penyediaan data pada penelitian ini
7. Yang terhormat Bapak dan Ibu tercinta, yang telah memberikan bantuan, doa, serta dorongannya, baik yang Dhaahir maupun Bathin untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Adikku tercinta *wasiatul fadhilah* yang selalu nyiapin makan dan minum dalam mengerjakan tugas akhir ini.
9. Teman-teman yang selalu menemani ngobrol, cangkruan, ngopi bersama Sather (fauzi syafi'i), Pelus (agus fauzi), Kajie (ahmad zen), Bembeng bin kondom (agung rusdiawan), Pakde Simun (munir), Paijhon (fauzan sulistiawan), Nganjuk (saiq muzakki), Babe (papa rudi), kacuok (agung widodo), ja'far (kunam).
10. Seluruh teman-temanku angkatan 2003, yang tidak bisa kami sebutkan nama-namanya.

11. Temen-temenku anak IAIN SURABAYA, Bajai (zainuddin), mbah (ubet), Ateng (hasan).
12. Cewek-cewek yang pernah mengisi kehidupanku
13. Temen-temen rumah yang selalu ngajakin aku keluar dan ngopi bersama tuke (sokhe), onyen (roni).
14. Keponakanku yang lucu-lucu Ela, cindy, riza, novi, dyah
15. temen-temen albanjari.

Karena keterbatasan penulis sebenarnya karya ini masih jauh dari sempurna, saran dan kritik sangat dibutuhkan demi penyempurnaan skripsi ini dan penelitian selanjutnya.

Malang, 10 Maret 2008

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK.....	xvii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Batasan Penelitian.....	8
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	9
A. Penelitian Terdahulu.....	9
B. Jasa.....	11
1. Pengertian Jasa	11
2. Karakteristik Jasa	12
3. Klasifikasi jasa.....	14
C. Kualitas Pelayanan.....	17
1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	17

2. Dimensi kualitas pelayanan.....	19
3. Service Excellence.....	22
D. Kepuasan nasabah.....	23
1. Pengertian kepuasan	23
E. Pelayanan dalam Perspektif Islam.....	31
F. Kerangka berfikir.....	38
G. Hipotesis	39
BAB III : METODE PENELITIAN	41
A. Lokasi Penelitian	41
B. Jenis Penelitian.....	41
C. Populasi dan Sampel	41
1. Populasi	41
2. Sampel	42
D. Teknik Pengambilan Sampel	43
E. Data dan Sumber Data	44
1. Data Primer.....	44
2. Data Sekunder.....	45
F. Teknik Pengumpulan Data	45
G. Skala Pengukuran	46
H. Definisi Operasional Variabel	47
I. Pengujian Instrumen	49
1. Uji Validitas.....	49
2. Uji Reliabilitas.....	51
J. Model Analisis Data.....	52
1. Regresi Linier Berganda.....	52
2. Pengujian Koefisien Persamaan Regresi.....	52
a. Uji Simultan (Uji F).....	52
b. Uji Parsial (Uji T).....	54

3. Uji Asumsi Klasik.....	57
a. Uji Non Multikolinearitas.....	58
b. Uji Non-Autokorelasi.....	58
c. Uji Heteroskedastisitas.....	59
d. Uji Normalitas.....	60
e. Uji Linearitas	61

BAB IV : PAPARAN DAN PEMBAHASAN DATA HASIL

PENELITIAN.....	62
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	62
1. Sejarah BMT	62
a. Visi dan Misi Perusahaan.....	65
b. Maksud Dan Tujuan.....	66
c. Strutur Organisasi.....	67
B. Hasil Penelitian	77
1. Karakteristik Responden.....	78
C. Gambaran Variabel Yang Diteliti	82
1. Variabel Keandalan	82
2. Variabel Daya Tanggap	83
3. Variabel Jaminan	85
4. Variabel Empati	86
5. Variabel Bukti Fisik	88
6. Variabel Harapan Dan Keinginan Nasabah	89
D. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	90
1. Uji Validitas.....	90
2. Uji Reliabilitas.....	94
E. Analisis Data dan Interpretasi.....	96

1. Analisis Regresi Linier Berganda	96
a. Hasil Uji F	99
b. Hasil Uji T	100
2. Hasil Uji Asumsi Klasik	103
a. Hasil Uji Multikoloneritas	104
b. Hasil Uji Autokorelasi	105
c. Hasil Uji Normalitas	107
d. Hasil Uji Heterokedastisitas	108
e. Hasil Uji Linieritas	109
F. Implementasi Penelitian Dalam Perspektif Islam.....	109
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	118
A. Kesimpulan	118
B. Saran.....	119

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. : Gambar Konsep Kepuasan Nasabah	25
Gambar 2.2. : Kerangka Pikir.....	38
Gambar 2.3. : Model Hipotesis.....	39
Gambar 4.1. : Struktur Organisasi BMT-MMU Sidogiri.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan sekarang.....	10
Tabel. 3.1. Data Nasabah BMT-MMU	42
Tabel. 3.2. Bobot Nilai Setiap Pertanyaan.....	47
Tabel. 3.3. Konsep Variabel, Indikator Dan Item.....	48
Tabel. 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
Tabel. 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79
Tabel. 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	79
Tabel. 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	80
Tabel. 4.5. Distribusi Variabel Kehandalan (X1).....	81
Tabel. 4.6. Distribusi Variabel Daya Tanggap (X2).....	82
Tabel. 4.7. Distribusi Variabel Jaminan (X3).....	84
Tabel. 4.8. Distribusi Variabel Empati (X4)	85
Tabel. 4.9. Distribusi Variabel Bukti Fisik (X5)	87
Tabel. 4.10. Harapan Dan Keinginan Nasabah	88
Tabel. 4.11. Hasil Uji Validitas Variabel Kehandalan	90
Tabel. 4.12. Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tanggap	91
Tabel. 4.13. Hasil Uji Validitas Variabel Jaminan	91
Tabel. 4.14. Hasil Uji Validitas Variabel Empati	92
Tabel. 4.15. hasil Uji Validitas Variabel Bukti Fisik.....	92
Tabel. 4.16. Hasil Uji Validitas Harapan Dan Keinginan Nasabah	93
Tabel. 4.17. Hasil Uji Reliabilitas	94
Tabel. 4.18. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	96
Tabel. 4.19. Hasil Uji F	98
Tabel. 4.20. Hasil Uji T	99
Tabel. 4.21. Hasil Uji Multikoloneritas	103
Tabel. 4.22. Pengambil Keputusan	104

Tabel. 4.23. Hasil Uji Autokorelasi	105
Tabel. 4.24. Tabel Uji Autokorelasi	105
Tabel. 4.25. Hasil Uji Normalitas	106
Tabel. 4.26. Hasil Uji Heteroskedastisitas	107
Tabel. 4.27. Hasil Uji Linieritas	108

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Frekuensi Responden
Lampiran 2	: Frekuensi Jawaban Responden
Lampiran 3	: Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 4	: Uji Asumsi Klasik
Lampiran 5	: Kuesioner

ABSTRAK

Rofik, Nur. 2008, SKRIPSI. Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan
Pembimbing : Irmayanti Hasan, ST.,MM
Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah.

Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah merupakan satu kesatuan yang sulit dipisahkan, karena kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah. Untuk mewujudkan kepuasan nasabah tersebut BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan yang berorientasi pada konsumen, dalam perkembangannya dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah dengan memperhatikan dimensi kualitas pelayanan itu sendiri, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif melalui metode survei yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan. Untuk mengetahui hal tersebut maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan uji F dan uji t. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 nasabah dengan penentuan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan untuk pengujian instrumen menggunakan uji validitas, reliabilitas dan uji asumsi klasik.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien regresi secara simultan (Uji F) didapatkan F hitung adalah 12,508 dengan signifikansi 0,000. Karena signifikansi (0,000) lebih kecil dari (0,05), maka dapat dikatakan, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan, Empati dan bukti fisik secara serentak berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah. Hasil pengujian koefisien regresi secara parsial (Uji t) didapatkan Variabel Keandalan (X1) mempunyai signifikansi 0,615; Variabel Daya Tanggap (X2) mempunyai signifikansi 0,392; Variabel Jaminan (X3) mempunyai signifikansi 0,807; Variabel Empati (X4) mempunyai signifikansi 0,000; Variabel bukti fisik (X5) mempunyai signifikansi 0,025;. Dari semua variabel bebas yang terdiri dari, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati Bukti Langsung diketahui bahwa ada 2 variabel yang berpengaruh nyata terhadap Kepuasan nasabah yaitu empati dan bukti fisik. Hal ini ditunjukkan dengan signifikansi < 0.05 . Sedangkan keandalan, daya tanggap dan jaminan tidak berpengaruh nyata terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan signifikansi bukti fisik $> 0,05$.

ABSTRACT

Rofik, Nur. 2008, Thesis. Title: The Influence of Service Quality to Client's Satisfaction at BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan

Advisor : Irmayanti Hasan, ST.,MM

Keywords : Service Quality, Client's Satisfaction

The service quality and client's satisfaction is one union which difficult to be dissociated, because the service quality which is given to a company has direct effect to client's satisfaction. To realize client's satisfaction in BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan which is orienting on consumers, in its development which is claimed to give service quality itself, there are reliability, attention, guarantee, empathy and physical evidence.

This research is quantitative research with survey method, the objective of this research to know the influence of service quality to client's satisfaction in BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan. To know this, it is used double linier analysis regress with F test and t test. The amount of sample in this research is 100 clients with determinant sample used accidental sampling technique. The technique of data collection use questionnaire, interview and documentation, while to test the instrument used validities, reliabilities and classic assumption test.

Based on the result of the coefficient regress test stimultan (F test) is obtained F count is 12,508 with significant 0,000. Because significant (0,000) is smaller than (0,05), therefore it can be said that reliability, attention, guarantee, empathy and physical evidence have influence to client's satisfaction . The result of coefficient regress partially (t test) is obtained reliability variable (X1) has significant 0,615, attention variable (X2) has significant 0,392, guarantee variable (X3) has significant 0,807, empathy variable (X4) has significant 0,000 and physical evidence variable (X5) has significant 0,025. For all free variables which consist of reliability, attention, guarantee, direct physical evidence is known that 2 variables which have real influence there are empathy and physical evidence. This matter is shown by significant $< 0,05$. While reliabilities, attention, and guarantee not have real influence to client's satisfaction. This matter is shown by significant of physical evidence $> 0,05$.

المستخلص

رفيك، نور. 2008. المؤثر جودة الخادمة على اقتناع العملاء في BMT-MMU في سيداكيري كرتان فاسوروان. المشرف: ارماينتى حسن، الماجستير كلمة الرئيسية: جودة الخادمة، اقتناع العملاء

جودة الخادمة واقتناع العملاء هي وحدة الواحد الذي صعب ليفصل، لأن جودة الخادمة التي تعطي المؤسسة يؤثر بالمباشرة على اقتناع العملاء. ليحقق اقتناع العملاء في BMT-MMU في سيداكيري كرتان فاسوروان الذي يواجهه على المستهلك، وتطوره أن يطالب ليعطي جودة الخادمة التي تؤثر على العملاء بجيدا بيهتم مقياس الجودة الخادمة بنفسها، وهي اعتماد، قوة المصغ، ضمان، الشعور، و دليل الجسدية.

هذا البحث هو بحث الكمي بطريقة التخطيط الذي له اهداف ليعرف المؤثر جودة الخادمة على اقتناع العملاء في BMT-MMU في سيداكيري كرتان فاسوروان. ليعرف ذلك الحال فيستعمل بتحليل ارتداد القطعي متضاعف بتجربة F وتجربة t. والعينة في هذا البحث يبلغها كثرى من مائة العملاء وقررة العينة تستعمل تقنية *accidental sampling*. وتقنية جمع المعلومات بانتشار الأسئلة، والمحدث، والتوثيق. أما لتجربة الآلة تستعمل بتجربة شرعية، ومعتقد، وتجربة الافتراض كلاسي.

وبالأساس على نتيجة التجربة في الحساب ارتداد بمتواقت (تجربة F) ينال F hitung وهو 12، 508 بذومعنى 0،000. لأن ذومعنى (0،000) أصغر من (0،05)، فينال أن يقال أن اعتماد، وقوة المصغ، والشعور، و دليل الجسدية بفجأة يؤثر على اقتناع العملاء. نتيجة التجربة في الحساب ارتداد بمماثلة (تجربة t) ينال قابل للتغيير الإعتاماد (X1) له ذومعنى 0،615؛ وقابل للتغيير قوة المصغ (X2) له ذومعنى 0،392؛ وقابل للتغيير الضمان (X3) له ذومعنى 0،807؛ وقابل للتغيير الشعور (X4) له ذومعنى 0،000؛ وقابل للتغيير دليل الجسدية (X5) له ذومعنى 0،025؛ ومن جميع القابل للتغيير الحر الذي يتكون من الإعتاماد، وقوة المصغ، والضمان، والشعور، و دليل الجسدية أن يعرف بالمباشرة أن قابلان للتغييران الذان يؤثران ظاهر على اقتناع العملاء وهو الشعور و دليل الجسدية. هذا الحال يدل بذومعنى < 0،05. أما الإعتاماد، وقوة المصغ، والضمان لا يؤثر ظاهر على اقتناع العملاء. هذا الحال يدل بذومعنى دليل الجسدية > 0،05.

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Kualitas pelayanan menjadi sesuatu yang menentukan dalam melihat keberhasilan suatu lembaga yang bergerak di bidang produksi maupun jasa pelayanan, baik yang dikelola oleh badan swasta maupun pemerintah.

Dewasa ini banyak perusahaan termasuk perusahaan jasa yang menyatakan bahwa salah satu tujuan perusahaan adalah kepuasan nasabah. Cara pengungkapannya juga beragam, ada yang merumuskan "nasabah adalah raja", "memberikan segala sesuatu yang diharapkan nasabah", "selalu ingin nasabah puas", dan lain sebagainya.

Pelayanan merupakan sebuah kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik. Dalam kamus besar bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Sedangkan kualitas pelayanan merupakan citra kualitas pelayanan yang baik yang timbul dari persepsi atau sudut pandang nasabah bukan dari persepsi atau sudut pandang penyedia jasa.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*) (Kotler, 2000: 50).

Kotler (1997) (dalam Sihombing, 2003: 4) mendefinisikan kepuasan nasabah adalah kepuasan atau kekecewaan yang dirasakan oleh nasabah setelah membandingkan antara harapan dengan kenyataan yang ada.

Engel, Blackwell dan Miniard (1995:273) (dalam Widyaratna dan Chandra, 2001: 87) mendefinisikan kepuasan sebagai evaluasi pasca konsumsi dimana suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Singkat kata, alternatif tersebut setidaknya terlaksana sebaik yang anda harapkan.

Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa peran kualitas pelayanan yang baik merupakan hal sangat penting dan sangat berpengaruh, tanpa adanya pelayanan yang tepat produk akan kurang diminati oleh nasabah. Sedangkan Parasuraman, Zeithaml dan Berry 1988 dalam Tjiptono dan Chandra (2005 : 133), berpendapat ada lima dimensi kualitas jasa, yaitu :

1. Keandalan (*reliability*)
2. Daya tanggap (*responsiveness*)

3. Jaminan (*assurance*)
4. Empati (*empathy*)
5. Bukti fisik (*tangibles*)

Dalam pengembangan bidang ekonomi, khususnya dalam bidang ekonomi syaria'ah. Pondok Pesantren Sidogiri merupakan satu-satunya pondok pesantren tradisional di Pasuruan yang *memfokuskan lembaga pesantren-nya* untuk bersosialisasi dan berwacana dengan luas sehingga dapat menjalankan kegiatan-kegiatan syaria'hnya dengan mempraktikkan ekonomi syaria'ah (Bakhri, 2004:64).

Sejak awal berdirinya tahun 1997 BMT-MMU menunjukkan kinerja dan kemajuan yang menggembirakan. BMT-MMU yang berbasis pesantren dan dikelola oleh mayoritas kalangan santri ini, maju dengan pesat. Kemajuan tersebut dapat dilihat dari pertumbuhan modal, omzet, dan Sisa Hasil Usaha (SHU) yang terus bertambah setiap tahunnya(Bakhri, 2004:81).

Modal awal yang dimiliki BMT-MMU sidogiri sebesar Rp. 13.500.000. Melihat modal awal yang dimiliki sangat kecil, menggugah para guru-guru Madrasah Miftahul Ulum untuk menyimpan dana mereka di BMT-MMU Sidogiri, sehingga dari simpanan para guru-guru madrasah tersebut modalnya semakin meningkat dan mencapai Rp. 1.177.175.000.

Seiring dengan besarnya modal yang dimiliki, omzetnya juga semakin meningkat sebesar Rp. 42.333.557.553 dan SHU yang diberikan kepada anggotanya sebesar Rp. 609.324.277.

Begitupula dengan pertumbuhan unit usahanya yang semula hanya satu unit di Wonorejo, kini telah berkembang menjadi tujuh belas unit yang tersebar di berbagai wilayah di kabupaten Pasuruan yaitu Sidogiri, Warungdowo, Kraton, Rembang, Nongkojajar, Grati, Gondangwetan, Kebun Agung, Purwosari, Pandaan, Sukorejo, Bangil dan Prigen. Dari 17 unit tersebut, 3 diantaranya merupakan unit usaha riil yaitu toko di Sidogiri, penggilingan padi di desa Jetis, dan produksi roti di desa Jeruk.

Pertumbuhan yang telah dicapai oleh BMT MMU setelah lebih dari enam tahun turut berkiprah dalam pemberdayaan ekonomi dicapai setelah melalui proses dan dinamika melewati berbagai ujian yang cukup berat pada tahun pertama sejak didirikannya. Ujian terberat yang dihadapi adalah bagaimana menjalankan dan mengembangkan BMT dengan sumber daya insani (SDI) yang terbatas. Namun dengan bekal amanah dan semangat untuk terus belajar dalam melewati tahap demi tahap rintangan yang dihadapi. BMT Sidogiri terus tumbuh dan berkembang.

Pada dasarnya BMT-MMU Sidogiri dalam menjalankan usahanya selalu memperhatikan para nasabahnya, menjadikan nasabah sebagai raja dan selalu menginginkan para nasabahnya merasa puas dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan pihak BMT kepada para nasabahnya.

Karena pelayananlah yang menjadi faktor terpenting dalam menentukan kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan dirasakan memiliki hubungan dan dapat mempengaruhi kepuasan. Dengan pelayanan yang baik nasabah akan merasa keberadaannya memang di butuhkan dan di perhatikan. Sehingga BMT-MMU Sidogiri selalu mengedepankan pelayanan yang prima bagi para nasabahnya. Dan hal yang menggembirakan BMT pada tanggal 17 Juli 2006 mendapatkan penghargaan dari presiden Susilo Bambang Yudhoyono sebagai koperasi terbaik di Indonesia dalam segi simpan pinjamnya.

Hal inilah yang menjadi alasan peneliti untuk melakukan penelitian di BMT-MMU Sidogiri dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan*".

B. RUMUSAN MASALAH

Dari pemaparan latar belakang diatas, maka dapat disajikan rumusan masalah yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) serta bukti fisik (*tangibles*) yang diberikan oleh BMT-MMU Sidogiri berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah BMT-MMU Sidogiri?
2. Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) serta bukti fisik (*tangibles*) yang diberikan oleh BMT-MMU Sidogiri berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah BMT-MMU Sidogiri?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berangkat dari rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) serta bukti fisik (*tangibles*) yang diberikan BMT-MMU Sidogiri berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah BMT-MMU Sidogiri.

2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) serta bukti fisik (*tangibles*) yang diberikan BMT-MMU Sidogiri berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah BMT-MMU Sidogiri.

D. MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini diharap mampu memberikan kontribusi ilmiah bagi berbagai pihak. Dan secara global akan memberikan kontribusi kepada:

1. Bagi peneliti
 - a. Dapat memperluas wawasan, pengetahuan dan pengalaman kedalam bidang sesungguhnya.
 - b. Sebagai aplikasi dari ilmu yang telah diperoleh peneliti selama perkuliahan.
 - c. Untuk memperoleh pengalaman yang sifatnya praktis dan menambah pengetahuan.
 - d. Untuk meningkatkan wawasan penulis mengenai kualitas pelayanan, faktor-faktor kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.

2. Bagi lembaga

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan evaluasi terhadap kualitas pelayanan BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan untuk mengambil tindakan memperbaiki, meningkatkan dan mengembangkan kualitas pelayanannya guna memberikan kepuasan kepada nasabah khususnya pada bidang manajemen pemasaran.

3. Kalangan umum

Diharapkan penelitian ini akan dikembangkan oleh peneliti lain yang nantinya akan memberikan sumbangsih terhadap keilmuan.

E. BATASAN PENELITIAN

Dalam penelitian yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan”. Peneliti membatasi penelitiannya pada nasabah tabungan yang sifatnya pribadi.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu.

Maya wulandari dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (studi pada PT. Bank BNI Persero Tbk. Cabang malang). Dalam

penelitiannya jumlah sampel yang diambil adalah 100 orang dengan menggunakan metode *accidental sampling* dan alat analisis menggunakan regresi linier berganda, uji t dan uji f. Adapun hasilnya adalah terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan maupun parsial antara variabel berwujud (X1), keandalan (X2), cepat tanggap (X3), kepastian (X4), dan empati (X5) terhadap kepuasan nasabah (Y). Sedangkan variabel cepat tanggap (X3) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Melia Nofita Sari (2006) dalam penelitiannya yang berjudul kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi pada Hotel Graha Gresik) menggunakan variabel bukti langsung (X₁), keandalan (X₂), daya tanggap (X₃), jaminan (X₄), empati (X₅) dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini si peneliti menggunakan metode *exploratory research*, sampel yang diambil sebanyak 60 orang, alat analisis regresi linier berganda dan regresi parsial untuk mengetahui perbedaan dalam tiap-tiap item kepuasan pelanggan. Hasil dalam penelitian ini adalah variabel kepuasan pelanggan mempunyai hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), sedangkan variabel yang paling dominan adalah variabel jaminan (X₄).

Tabel 2.1

Persamaan dan perbedaan Penelitian terdahulu dengan sekarang

No	KETERANGAN	PENELITIAN TERDAHULU	PENELITIAN SEKARANG
1	Nama Peneliti	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Maya Wulandari ➤ Melia Nofita Sari 	Nur rofik
3	Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bank BNI Persero Tbk. Cabang Malang ➤ Hotel Graha Gresik 	BMT-MMU Sidogiri Pasuruan
	Obyek	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nasabah BNI Persero Tbk. Cabang Malang ➤ Pelanggan Hotel 	Nasabah BMT-MMU
4	Alat Analisis	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Regresi linier berganda ➤ Korelasi berganda, regresi linier berganda, regresi parsial 	Regresi linier berganda
5	Hasil	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Terdapat pengaruh ➤ Terdapat pengaruh ➤ Terdapat pengaruh 	Terdapat pengaruh

Sumber: Data di olah

B. Jasa**1. Pengertian Jasa**

Ada beberapa pendapat mengenai pengertian tentang jasa (pelayanan). Jasa menurut Staton dalam Alma (2005:243) adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah, tidak berwujud

yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak.

Zeithami dan Bitner dalam Alma (2005:243) menyatakan bahwa jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah, seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat yang sifatnya tidak berwujud.

Menurut Kotler dalam Rambat (2006:5) jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik atau sebaliknya.

Dari definisi diatas dapat diketahui bahwa jasa adalah kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya, dimana tidak disertai dengan pemindahan hak atau kepemilikan atas produk atau jasa tersebut dan bersifat tidak berwujud (*intangible*).

2. Karakteristik Jasa

Secara umum jasa mempunyai beberapa karakteristik khusus yang berbeda dengan barang. Menurut Yazid (2001) yang termasuk dalam karakteristik jasa antara lain :

- 1) Tidak Berwujud (*intangibility*)

Jasa merupakan tindakan, proses-proses, atau unjuk kerja, bukan merupakan suatu obyek. Tidak seperti produk fisik yang berwujud serta dapat dilihat, dirasakan, dicium, diraba, didengar; produk jasa tidak berwujud secara fisik dan tidak dapat diidentifikasi oleh panca indera.

Konsekuensi yang muncul dari sifat jasa yang *intangible* ini yaitu:

- a. Jasa tidak bisa dilihat, dirasakan, dicicipi, ataupun disentuh.
 - b. Jasa tidak bisa disimpan.
 - c. Fluktuasi permintaan jasa sulit untuk dikendalikan
 - d. Jasa tidak bisa dipatenkan secara sah, oleh karena itu jasa mudah sekali ditiru oleh pesaing.
 - e. Jasa tidak bisa di-display setiap saat atau dengan mudah di komunikasikan kepada para konsumen, karena itu jasa mungkin sulit untuk dinilai oleh konsumen.
 - f. Penentuan harga jasa sulit karena biaya pemrosesan jasa sulit dibedakan mana yang biaya tetap dan mana yang biaya operasi.
- 2) Tidak terpisahkan antara produksi dan konsumsi (*inseparability*)

Karakteristik kaitan antara produksi dan konsumsi jasa berbeda dengan karakteristik barang. Barang biasanya dibuat

dahulu baru dijual dan dikonsumsi, sedangkan kebanyakan jasa dijual terlebih dahulu baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara simultan. Oleh karena itu jasa tidak dapat dipisahkan antara produksi dan konsumsinya.

3) Bervariasi (*variability*)

Keluaran jasa juga sangat bervariasi sehingga sulit untuk distandarisasikan. Sebab utama dari kesulitan ini adalah karena setiap individu konsumen ingin dipenuhi keinginannya dengan cara yang berbeda-beda sejak sebelum maupun selama jasa yang diinginkan itu diproses.

4) Mudah lenyap atau kerentanan (*perishability*)

Jasa tidak bisa di simpan, dijual lagi atau dikembalikan, oleh karena itu diperlukan kehati-hatian dalam menerjemahkan keinginan konsumen dalam usaha memproduksi jasa, agar tidak melakukan kesalahan yang tentunya proses perbaikan produksi jasa seringkali sulit dilakukan.

3. Klasifikasi Jasa

Konsekuensi dari adanya berbagai macam variasi bauran antara barang dan jasa maka sulit untuk menggeneralisasi jasa bila tidak melakukan pembedahan lebih lanjut. Banyak pakar yang melakukan klasifikasi jasa, dimana masing-masing ahli

menggunakan dasar pembedahan yang disesuaikan dengan sudut pandangnya masing-masing.

Menurut Tjiptono (1996:8), klasifikasi jasa dapat dilakukan berdasarkan tujuh kriteria, yaitu:

a) Segmen pasar

Berdasar segmen pasar, jasa dapat dibedakan menjadi jasa kepada konsumen akhir (misalnya taksi, asuransi jiwa, dan pendidikan) dan jasa kepada konsumen organisasional (misalnya jasa akuntansi dan perpajakan, jasa konsultasi manajemen dan jasa konsultasi hukum).

b) Tingkat keterwujudan (*tangibility*).

Berhubungan dengan tingkat keterlibatan produk fisik dengan konsumen, jasa dapat dibedakan menjadi tiga yaitu:

1. *Rented good service*

Dalam jenis ini, konsumen menyewa dan menggunakan produk-produk tertentu berdasarkan tarif-tarif tertentu selama jangka waktu tertentu pula. Contohnya penyewa mobil, apartemen, dan kaset video.

2. *Owned good service*

Produk-produk yang dimiliki konsumen direparasi, dikembangkan, atau ditingkatkan unjuk kerjanya, atau dipelihara maupun dirawat oleh perusahaan jasa. Jenis jasa ini mencakup perubahan bentuk pada produk yang dimiliki konsumen. Contohnya jasa reparasi dan pencucian pakaian.

3. *Non good service*

Karakteristik khusus pada jenis ini adalah jasa personal bersifat *intangible* (tidak berbentuk wujud fisik) ditawarkan kepada para pelanggan. Contohnya sopir, baby sister, dosen dan tutor.

c) Keterampilan penyedia jasa

Berdasarkan keterampilan penyedia jasa. Jasa terdiri dari *professional service* (misalnya konsultan pajak dan manajemen) dan *non personal service* (misalnya sopir taksi dan penjaga malam).

Sedangkan William J. Stanton dalam Mts. Arief (2007:42) mengklasifikasikan usaha jasa menjadi dua bagian, yaitu:

1. Jasa komersial

Jasa komersial merupakan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan tujuan untuk mencari keuntungan, termasuk:

- a. Jasa perusahaan
 - b. Jasa rumah tangga
 - c. Rekreasi dan hiburan
 - d. Jasa asuransi
 - e. Jasa transportasi
 - f. Jasa komunikasi
2. Jasa non-komersial

Jasa non-komersial merupakan jasa yang diberikan perusahaan kepada konsumen yang membutuhkan dan perusahaan tersebut tidak mencari keuntungan, misalnya panti asuhan, panti jompo, dan jasa lain yang pada umumnya ditujukan untuk kepentingan sosial.

C. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan

penyampiannya untuk mengimbangi harapan nasabah. Menurut Wyckof dalam Mts. Arief (2007:118) kualitas jasa pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah.

Menurut Juran Hunt, (dalam Nasution, 2004 :40) kualitas produk barang atau jasa adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah.

Kualitas jasa pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa pelayanan yang diterima (*perceived service*) sesuai dengan harapan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa pelayanan yang diterima melampaui harapan nasabah, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik buruknya kualitas jasa pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan nasabahnya secara konsisten. Kualitas total suatu jasa

terdiri atas tiga komponen utama (Gronroos dalam Mts. Arief, 2007: 118-119), yaitu:

1. *Technical quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas *output* (keluaran) jasa yang diterima nasabah. *Technical quality* dapat diperinci lagi menjadi :
 - a. *Search quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, misalnya harga.
 - b. *Experience quality*, yaitu kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengkonsumsi jasa. Contohnya ketepatan waktu, kecepatan pelayanan dan kerapian hasil.
 - c. *Credence quality*, yaitu kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa. Misalnya kualitas operasi jantung.
2. *Functional quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa.
3. *Corporate quality*, yaitu profil, reputasi, citra umum dan daya tarik khusus suatu perusahaan.

Dari pengertian dan penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan bentuk pelayanan yang sesuai dengan harapan

nasabahnya. Disini nasabahlah yang berhak menilai baik buruknya kualitas jasa karena nasabah yang mengkonsumsi dan merasakan jasa tersebut.

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Gronroos (dalam Edvardsson, et. al. 1994 dalam Tjiptono, 2004:14-15) menyatakan bahwa ada tiga kriteria pokok dimensi kualitas, yaitu *outcome-related*, *process-related*, dan *image-related criteria*. Ketiga kriteria tersebut dapat dijabarkan menjadi enam unsur, yaitu:

a. *Professionalism and skill*

Kriteria ini merupakan *outcome-related criteria*, dimana nasabah menyadari bahwa penyedia jasa (*service provider*), karyawan, sistem operasional, dan sumber daya fisik memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah nasabah dengan professional.

b. *Attitudes and behavior*

Kriteria ini adalah *process-related criteria*. Nasabah merasa bahwa karyawan perusahaan (*contact personel*) menaruh perhatian terhadap mereka dan berusaha membantu dalam memecahkan masalah mereka secara spontan dan senang hati.

c. *Accessibility and flexibility*

Kriteria ini termasuk *process-related criteria*. Nasabah merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam kerja, karyawan dan sistem operasionalnya dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga nasabah dapat melakukan akses dengan mudah. Selain itu juga dirancang dengan maksud agar dapat bersifat fleksibel dalam menyesuaikan permintaan dan keinginan nasabah.

d. Reliability and trustworthiness

Kriteria ini juga termasuk *process-related criteria*. Nasabah memahami bahwa apapun yang terjadi, mereka bisa mempercayakan segala sesuatunya kepada penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya.

e. Recovery

Kriteria ini termasuk *process-related criteria*. Nasabah menyadari bahwa bila ada kesalahan atau bila terjadi sesuatu yang tidak diharapkan, maka penyedia jasa akan mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari pemecahan yang tepat.

f. Reputation and credibility

Kriteria ini termasuk *images-related criteria*. Nasabah menyakini bahwa operasi dari penyedia jasa dapat

dipercaya dan memberikan nilai atau imbalan yang sesuai dengan pengorbanannya.

Sedangkan Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam Rambat (2006:182) berpendapat ada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu :

1. Bukti fisik (*tangibles*)

Kemampuan suatu perusahaan dalam mewujudkan eksistensinya kepihak eksternal berupa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan, seperti gedung, gudang, perlengkapan, pegawai, dll.

2. Keandalan (*reliability*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

3. Daya tanggap (*responsiveness*)

Kemampuan para karyawan membantu para pelanggan dan merespons permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

4. Jaminan (*assurance*)

Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan menumbuhkan rasa percaya nasabah kepada perusahaan. Hal ini meliputi, antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.

5. Empati (*empathy*)

Kemampuan memahami masalah nasabahnya dan bertindak demi kepentingan nasabah, serta memberikan perhatian yang tulus dan bersifat personal kepada para nasabah.

3. **Service excellence (pelayanan yang unggul)**

Menurut (Nasution, 2004: 49), Yang dimaksud dengan *service excellence* adalah suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani nasabah secara memuaskan.

Secara garis besar, ada empat unsur pokok dalam konsep kualitas, yaitu: kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Keempat komponen ini merupakan satu kesatuan pelayanan yang terintegrasi, maksudnya pelayanan atau jasa menjadi *excellent*. Setiap karyawan harus memiliki ketrampilan tertentu, diantaranya berpenampilan baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, menguasai pekerjaannya, baik tugas yang berkaitan pada bagian atau departemennya maupun bagian lainnya, mampu berkomunikasi dengan baik, bisa memahami bahasa isyarat (*gesture*) nasabah, dan memiliki kemampuan menangani keluhan nasabah secara professional.

Dengan demikian, upaya mencapai *excellent* bukanlah pekerjaan yang mudah. Tetapi bila hal tersebut dapat dilakukan,

maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat besar, terutama berupa kepuasan dan loyalitas nasabah yang besar.

Pada prinsipnya ada tiga kunci dalam memberikan pelayanan nasabah yang unggul, yaitu:

1. Kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan nasabah.
2. Pengembangan *database* yang lebih akurat dari pada pesaing.
3. Pemanfaatan informasi yang diperoleh dari riset pasar dalam suatu kerangka strategis.

D. Kepuasan nasabah

1. Pengertian Kepuasan

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*) (Kotler, 2000: 50).

Banyak pakar yang memberikan definisi mengenai kepuasan nasabah atau ketidakpuasan nasabah. Day dalam Tse dan Wilton, 1988 dalam Tjiptono (2004: 146), menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan nasabah adalah respon nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan

sebelumnya (atau norma kerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Kotler (1997) dalam Sihombing (2003: 4), mendefinisikan kepuasan nasabah adalah kepuasan atau kekecewaan yang dirasakan oleh nasabah setelah membandingkan antara harapan dengan kenyataan yang ada.

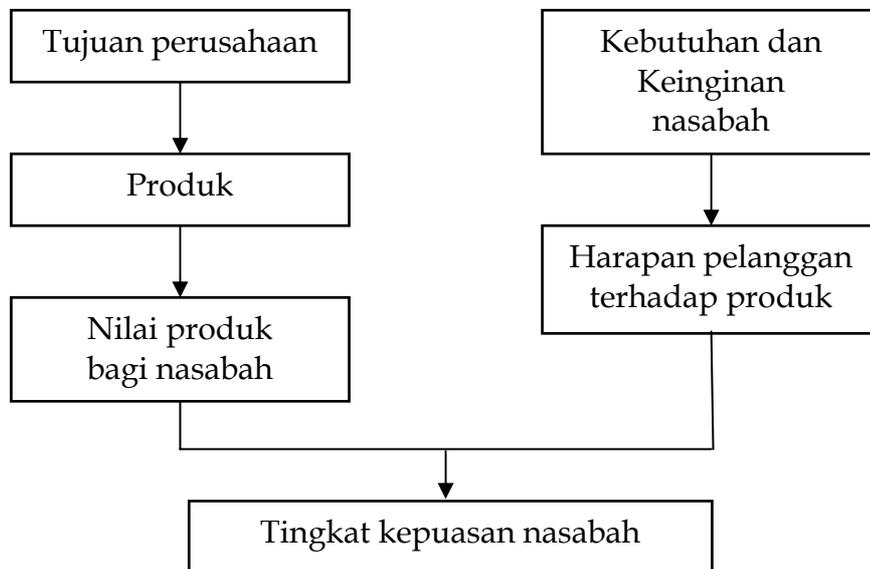
Engel, Blackwell dan Miniard (1995: 273) dalam Widayratna dan Chandra (2001: 87), mendefinisikan kepuasan sebagai evaluasi pasca konsumsi dimana suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Singkat kata, alternatif tersebut setidaknya terlaksana sebaik yang anda harapkan.

Ada kesamaan diantara beberapa definisi diatas, yaitu menyangkut komponen kepuasan nasabah (harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan). Umumnya harapan nasabah merupakan perkiraan atau keyakinan nasabah tentang apa yang diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi nasabah terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang telah dibelinya.

Secara konseptual, kepuasan nasabah dapat digambarkan seperti yang ditunjukkan dalam gambar dibawah ini:

Gambar 2.1

Konsep kepuasan nasabah



Sumber: Tjiptono, 2004: 147

2. Memahami perilaku nasabah yang tidak puas

Menurut Fandy Tjiptono (2004: 153), menjelaskan bahwa nasabah mengeluh karena tidak puas. Ia tidak puas karena harapan mereka tidak terpenuhi. Dengan demikian semakin tinggi pra pembelian seorang pelanggan, maka semakin besar kemungkinan ia puas terhadap jasa yang dikonsumsinya. Oleh karena itu kunci komunikasi dalam pemasaran jasa adalah manajemen harapan nasabah.

Menganalisis nasabah yang tidak puas, merancang sistem penanganan keluhan yang efisien dan syarat-syarat jaminan (garansi) yang baik merupakan strategi yang cukup efektif untuk membangun kepuasan nasabah. Umumnya jumlah nasabah yang

tidak puas pada suatu jasa dan menyampaikan keluhannya tidaklah sebanyak pada kasus ketidakpuasan terhadap barang, yaitu 61% dibanding 76% (Mudie dan Cottam, 1993: 211 dalam Tjiptono, 2004: 153). Kalaupun ada keluhan, biasanya hanya sedikit proporsinya yang terselesaikan itupun waktunya lama.

Salah satu penyebabnya adalah bahwa sudah hampir semua masalah yang terjadi pada produk bisa didemonstrasikan dan didiskusikan secara terbuka. Misalnya kalau TV yang dibeli tidak bisa dihidupkan, bisa dibuktikan kalau itu memang benar-benar demikian. Akan tetapi setiap masalah yang muncul dalam konsumsi jasa masih dapat diperdebatkan berdasarkan berbagai macam penilaian dan sudut pandang.

Kalaupun ternyata keluhan itu benar, penyedia jasa masih bisa menempatkan dirinya dalam posisi *defensif* (membela diri). Misalnya dalam kasus potong rambut. Seandainya klien merasa kecewa dengan model potongannya, bisa saja tukang cukurnya mengatakan bahwa justru klien yang kurang jelas dalam menyampaikannya keinginannya. Atau malah mengatakan bahwa rambut si klien yang tidak “pas” untuk dipotong sesuai persis dengan keinginannya.

Dalam hal ketidakpuasan (Tjiptono, 2004: 154), ada beberapa kemungkinan tindakan yang bisa dilakukan nasabah, diantaranya adalah:

a. Tidak melakukan apa-apa

Nasabah yang tidak puas tidak melakukan komplain, mereka praktis tidak akan membeli atau menggunakan jasa perusahaan yang bersangkutan lagi.

b. Melakukan komplain

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi apakah seorang nasabah yang tidak puas akan melakukan komplain atau tidak, yaitu:

1. Derajat kepentingan konsumsi yang dilakukan

Hal ini menyangkut derajat pentingnya jasa yang dikonsumsi dan harga bagi konsumen, waktu yang dibutuhkan untuk mengkonsumsi jasa serta *social visibility*.

Apabila derajat kepentingan, biaya dan waktu yang dibutuhkan (dalam mengkonsumsi jasa) relatif tinggi, maka kuat kecenderungannya nasabah akan melakukan komplain.

2. Tingkat ketidakpuasan nasabah

Semakin tidak puas seorang nasabah maka semakin besar kemungkinannya ia melakukan komplain.

3. Manfaat yang diperoleh

Apabila manfaat yang diperoleh dari penyampaian komplain besar, maka semakin besar pula kemungkinan nasabah akan melakukan komplain. Manfaat yang diperoleh terdiri atas empat jenis, yaitu:

- a. Manfaat emosional, yakni kesempatan untuk menuntut hak, menumpahkan kekesalan dan kemarahan, serta menerima permintaan marah dari lembaga atau perusahaan bersangkutan.
- b. Manfaat fungsional, yakni penggantian jasa yang dibeli.
- c. Manfaat bagi orang lain, yakni membantu pelanggan lain agar terhindar dari ketidakpuasan akibat pelayanan yang buruk.
- d. Penyempunaan produk, yaitu perusahaan jasa kemungkinan besar akan meningkatkan atau memperbaiki penawarannya.

4. Pengetahuan dan pengalaman

Hal ini meliputi pemakaian jasa, pemahaman akan jasa, persepsi terhadap kemampuan sebagai konsumen dan pengalaman komplain sebelumnya.

5. Sikap pelanggan terhadap keluhan

Nasabah yang bersifat positif terhadap penyampaian keluhan biasanya sering menyampaikan keluhannya karena yakin akan manfaat positif yang akan diterimanya.

6. Tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi

Faktor ini mencakup waktu yang dibutuhkan, gangguan terhadap aktifitas rutin yang dijalankan dan biaya yang dibutuhkan untuk melakukan komplain. Apabila tingkat kesulitannya tinggi, maka pelanggan cenderung tidak melakukan komplain.

7. Peluang keberhasilan dalam melakukan komplain

Bila nasabah merasa bahwa peluang keberhasilannya dalam melakukan komplain sangat kecil, maka ia cenderung tidak akan melakukannya. Hal sebaliknya terjadi apabila dirasakan peluangnya besar.

Komplain yang disampaikan berkenaan dengan adanya ketidakpuasan dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori (Tjiptono, 2004: 155):

a. *Voice response*

Kategori ini meliputi usaha menyampaikan keluhan secara langsung dan atau meminta ganti rugi kepada perusahaan yang bersangkutan. Bila nasabah melakukan hal ini, maka perusahaan masih mungkin memperoleh beberapa manfaat.

Pertama: nasabah memberikan kesempatan sekali lagi kepada perusahaan untuk memuaskan mereka. **Kedua:** resiko publisitas buruk dapat ditekan, baik publisitas dalam bentuk rekomendasi dari mulut ke mulut ataupun lewat media massa. **Ketiga:** memberi masukan mengenai kekurangan pelayanan yang perlu diperbaiki perusahaan.

b. *Private response*

Tindakan yang dilakukan diantaranya adalah memperingatkan atau memberitahukan kolega, teman atau keluarganya mengenai jasa atau perusahaan yang bersangkutan.

c. *Third-party response*

Tindakan yang dilakukan meliputi usaha meminta ganti rugi secara hukum, mengadu lewat media massa surat atau *secara* langsung mendatangi lembaga, dan sebagainya.

Secara umum ada dua tujuan utama melakukan atau menyampaikan komplain serta keluhannya. **Pertama**, untuk menutupi kerugian. Ini biasanya diwujudkan dengan melakukan *voice action* atau *public action*. **Kedua**, untuk memperbaiki citra dirinya (*self image*).

E. Pelayanan dalam perspektif Islam

Mengenai pelayanan dalam hubungannya dengan kerja atau bisnis, Islam telah mengatur bahwa setiap orang maupun organisasi perusahaan wajib memberikan pelayanan dengan kualitas yang terbaik. Pelayanan yang berkualitas harus dimulai dengan karyawan yang mengerti akan kebutuhan nasabah.

Dalam sejarah Rosulullah SAW, kesuksesan dalam berbisnis dilandasi oleh dua hal pokok, yaitu: kepribadian yang amanah dan terpercaya serta pengetahuan dan ketrampilan yang mumpuni. Keduanya merupakan pesan moral yang bersifat universal yang bisa dikaitkan dengan sikap karyawan dalam melayani nasabah sebagaimana uraian dibawah ini (Didin dan Hendra, 2003: 54):

1. *Shiddiq*

Yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta dalam melakukan transaksi bisnis. Surat Al-Muthaffifiin: 83: 1-6 menerangkan tentang bahaya orang yang tidak jujur

وَإِذَا يَسْتَوْفُونَ النَّاسَ عَلَىٰ كِتَالُوا إِذَا الَّذِينَ ۖ لِلْمُطَفِّينَ وَيَل
مَبْعُوثُونَ أَنَّهُمْ أُؤْتِيكَ يَظُنُّ أَلَا ۖ تُخَسِرُونَ وَزَنُوهُمْ أَوْ كَالْوَهُمْ
الْعَامِينَ لِرَبِّ النَّاسِ يَفُومُ يَوْمَ ۖ عَظِيمٍ لِيَوْمِ

Artinya:

- 1). Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang[1561],
- 2). (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi,
- 3). Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.
- 4). Tidaklah orang-orang itu menyangka, bahwa Sesungguhnya mereka akan dibangkitkan,
- 5). Pada suatu hari yang besar,
- 6). (yaitu) hari (ketika) manusia berdiri menghadap Tuhan semesta alam?
[1561] yang dimaksud dengan orang-orang yang curang di sini ialah orang-orang yang curang dalam menakar dan menimbang.

2. Kreatif, berani dan percaya diri

Ketiga hal ini mencerminkan karyawan untuk berusaha mencari kebutuhan pelanggan sehingga keinginan nasabah dapat dipenuhi oleh perusahaan dan bisa menyelesaikan keluhan nasabah dengan cepat.

3. *Tablig*

Yaitu mampu berkomunikasi dengan baik. Disini seluruh unsur perusahaan harus bisa merebut hati nasabah dengan memberi perhatian serta komunikasi yang sopan, sehingga bisa membuat nasabah senang.

4. *Istiqomah*

Artinya konsisten dalam iman dan nilai-nilai yang baik meski menghadapi berbagai godaan dan tantangan. Istiqomah

dalam kebaikan ditampilkan dengan keteguhan, kesabaran, serta keuletan dalam melayani pelanggan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS Al-Ahqaaf 46: 13

هُمْ وَلَا عَلَيْهِمْ خَوْفٌ فَلَا أَسْتَقْمُوا ثُمَّ اللَّهُ رَبُّنَا قَالُوا الَّذِينَ إِن
تَحْزَنُونَ ﴿١٣﴾

Artinya:

Sesungguhnya orang-orang yang mengatakan: "Tuhan kami ialah Allah", Kemudian mereka tetap istiqamah[1388] Maka tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan mereka tiada (pula) berduka cita.

[1388] Istiqamah ialah teguh pendirian dalam tauhid dan tetap beramal yang saleh.

5. Amanah

Berarti memiliki tanggungjawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal dan ihsan (berbuat yang terbaik).

Dalam segala hal, sifat amanah harus dimiliki oleh setiap orang mukmin, apalagi yang emiliki pekerjaan yang berhubungan dengan pelayanan bagi masyarakat.

Sebagaimana Allah berfirman dalam surat An-Nisaa' : 58

Yang berbunyi:

أَنَّ النَّاسَ بَيْنَ حَكْمَتِهِمْ وَإِذَا أَهْلَهَا إِلَى الْأَمْنَتِ تُؤَدُّوْنَ أَنْ يَأْمُرُكُمْ اللَّهُ إِنَّ
بَصِيرًا سَمِيعًا كَانَ اللَّهُ إِنَّ بِهِ يَعْظُمُ نِعْمًا اللَّهُ إِنَّ بِالْعَدْلِ تَحْكُمُوا ﴿٥٨﴾

Artinya:

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat.

6. *Fathonah*

Berarti mengerti, memahami dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya. Setiap individu dalam perusahaan harus mampu dan paham tentang apa saja yang menjadi tugas dan kewajibannya.

Allah berfirman:

عَلِيمٌ حَفِيظٌ إِنِّي الْأَرْضِ حَزَائِنٍ عَلَى أَجْعَلَنِي قَالَ ﴿٥٥﴾

Artinya:

Berkata Yusuf: "Jadikanlah Aku bendaharawan negara (Mesir); Sesungguhnya Aku adalah orang yang pandai menjaga, lagi berpengetahuan" (QS Yusuf 12: 55).

Pelayanan yang berkualitas adalah apabila yang dikerjakan seseorang untuk orang lain menimbulkan rasa tenang dan bahagia yang memberikan implikasi bagi terbangunnya hubungan dalam rangka mempererat tali silaturahmi di antara kedua belah pihak. Sebab dengan melalui perantara bisnis di antara pihak perusahaan dengan pelanggannya tidak hanya kerjasama saling mencari keuntungan semata, namun dibalik itu ada nilai kebersamaan untuk saling menjaga jalinan kerjasama yang terbangun dengan di ikat oleh tali persaudaraan. Dengan terjaganya keharmonisan antara kedua belah pihak lewat silaturahmi, maka akan meluaskan rizki dan memanjangkan usia.

Sebagaimana sabda Rosullulloh Saw yang berbunyi:

قَالَ شِهَابِ ابْنِ عَنْ عَفِيلٍ عَنِ اللَّيْثِ حَدَّثَنَا بُكَيْرٌ نُبَيْحِي حَدَّثَنَا
مَنْ قَالَ وَسَلَّمَ عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى اللَّهُ رَسُولَ أَنْ مَالِكِ بْنِ أَنَسٍ أَخْبَرَنِي
هاور) مُرَجِمَ فَلْيَصِلْ أَثْرَهُ فِي لَهُ وَيُنْسَأَ رِزْقَهُ فِي لَهُ يُبْسَطُ أَنْ أَحَبَّ
(5527: ىراخبالا)

“Dari Abi Hurairah ra. Ia berkata : Rosulullah Saw bersabda: barang siapa yang ingin diluaskan rizkinya dan dilambatkan ajalnya (panjang umur), hendaklah ia menyambung tali persaudaraannya” (HR. Bukhari: 5527).

Pada waktu kita memberikan pelayanan pada orang lain hendaklah dengan bermurah hati (semisal senyum, ramah tamah, dan sopan santun). Dengan demikian pelanggan akan merasa diperhatikan dan dihargai, sehingga mereka akan ikut merasa memiliki terhadap eksistensi perusahaan sebagai timbal baliknya mereka (pelanggan) akan menjadi pelanggan yang loyal terhadap perusahaan. Maka murah senyum, sopan santun, dari para karyawan sangat menentukan dalam melayani nasabah dalam upaya memberi penghormatan dan perhatian kepada para nasabah. Sebagaimana hadits nabi Saw yang berbunyi:

حَدَّثَنِي قَالَ مُطَرِّفُ بْنُ مُحَمَّدٍ غَسَّانَ أَبُو حَدَّثَنَا عِيَّاشُ بْنُ عَلِيٍّ حَدَّثَنَا رَسُولَ أَنَّ عَنْهُمَا اللَّهُ رَضِيَ اللَّهُ عَبْدُ بْنُ جَابِرٍ عَنِ الْمُنْكَدِرِ بْنِ مُحَمَّدٍ وَإِذَا بَاعَ إِذَا سَمَحًا رَجُلًا اللَّهُ رَحِمَ قَالَ وَسَلَّمَ عَلَيْهِ اللَّهُ لِيَصَدَّ اللَّهُ (1934: ىراخبالا هاور) اقْتَضَى وَإِذَا اشْتَرَى

“Dari Jabir bin Abdullah ra. Bahwasannya Rosululloh Saw bersabda: Allah menyayangi seseorang yang bermurah hati ketika menjual, ketika membeli dan ketika mengadakan penagihan”. (HR. Bukhori: 1934)

Dan sebagaimana hadits Nabi Saw yang lain yang berbunyi:

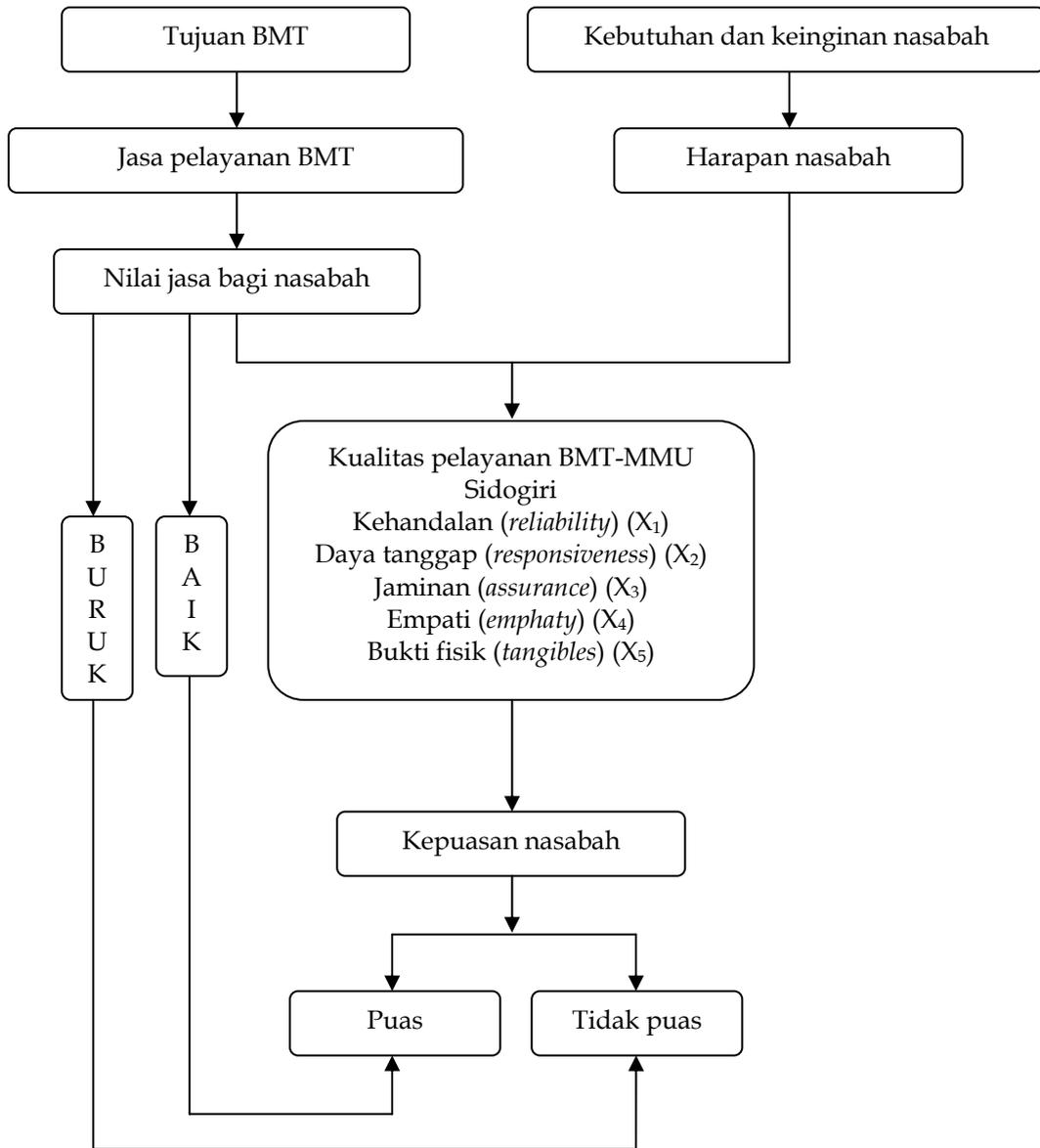
الْجُرَشِيُّ مُحَمَّدُ بْنُ النَّضْرِ حَدَّثَنَا الْعَبْرِيُّ الْعَظِيمُ عَبْدُ بْنُ عَبَّاسٍ حَدَّثَنَا
مَرْثَدُ بْنُ مَالِكٍ عَنْ زُمَيْلِ بْنِ أَبِي حَدَّثَنَا عَمَّارُ بْنُ عِكْرَمَةَ حَدَّثَنَا الْيَمَامِيُّ
ثَبَّتُمْكَ وَسَلَّمْ عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى اللَّهُ رَسُولُ قَالَ قَالَ ذُرُّ أَبِي عَنْ أَبِيهِ عَنْ
(1879: يذمرتلا ن ن س).....صَدَقَهُ لَكَ أَخِيكَ وَجْهٌ فِي

“Senyummu dimuka saudaramu merupakan shodaqoh bagimu” (HR. Turmudzi: 1879).

Dari beberapa hadits di atas jelas bahwa Islam memberi tuntunan dalam menjalankan bisnis utamanya dalam berinteraksi dengan sesama manusia sebagai patner kerja, dan hendaklah dalam menjalankan bisnis untuk memberikan pelayanan kepada rekan bisnis kita dengan sebaik-baiknya biar jalinan kerjasama semakin kokoh tanpa ada salah satu pihak yang dirugikan.

F. KERANGKA PIKIR

Gambar 2.2
Kerangka pikir

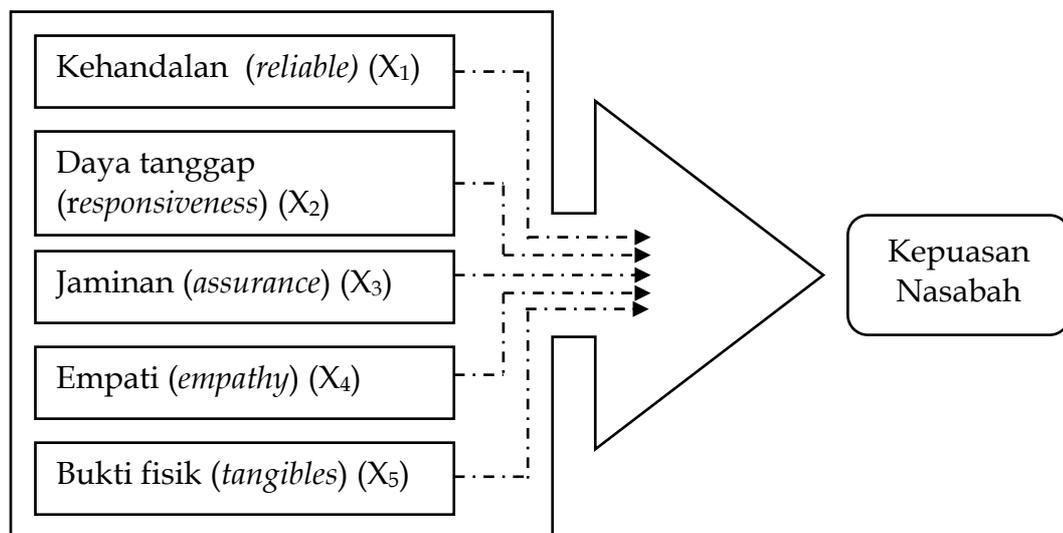


Berangkat dari tujuan BMT yang ingin memajukan kesejahteraan anggota dan masyarakat serta ikut membangun perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat madani yang berlandaskan Pancasila dan UUD 1945 serta di ridhoi oleh Allah SWT seta melihat kinerjanya dalam melayani nasabah

dengan baik, sopan, ramah tamah juga memperhatikan keluhan-keluhan dari nasabahnya dan pihak BMT sanggup menerima komplain dari nasabah jika dalam melayani nasabah kurang memuaskan. Karena kepuasan nasabah menjadi harapan BMT, begitu juga kebutuhan dan keinginan para nasabah lebih di utamakan dengan mengacu pada dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik.

G. MODEL HIPOTESIS

Gambar 2.3
Model hipotesis



Dimana:

- - - - - Secara parsial
- Secara simultan

Dari model hipotesis diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan (X1), daya tanggap X2), jaminan (X3), empati (X4), dan bukti fisik (X5) terhadap kepuasan nasabah.

H_a = Ada pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan (X1), daya tanggap X2), jaminan (X3), empati (X4), dan bukti fisik (X5) terhadap kepuasan nasabah.

2. H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan (X1), daya tanggap X2), jaminan (X3), empati (X4), dan bukti fisik (X5) terhadap kepuasan nasabah.

H_a = Ada pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan (X1), daya tanggap X2), jaminan (X3), empati (X4), dan bukti fisik (X5) terhadap kepuasan nasabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi penelitian

Penelitian ini berlokasi di BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan di Jl Raya Sidogiri Kraton Pasuruan .

B. Jenis dan pendekatan penelitian

Sedangkan jenis penelitian ini adalah kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Indriantoro, 1999 : 12).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan survei yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun, 1995 : 3).

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian (Arikunto, 2006: 130). Dengan menetapkan populasi, ini dimaksudkan agar suatu penelitian dapat mengukur sesuatu sesuai dengan kasusnya dan tidak berlebihan dengan populasi yang diacu. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan populasi data nasabah tabungan BMT-MMU Sidogiri dari tahun 2001-2007 mencapai 32.657 penabung.

Tabel 3.1

Data Nasabah BMT-MMU Sidogiri Pasuruan

Tahun	Penabung
2001	7.113
2002	9.775
2003	12.939
2004	18.004
2005	22.228
2006	27.299
2007	32.657

Sumber data: BMT-MMU Sidogiri November 2007

2. Sampel

Yang dimaksud dengan sampel adalah bagian kecil dari populasi. Agar sampel yang diambil representatif atau mewakili populasi, maka pengambilan sampelnya harus tepat. Pengambilan sampel yang dilakukan peneliti adalah menggunakan *Accidental Sampling* (Sugiyono, 2002:77) terhadap nasabah BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan.

D. Teknik pengambilan sampel

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *Accidental Sampling*. Menurut sugiyono (2002:77)

"*Accidental sampling*" adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel, dan apabila orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dalam *Accidental Sampling* peneliti memberikan angket pada nasabah, khususnya yang menabung di BMT-MMU Sidogiri kraton Pasuruan.

Untuk menentukan jumlah sampel yang dipilih digunakan rumus Slovin dalam (Consuelo G. Sevilla, dkk., 1993: 161) yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{n}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Prosentase kelonggaran yaitu sebesar 10%

$$\begin{aligned} n &= \frac{32.657}{1 + 32.657(0.1)^2} \\ &= \frac{32.657}{327} \\ &= 99,86 \end{aligned}$$

= 100

Jadi sampel untuk kuesioner digolongkan representatif mewakili populasi yang menabung 32657 nasabah layanan BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan adalah 100 kuesioner.

E. Data dan Sumber data

Data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder

1) Data primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) (Indriantoro, 1999: 146). Dalam penelitian ini data diperoleh dari kuesioner responden tentang beberapa variabel yang diteliti dan dari interview tentang profil dan historikal obyek.

2) Data sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) (Indriantoro, 1999: 146). Data sekunder pada penelitian ini

adalah dokumen tentang profil BMT-MMU Sidogiri, *job description* dan strukturalnya dari kantor cabang sidogiri kraton pasuruan.

F. Teknik pengumpulan data

Untuk memperoleh data secara terperinci dan baik, maka peneliti menggunakan beberapa metode, yaitu :

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2005: 135). Sehubungan dengan penelitian ini peneliti, menyebarkan kuesioner kepada responden, yaitu seluruh sampel yang telah ditentukan dari BMT-MMU Sidogiri.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya (Arikunto, 2006: 231). Dalam penelitian ini

dilakukan dengan melihat majalah, brosur dan internet yang berhubungan dengan kualitas pelayanan untuk memperoleh landasan teori dan mendapatkan data yang dapat menunjang penelitian.

G. Skala pengukuran

Selanjutnya agar jawaban responden dapat diukur maka jawaban responden diberi skor. Dalam penelitian ini pemberian skor menggunakan skala Likert yaitu dengan menghadapkan seorang responden dengan sebuah pernyataan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban: "sangat setuju", "setuju", "ragu-ragu", "tidak setuju", "sangat tidak setuju" (Singarimbun, 1995: 111).

Selanjutnya dalam prosedur skala Likert ini adalah menentukan skor atas setiap pertanyaan dalam kuesioner yang disebar. Jawaban dari responden dibagi dalam lima kategori penilaian dimana masing-masing pertanyaan diberi skor satu sampai lima. Dalam penelitian ini terdiri lima jawaban yang mengandung variasi nilai bertingkat, antara lain:

Tabel 3.2
Bobot nilai setiap pertanyaan

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Singarimbun, 1995: 111

H. Definisi operasional variabel

Variabel yang diteliti terbagi menjadi 2 kelompok besar atau variabel besar, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Adapun definisi operasional variabel untuk masing-masing variabel dan indikatornya adalah sebagai berikut:

1. Variabel bebas (*Independent variabel*)

Adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lain. Dalam hal ini variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan (*service quality*) (X) yaitu kualitas jasa pelayanan yang diberikan BMT kepada nasabah yang terdiri dari kehandalan (*reliability*) (X_1), daya tanggap (*responsiveness*) (X_2), jaminan (*assurance*) (X_3), empati (*empathy*) (X_4) serta bukti fisik (*tangibles*) (X_5).

2. Variabel terikat (*Dependent variabel*)

Adalah variabel yang diduga sebagai akibat atau dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya. Dalam

penelitian ini variabel terikatnya adalah kepuasan nasabah (Y). Merupakan akibat yang terjadi setelah nasabah merasakan kualitas jasa pelayanan yang baik.

Tabel 3.3
Konsep, variabel, indikator dan item

KONSEP	VARIABEL	INDIKATOR	ITEM
Kualitas pelayanan (X)	Reliabilitas (<i>reliability</i>) (X ₁)	Kemampuan memberikan pelayanan sesuai janji dan memuaskan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan melayani sesuai dengan janji dan waktu (X_{1.1}) 2. Kemudahan dalam bertransaksi (X_{1.2}) 3. Mampu melayani dengan tepat dan akurat (X_{1.3})
	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) (X ₂)	Respon yang cepat dan tanggap	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecepatan karyawan dalam melayani (X_{2.1}) 2. Kesanggupan dalam merespon keluhan nasabah (X_{2.2}) 3. Karyawan komunikatif terhadap nasabah (X_{2.3})
	Jaminan (<i>assurance</i>) (X ₃)	Kepercayaan, rasa aman, dan kesopanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan bersikap jujur dan dapat dipercaya (X_{3.1}) 2. Kemampuan karyawan tidak diragukan dan dapat dipercaya (X_{3.2}) 3. Karyawan memberi rasa aman pada nasabah (X_{3.3}) 4. Karyawan selalu sopan melayani karyawan (X_{3.4})
	Empati (<i>emphaty</i>) (X ₄)	Perhatian, memahami masalah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perhatian karyawan terhadap nasabah (X_{4.1}) 2. Keramahan karyawan terhadap nasabah (X_{4.2}) 3. Terjalannya hubungan individu karyawan dan

nasabah dan jam oprasi nyaman

			nasabah ($X_{4.3}$) 4. Jam layanan mulai 06.30-12.00 ($X_{4.4}$)
	Bukti fisik (<i>tangibles</i>) (X_5)	Fasilitas fisik, perlengkapan, material yang digunakan dan penampilan karyawan	1. Peralatan yang di pakai ($X_{5.1}$) 2. Desain dan kebersihan ruangan ($X_{5.2}$) 3. Penampilan karyawan dalam berpakaian ($X_{5.3}$)
Kepuasan nasabah (Y)	Harapan dan keinginan nasabah (Y)	Penilaian dan respon nasabah	1. Secara keseluruhan fasilitas yang tersedia sudah lengkap (Y_1). 2. Merasa senang dan nyaman dengan jasa pelayan yang diberikan (Y_2). 3. Kualitas pelayanan sesuai dengan yang diharapkan (memuaskan) (Y_3).

Sumber: Data hasil observasi November 2007

I. Pengujian instrumen

1. Uji validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Sebuah instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur yang diinginkan, serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana

data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud (Arikunto, 2006: 168). Cara pengujian validitas dengan menghitung korelasi antar skor masing-masing pertanyaan dan skor total dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment*, seperti sebagai berikut (Singarimbun, 1995: 137):

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana: r = Korelasi product moment
 N = Jumlah responden atau sampel
 X = Jumlah jawaban variabel x
 Y = Jumlah jawaban variabel y

Jika nilai $r \geq 0,60$ maka instrumen tersebut dapat dikatakan valid dan apabila nilai $r \leq 0,60$ maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid.

Singarimbun dan Effendi, (1995:124), menyatakan jika $P \leq 0,05$ maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid dan apabila $P \geq 0,05$ maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan tidak valid.

2. Uji reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data

karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2006: 178). Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus **Alpha Cronbach** (Arikunto, 2006: 195) yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k - 1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Dimana: r_{11} = Reliabilitas instrumen
 K = Banyaknya pertanyaan
 $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir
 σ_1^2 = Varians total

Menurut Singarimbun (1995:141), instrumen dikatakan reliabel, jika hasil perhitungan memiliki koefisien keandalan (*reliabilitas*) sebesar $\alpha = 0,05$ atau lebih.

J. Model analisis data

Teknik analisis data yang di gunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan:

1. Regresi linier berganda.

Analisis regresi berganda digunakan untuk memeriksa kuatnya hubungan antara variabel bebas dengan

variabel terikat. Maka dalam penelitian ini regresinya sebagai berikut (Sugiyono, 2005: 250).

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

Dimana:

- Y = Variabel terikat yaitu kepuasan nasabah
- a = konstanta
- b₁ = koefisien regresi variabel bebas ke-1
- X₁ = reliabilitas (*reliability*)
- X₂ = daya tanggap (*responsiveness*)
- X₃ = jaminan (*assurance*)
- X₄ = empati (*empathy*)
- X₅ = bukti fisik (*tangibles*)
- e = standar error

2. Pengujian koefisien persamaan regresi

Untuk mengetahui hipotesis yang diajukan bermakna atau tidak maka digunakan perhitungan uji statistik, sbb:

a. Uji F (uji simultan)

Digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan koefisien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat, (Sugiyono, 2005:250), dinyatakan sebagai berikut :

$$F_{hitung} = \frac{R^2 (k - 1)}{(1 - R^2) / (N - k)}$$

Dimana:

- F = Harga F
- R = Koefisien korelasi ganda
- K = Banyaknya variabel bebas
- n = Ukuran sampel

Adapun langkah-langkah uji F atau uji simultan

adalah:

1) Perumusan Hipotesis

Ho = Variabel kualitas jasa pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah

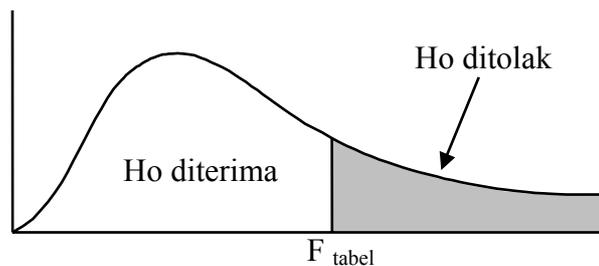
Ha = Variabel kualitas jasa pelayanan ada pengaruh terhadap kepuasan nasabah

2) Nilai kritis distribusi F dengan level of signifikan $\alpha = 5\%$

$$F_{\text{Tabel}} = F_{\alpha; \text{numerator}; \text{denominator}}$$

$$= F_{0.05; k-1; n-k}$$

3) Daerah kritis Ho melalui kurva distribusi F



4) Kriteria penolakan atau penerimaan

Ho diterima jika :

$F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka Ho diterima dan Ha ditolak
ini berarti tidak terdapat pengaruh simultan
oleh variabel X dan Y.

$F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima
hal ini berarti terdapat pengaruh yang
simultan terhadap variabel X dan Y.

b. Uji t (uji parsial)

Digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat, Sugiyono (2005: 223).

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana : r = Koefisien regresi
 n = Jumlah responden
 t = Uji hipotesis

Adapun langkah-langkah untuk uji t adalah:

1) Perumusan Hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatifnya (H_a)

a) H_0 = Variabel kehandalan (*reliability*)
tidak berpengaruh terhadap
kepuasan nasabah

H_a = Variabel kehandalan (*reliability*)
ada pengaruh terhadap
kepuasan nasabah

b) H_0 = Variabel daya tanggap
(*responsiveness*) tidak
berpengaruh terhadap
kepuasan nasabah

H_a = Variabel daya tanggap
(*responsiveness*) ada pengaruh
terhadap kepuasan nasabah

c) H_0 = Variabel jaminan (*assurance*)
tidak berpengaruh terhadap
kepuasan nasabah

d) H_a = Variabel jaminan (*assurance*)
ada pengaruh terhadap
kepuasan nasabah

e) H_0 = Variabel empati (*empathy*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H_a = Variabel empati (*empathy*) ada pengaruh terhadap kepuasan nasabah

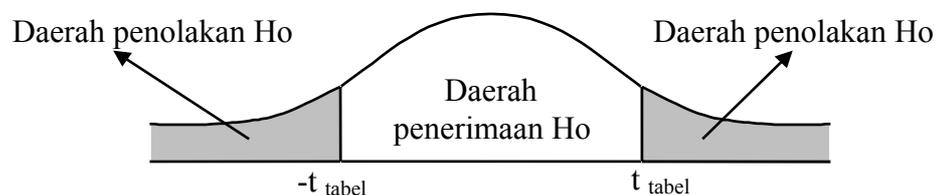
f) H_0 = Variabel bukti fisik (*tangibles*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H_a = Variabel bukti fisik (*tangibles*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

2) Menentukan nilai kritis dengan level of signifikan $\alpha = 5\%$

$$T_{\text{tabel}} = t_{(\alpha/2; n-k-1)}$$

a) Daerah penerimaan dan penolakan



b) Penentuan kriteria penerimaan dan penolakan.

Ho diterima jika :

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka Ho diterima dan Ha ditolak, itu berarti tidak ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.

$t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima, itu berarti ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.

3. Uji asumsi klasik

Untuk mendapatkan nilai pemeriksa yang tidak bias dan efisien (*Best Linear Unbias Estimator/BLUE*) dari suatu persamaan regresi linier berganda dengan metode kuadrat terkecil (*least Squares*), perlu dilakukan pengujian dengan jalan memenuhi persyaratan asumsi klasik yang meliputi:

a. Uji non-multikolinearitas

Uji non-multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar peubah bebas. Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Model regresi yang

baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara peubah bebas. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF (*variance inflation factor*) (Singgih Santoso, 2002:112)

Pedoman suatu model yang bebas multikolinearitas yaitu mempunyai nilai $VIF \leq 4$ atau 5.

b. Uji non-autokorelasi

Tujuannya untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier berganda ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka terjadi autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi (Ghozali, 2005:95).

Menurut Singgih (2002: 219), untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi, melalui metode tabel **Durbin-Watson** yang dapat dilakukan melalui program SPSS, dimana secara umum dapat diambil patokan yaitu:

- a. Jika angka D-W dibawah -2, berarti autokorelasi positif.
- b. Jika angka D-W diatas +2, berarti autokorelasi negatif.

c. Jika angka D-W diantara -2 sampai dengan +2, berarti tidak ada autokorelasi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Hanke & Reitsch, 1998: 259 dalam Mudrajad, 2004: 96) Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari satu observasi ke observasi lain, artinya setiap observasi mempunyai reliabilitas yang berbeda akibat perubahan dalam kondisi yang melatar belakangi tidak terangkum dalam spesifikasi model. (Mudrajad, 2004 : 96)

Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0.05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti non heteroskedastisitas atau homoskedastisitas. Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas.

d. Uji normalitas

Uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi, variabel *dependent*, variabel *independent* atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. (Santoso, 2002 : 212)

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov $\geq 0,05$, maka terdistribusi normal dan sebaliknya terdistribusi tidak normal.

e. Uji Linearitas

Pengujian linearitas dilakukan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linear atau tidak. Uji linearitas dilakukan dengan menggunakan *curve estimate*, yaitu gambaran hubungan linier antara variabel X dengan variabel Y. jika nilai signifikansi $f \leq$

0,05, maka variabel X tersebut memiliki hubungan linear dengan Y.

BAB III

METODE PENELITIAN

K. Lokasi penelitian

Penelitian ini berlokasi di BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan di Jl Raya Sidogiri Kraton Pasuruan .

L. Jenis dan pendekatan penelitian

Sedangkan jenis penelitian ini adalah kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Indriantoro, 1999 : 12).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan survei yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun, 1995 : 3).

M. Populasi dan Sampel

3. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian (Arikunto, 2006: 130). Dengan menetapkan populasi, ini dimaksudkan agar suatu penelitian dapat mengukur sesuatu sesuai dengan kasusnya dan tidak berlebihan dengan populasi yang diacu. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan populasi data nasabah tabungan BMT-MMU Sidogiri dari tahun 2001-2007 mencapai 32.657 penabung.

Tabel 3.1

Data Nasabah BMT-MMU Sidogiri Pasuruan

Tahun	Penabung
2001	7.113
2002	9.775
2003	12.939
2004	18.004
2005	22.228
2006	27.299
2007	32.657

Sumber data: BMT-MMU Sidogiri November 2007

4. Sampel

Yang dimaksud dengan sampel adalah bagian kecil dari populasi. Agar sampel yang diambil representatif atau

mewakili populasi, maka pengambilan sampelnya harus tepat. Pengambilan sampel yang dilakukan peneliti adalah menggunakan *Accidental Sampling* (Sugiyono, 2002:77) terhadap nasabah BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan.

N. Teknik pengambilan sampel

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *Accidental Sampling*. Menurut sugiyono (2002:77) "*Accidental sampling*" adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel, dan apabila orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dalam *Accidental Sampling* peneliti memberikan angket pada nasabah, khususnya yang menabung di BMT-MMU Sidogiri kraton Pasuruan.

Untuk menentukan jumlah sampel yang dipilih digunakan rumus Slovin dalam (Consuelo G. Sevilla, dkk., 1993: 161) yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{n}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel
N = Ukuran populasi
e = Prosentase kelonggaran yaitu sebesar 10%

$$\begin{aligned}n &= \frac{32.657}{1 + 32.657(0.1)^2} \\ &= \frac{32.657}{327} \\ &= 99,86 \\ &= 100\end{aligned}$$

Jadi sampel untuk kuesioner digolongkan representatif mewakili populasi yang menabung 32657 nasabah layanan BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan adalah 100 kuesioner.

O. Data dan Sumber data

Data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder

3) Data primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) (Indriantoro, 1999: 146). Dalam penelitian

ini data diperoleh dari kuesioner responden tentang beberapa variabel yang diteliti dan dari interview tentang profil dan historikal obyek.

4) Data sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) (Indriantoro, 1999: 146). Data sekunder pada penelitian ini adalah dokumen tentang profil BMT-MMU Sidogiri, *job description* dan strukturalnya dari kantor cabang sidogiri kraton pasuruan.

P. Teknik pengumpulan data

Untuk memperoleh data secara terperinci dan baik, maka peneliti menggunakan beberapa metode, yaitu :

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2005: 135). Sehubungan

dengan penelitian ini peneliti, menyebarkan kuesioner kepada responden, yaitu seluruh sampel yang telah ditentukan dari BMT-MMU Sidogiri.

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya (Arikunto, 2006: 231). Dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat majalah, brosur dan internet yang berhubungan dengan kualitas pelayanan untuk memperoleh landasan teori dan mendapatkan data yang dapat menunjang penelitian.

Q. Skala pengukuran

Selanjutnya agar jawaban responden dapat diukur maka jawaban responden diberi skor. Dalam penelitian ini pemberian skor menggunakan skala Likert yaitu dengan menghadapkan seorang responden dengan sebuah pernyataan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban: "sangat setuju", "setuju",

“ragu-ragu”, “tidak setuju”, “sangat tidak setuju” (Singarimbun, 1995: 111).

Selanjutnya dalam prosedur skala Likert ini adalah menentukan skor atas setiap pertanyaan dalam kuesioner yang disebar. Jawaban dari responden dibagi dalam lima kategori penilaian dimana masing-masing pertanyaan diberi skor satu sampai lima. Dalam penelitian ini terdiri lima jawaban yang mengandung variasi nilai bertingkat, antara lain:

Tabel 3.2
Bobot nilai setiap pertanyaan

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Singarimbun, 1995: 111

R. Definisi operasional variabel

Variabel yang diteliti terbagi menjadi 2 kelompok besar atau variabel besar, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Adapun definisi operasional variabel untuk masing-masing variabel dan indikatornya adalah sebagai berikut:

3. Variabel bebas (*Independent variabel*)

Adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lain. Dalam hal ini variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan (*service quality*) (X) yaitu kualitas jasa pelayanan yang diberikan BMT kepada nasabah yang terdiri dari kehandalan (*reliability*) (X_1), daya tanggap (*responsiveness*) (X_2), jaminan (*assurance*) (X_3), empati (*empathy*) (X_4) serta bukti fisik (*tangibles*) (X_5).

4. Variabel terikat (*Dependent variabel*)

Adalah variabel yang diduga sebagai akibat atau dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah kepuasan nasabah (Y). Merupakan akibat yang terjadi setelah nasabah merasakan kualitas jasa pelayanan yang baik.

Tabel 3.3
Konsep, variabel, indikator dan item

KONSEP	VARIABEL	INDIKATOR	ITEM
Kualitas pelayanan (X)	Reliabilitas (<i>reliability</i>) (X_1)	Kemampuan memberikan pelayanan sesuai janji dan memuaskan	4. Kemampuan melayani sesuai dengan janji dan waktu ($X_{1.1}$) 5. Kemudahan dalam bertransaksi ($X_{1.2}$) 6. Mampu melayani dengan tepat dan akurat ($X_{1.3}$)
	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) (X_2)	Respon yang cepat dan tanggap	4. Kecepatan karyawan dalam melayani ($X_{2.1}$) 5. Kesanggupan dalam merespon keluhan nasabah

			(X _{2,2}) 6. Karyawan komunikatif terhadap nasabah (X _{2,3})
	Jaminan (<i>assurance</i>) (X ₃)	Kepercayaan, rasa aman, dan kesopanan	1. Karyawan bersikap jujur dan dapat dipercaya (X _{3,1}) 2. Kemampuan karyawan tidak diragukan dan dapat dipercaya (X _{3,2}) 3. Karyawan memberi rasa aman pada nasabah (X _{3,3}) 4. Karyawan selalu sopan melayani karyawan (X _{3,4})
	Empati (<i>emphaty</i>) (X ₄)	Perhatian, memahami masalah nasabah dan jam oprasi nyaman	5. Perhatian karyawan terhadap nasabah (X _{4,1}) 6. Keramahan karyawan terhadap nasabah (X _{4,2}) 7. Terjalannya hubungan individu karyawan dan nasabah (X _{4,3}) 8. Jam layanan mulai 06.30-12.00 (X X _{4,4})
	Bukti fisik (<i>tangibles</i>) (X ₅)	Fasilitas fisik, perlengkapan, material yang digunakan dan penampilan karyawan	1. Peralatan yang di pakai (X _{5,1}) 2. Desain dan kebersihan ruangan (X _{5,2}) 3. Penampilan karyawan dalam berpakaian (X _{5,3})
Kepuasan nasabah (Y)	Harapan dan keinginan nasabah (Y)	Penilaian dan respon nasabah	4. Secara keseluruhan fasilitas yang tersedia sudah lengkap (Y ₁). 5. Merasa senang dan nyaman dengan jasa pelayan yang diberikan (Y ₂). 6. Kualitas pelayanan sesuai dengan yang diharapkan (memuaskan) (Y ₃).

Sumber: Data hasil observasi November 2007

S. Pengujian instrumen

4. Uji validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Sebuah instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur yang diinginkan, serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud (Arikunto, 2006: 168). Cara pengujian validitas dengan menghitung korelasi antar skor masing-masing pertanyaan dan skor total dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment*, seperti sebagai berikut (Singarimbun, 1995: 137):

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana: r = Korelasi product moment

N = Jumlah responden atau sampel
 X = Jumlah jawaban variabel x
 Y = Jumlah jawaban variabel y

Jika nilai $r \geq 0,60$ maka instrumen tersebut dapat dikatakan valid dan apabila nilai $r \leq 0,60$ maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid.

Singarimbun dan Effendi, (1995:124), menyatakan jika $P \leq 0,05$ maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid dan apabila $P \geq 0,05$ maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan tidak valid.

5. Uji reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2006: 178). Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus **Alpha Cronbach** (Arikunto, 2006: 195) yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k - 1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Dimana: r_{11} = Reliabilitas instrumen
 K = Banyaknya pertanyaan
 $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

$$\sigma_1^2 = \text{Varians total}$$

Menurut Singarimbun (1995:141), instrumen dikatakan reliabel, jika hasil perhitungan memiliki koefisien keandalan (*reliabilitas*) sebesar $\alpha = 0,05$ atau lebih.

T. Model analisis data

Teknik analisis data yang di gunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan:

3. Regresi linier berganda.

Analisis regresi berganda digunakan untuk memeriksa kuatnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Maka dalam penelitian ini regresinya sebagai berikut (Sugiyono, 2005: 250).

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana:

- Y = Variabel terikat yaitu kepuasan nasabah
- a = konstanta
- b₁ = koefisien regresi variabel bebas ke-1
- X₁ = reliabilitas (*reliability*)
- X₂ = daya tanggap (*responsiveness*)
- X₃ = jaminan (*assurance*)
- X₄ = empati (*empathy*)
- X₅ = bukti fisik (*tangibles*)
- e = standar error

4. Pengujian koefisien persamaan regresi

Untuk mengetahui hipotesis yang diajukan bermakna atau tidak maka digunakan perhitungan uji statistik, sbb:

c. Uji F (uji simultan)

Digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan koefisien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat, (Sugiyono, 2005:250), dinyatakan sebagai berikut :

$$F_{hitung} = \frac{R^2 (k - 1)}{(1 - R^2) / (N - k)}$$

Dimana:

- F = Harga F
- R = Koefisien korelasi ganda
- K = Banyaknya variabel bebas
- n = Ukuran sampel

Adapun langkah-langkah uji F atau uji simultan

adalah:

5) Perumusan Hipotesis

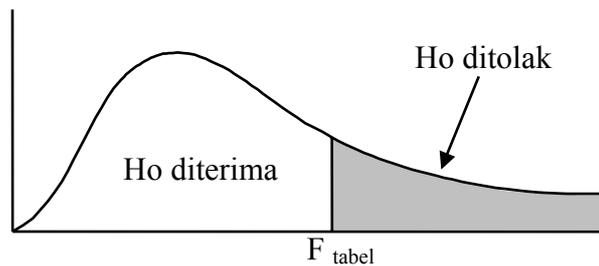
Ho = Variabel kualitas jasa pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah

H_a = Variabel kualitas jasa pelayanan ada pengaruh terhadap kepuasan nasabah

6) Nilai kritis distribusi F dengan level of signifikan $\alpha = 5\%$

$$\begin{aligned} F_{\text{Tabel}} &= F_{\alpha; \text{numerator}; \text{denominator}} \\ &= F_{0.05; k-1; n-k} \end{aligned}$$

7) Daerah kritis H_0 melalui kurva distribusi F



8) Kriteria penolakan atau penerimaan

H_0 diterima jika :

$F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
ini berarti tidak terdapat pengaruh simultan oleh variabel X dan Y.

$F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
hal ini berarti terdapat pengaruh yang simultan terhadap variabel X dan Y.

d. Uji t (uji parsial)

Digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat, Sugiyono (2005: 223).

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana : r = Koefisien regresi
 n = Jumlah responden
 t = Uji hipotesis

Adapun langkah-langkah untuk uji t adalah:

3) Perumusan Hipotesis nol (Ho) dan hipotesis alternatifnya (Ha)

g) Ho = Variabel kehandalan (*reliability*)
 tidak berpengaruh terhadap
 kepuasan nasabah

 Ha = Variabel kehandalan (*reliability*)
 ada pengaruh terhadap
 kepuasan nasabah

h) Ho = Variabel daya tanggap
(*responsiveness*) tidak
berpengaruh terhadap
kepuasan nasabah

Ha = Variabel daya tanggap
(*responsiveness*) ada pengaruh
terhadap kepuasan nasabah

i) Ho = Variabel jaminan (*assurance*)
tidak berpengaruh terhadap
kepuasan nasabah

j) Ha = Variabel jaminan (*assurance*)
ada pengaruh terhadap
kepuasan nasabah

k) Ho = Variabel empati (*empathy*)
tidak berpengaruh terhadap
kepuasan nasabah

Ha = Variabel empati (*empathy*) ada
pengaruh terhadap
kepuasan nasabah

l) Ho = Variabel bukti fisik (*tangibles*)
tidak berpengaruh terhadap
kepuasan nasabah

H_a = Variabel bukti fisik (*tangibles*)
tidak berpengaruh terhadap
kepuasan nasabah

4) Menentukan nilai kritis dengan level of
signifikan $\alpha = 5\%$

$$T_{\text{tabel}} = t_{(\alpha/2; n-k-1)}$$

c) Daerah penerimaan dan penolakan



d) Penentuan kriteria penerimaan dan
penolakan.

H_0 diterima jika :

$t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a
ditolak, itu berarti tidak ada pengaruh
yang bermakna oleh variabel X dan Y.

$t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, itu berarti ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.

6. Uji asumsi klasik

Untuk mendapatkan nilai pemeriksa yang tidak bias dan efisien (*Best Linear Unbias Estimator/BLUE*) dari suatu persamaan regresi linier berganda dengan metode kuadrat terkecil (*least Squares*), perlu dilakukan pengujian dengan jalan memenuhi persyaratan asumsi klasik yang meliputi:

a. Uji non-multikolinearitas

Uji non-multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar peubah bebas. Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara peubah bebas. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF (*variance inflaction factor*) (Singgih Santoso, 2002:112)

Pedoman suatu model yang bebas multikolinearitas yaitu mempunyai nilai $VIF \leq 4$ atau 5.

b. Uji non-autokorelasi

Tujuannya untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier berganda ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka terjadi autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi (Ghozali, 2005:95).

Menurut Singgih (2002: 219), untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi, melalui metode tabel **Durbin-Watson** yang dapat dilakukan melalui program SPSS, dimana secara umum dapat diambil patokan yaitu:

- d. Jika angka D-W dibawah -2 , berarti autokorelasi positif.
 - e. Jika angka D-W diatas $+2$, berarti autokorelasi negatif.
 - f. Jika angka D-W diantara -2 sampai dengan $+2$, berarti tidak ada autokorelasi.
- c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Hanke & Reitsch, 1998: 259 dalam Mudrajad, 2004: 96) Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari satu observasi ke observasi lain, artinya setiap observasi mempunyai

reliabilitas yang berbeda akibat perubahan dalam kondisi yang melatar belakangi tidak terangkum dalam spesifikasi model. (Mudrajad, 2004 : 96)

Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0.05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti non heteroskedastisitas atau homoskedastisitas. Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas.

d. Uji normalitas

Uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi, variabel *dependent*, variabel *independent* atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. (Santoso, 2002 : 212)

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau

tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov $\geq 0,05$, maka terdistribusi normal dan sebaliknya terdistribusi tidak normal.

e. Uji Linearitas

Pengujian linearitas dilakukan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linear atau tidak. Uji linearitas dilakukan dengan menggunakan *curve estimate*, yaitu gambaran hubungan linear antara variabel X dengan variabel Y. jika nilai signifikansi $f \leq 0,05$, maka variabel X tersebut memiliki hubungan linear dengan Y.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan

Bermula dari keprihatinan asatidz Madrasah Miftahul Ulum Pondok Pesantren Sidogiri dan Madrasah-madrasah ranting/filial Madrasah Miftahul Ulum Pondok Pesantren Sidogiri atas perilaku masyarakat yang cenderung kurang memperhatikan kaidah-kaidah syari'ah Islam dibidang mu'amalat padahal mereka adalah masyarakat muslim apalagi mereka sudah mulai terlanda praktik-praktik yang mengarah pada ekonomi riba yang dilarang secara tegas oleh agama.

Para asatidz dan para pengurus madrasah terus berpikir dan berdiskusi untuk mencari gagasan yang bisa menjawab permasalahan umat tersebut. Akhirnya ditemukanlah gagasan untuk mendirikan usaha bersama yang mengarah pada pendirian keuangan lembaga syari'ah yang dapat mengangkat dan menolong masyarakat bawah yang ekonominya masih dalam kelompok *mikro* (kecil).

Setelah didiskusikan dengan orang-orang yang ahli, maka alhamdulillah terbentuklah wadah itu dengan nama "*Koperasi Baitul Mal wa Tamwil Maslahah Mursalah Lill Ummah*" disingkat dengan Koperasi BMT-MMU yang berkedudukan di kecamatan Wonorejo Pasuruan. Pendirian koperasi didahului dengan rapat pembentukan koperasi yang diselenggarakan pada tanggal 25

Muharrom 1418 H atau 1 Juni 1997 diantara orang-orang yang getol memberikan gagasan berdirinya koperasi BMT MMU ialah :

1. Ustadz Muhammad Hadlori Abdul Karim, yang saat itu menjabat sebagai kepala Madrasah Miftahul Ulum tingkat Ibtidaiyah Pondok Pesantren Sidogiri.
2. Ustadz Muhammad Dumairi Nor, yang saat itu menjabat sebagai wakil kepala Madrasah Miftahul Ulum tingkat Ibtidaiyah Pondok Pesantren Sidogiri.
3. Ustadz Baihaqi Utsman, yang saat itu menjabat sebagai Tata Usaha Madrasah Miftahul Ulum tingkat Ibtidaiyah Pondok Pesantren Sidogiri.
4. Ustadz H. Mahmud Ali Zain, yang saat itu menjabat sebagai ketua Koperasi Pondok Pesantren Sidogiri dan salah satu ketua DTTM (*Dewan Tarbiyah wat Ta'lim Madrosy*).
5. Ustadz A. Muna'i Ahmad, yang saat itu menjabat sebagai wakil kepala Miftahul Ulum tingkat Ibtidaiyah Pondok Pesantren Sidogiri.

Dengan diskusi dan musyawarah antara para kepala Madrasah Miftahul Ulum Afiliasi Madrasah Miftahul Ulum Pondok Pesantren Sidogiri maka menyetujui membentuk tim kecil yang diketuai oleh ustadz Mahmud Ali Zain untuk menggodok dan menyiapkan berdirinya koperasi baik yang terkait dengan keanggotaan, permodalan, legalitas koperasi dan sistem operasionalnya.

Tim berkonsultasi dengan pejabat kantor Departemen Koperasi Dinas Koperasi dan pengusaha kecil menengah Kabupaten Pasuruan untuk mendirikan koperasi disamping mendapatkan tambahan informasi tentang BMT (*Baitul Maal wat Tamwil*) dari pengurus PINBUK (*Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil*) pusat dalam suatu acara perkoperasian yang diselenggarakan di Pondok Pesantren Zainul Hasan Genggong Probolinggo dalam rangka sosialisasi kerjasama Inkopontren dengan PINBUK pusat yang dihadiri antara lain oleh :

1. Bapak KH. Nor Muhammad Iskandar SQ dari Jakarta sebagai ketua Inkopontren .
2. Bapak DR. Subiyakto Tjakrawardaya yang menjabat sebagai Menteri koperasi PKM saat itu.
3. Bapak DR. Amin Aziz yang menjabat sebagai ketua PINBUK pusat saat itu.

Dari diskusi dan konsultasi serta tambahan informasi dari beberapa pihak maka berdirilah koperasi BMT MMU tepatnya pada tanggal 12 Robi'ul awal 1418 H atau 17 Juli 1997 berkedudukan di kecamatan Wonorejo Pasuruan. Pembukaan dilaksanakan dengan diselenggarakan selamatan pembukaan yang diisi dengan pembacaan sholawat Nabi Besar SAW bersama masyarakat Wonorejo dan pengurus BMT MMU. Kantor pelayanan yang dipakai adalah dengan cara kontrak atau sewa yang luasnya

kurang lebih 16,5 M² pelayanan dilakukan oleh tiga orang karyawan. Modal yang dipakai untuk usaha didapat dari simpanan anggota yang berjumlah Rp. 13. 500. 000,- (tiga belas juta lima ratus ribu rupiah) dengan anggota yang berjumlah 348 orang terdiri dari para asatidz dan pimpinan serta pengurus Madrasah Miftahul Ulum Pondok Pesantren Sidogiri dan beberapa orang asatidz pengurus Pondok Pesantren Sidogiri.

Berdirinya koperasi BMT MMU sangat ditunjang dan didorong oleh keterlibatan beberapa orang pengurus Koperasi Pondok Pesantren Sidogiri (Kopontren Sidogiri).

Koperasi BMT MMU ini telah mendapat legalitas berupa :

1. Badan Hukum Koperasi dengan nomor : 608/BH/KWK. 13/IX/97 tanggal 4 September 1997.
2. TDP dengan nomor : 13252600099
3. TDUP dengan nomor : 133/13.25/UP/IX/98
4. NPWP dengan nomor : 1-718-668.5-624

a) Visi & Misi Perusahaan Bmt Mmu Sidogiri

1. Visi

1. Membangun dan Mengembangkan ekonomi umat dengan konsep dasar atau landasan yang sesuai Syari'ah Islam
2. Menanamkan pemahaman bahwa konsep syari'ah adalah konsep yang mudah, murah dan maslahah.

2. Misi

1. Menciptakan *Wata'awun 'Alal Birri Wat Taqwa* yaitu tolong menolong lewat ekonomi umat.

2. Memberantas riba yang telah menjerat serta mengakar dimasyarakat

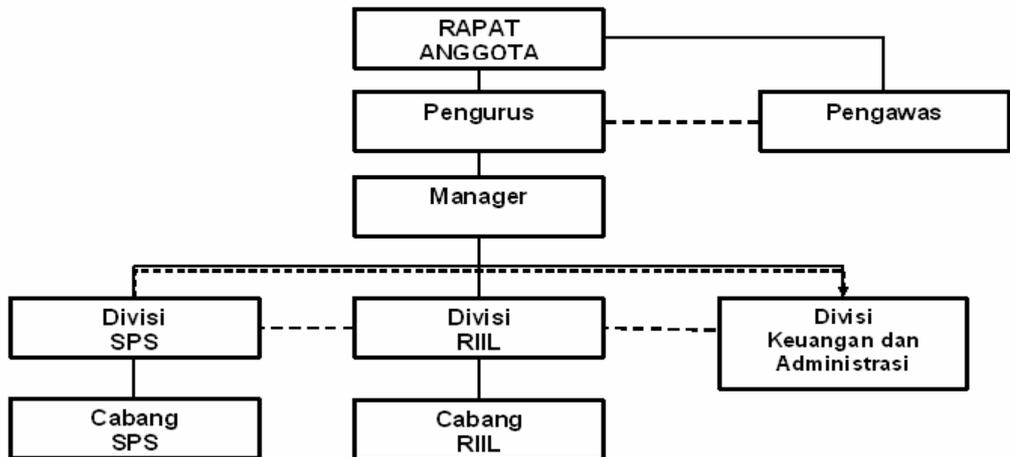
b) Maksud dan Tujuan

1. Koperasi ini bermaksud menggalang kerja sama untuk membantu kepentingan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya dalam rangka pemenuhan kebutuhan
2. Koperasi ini bertujuan memajukan kesejahteraan anggota dan masyarakat serta ikut membangun perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat madani yang berlandaskan Pancasila dan UUD 1945 serta di ridhoi oleh Allah SWT.

c) Struktur Organisasi BMT-MMU Sidogiri

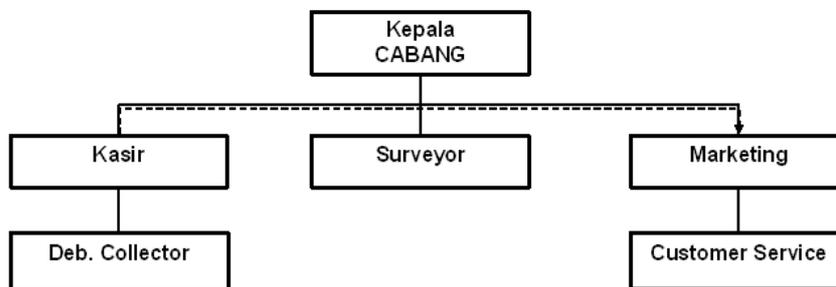
Gambar 4.1

**STRUKTUR ORGANISASI
BMT "MASLAHAH MURSALAH LIL UMMAH"**



Keterangan :
 ————— : Garis Instruksi/Perintah
 - - - - - : Garis Koordinasi

**STRUKTUR ORGANISASI
Cabang Simpan Pinjam Syari'ah
BMT "MASLAHAH MURSALAH LIL UMMAH"**



Sumber data: BMT-MMU Sidogiri

1) Rapat Anggota

Sesuai dengan Undang-Undang RI no 25/1992 tentang Perkoperasian, bahwa anggota adalah pemilik sekaligus sebagai pelanggan atau pengguna jasa koperasi. Oleh karenanya Rapat Anggota merupakan kekuasaan tertinggi dalam lembaga koperasi. Keanggotaan diatur dalam Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Koperasi. Keanggotaan koperasi melekat pada diri anggota sendiri dan tidak dapat dipindahkan kepada orang lain dengan dalih apapun. Setiap anggota harus tunduk kepada ketentuan dalam AD/ART Koperasi, peraturan khusus dan keputusan-keputusan rapat anggota.

Pada garis besarnya, anggota koperasi ada dua macam, yaitu anggota biasa dan anggota luar biasa. Perbedaan yang mencolok dari keduanya adalah anggota luar biasa tidak berhak memilih atau dipilih menjadi pengurus atau pengawas. Syarat keanggotaan yang menonjol di Koperasi BMT MMU ini adalah berprofesi sebagai guru atau karyawan Madrasah Miftahul Ulum (AD pasal 5.b). Rapat anggota dalam lembaga koperasi merupakan kekuasaan tertinggi. Rapat Anggota Biasa menetapkan: (a.) Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga, (b.) Kebijaksanaan umum dibidang organisasi manajemen dan usaha koperasi, (c.) Pemilihan, pengangkatan atau pemberhentian pengurus dan atau pengawas, (d.) Penyusunan dan menetapkan RK-RAPB (Rencana Kerja dan Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja), (e.) Pengesahan atau penolakan atas pertanggungjawaban pengurus dan atau pengawas tentang

aktifitas dan usahanya, (f.) Pembagian SHU (Surplus Hasil Usaha) dan (g.) Penggabungan atau pembubaran koperasi.

Rapat Anggota yang dilaksanakan tiap tahun setelah tutup buku tahunan disebut RAT (Rapat Anggota Tahunan) yang biasanya dilaksanakan pada bulan Januari, Februari atau Maret tahun berikutnya. Koperasi BMT-MMU ini sebenarnya telah melaksanakan RAT dalam setiap tahunnya sejak berdiri, tetapi pada tahun pertama dan kedua dilaksanakan belum sesuai dengan petunjuk dari Departemen Koperasi (sekarang DIKNAS Koperasi PK&M), karena RATnya dilaksanakan pada bulan Rabi'ul Awal atau bulan juli. Setelah berjalan dua tahun, maka tahun buku di ubah dari tahun Hijriyah ke tahun Miladi sehingga di laksanakan RAT 1999 pada tanggal 2 Februari 2000 setelah berjalan 2,5 tahun. Adapun penghitungan laporan keuangan tahun 1999 sampai dengan Desember 1999 yakni selama 6 bulan karena adanya kebijakan perubahan dari tahun Hijriyah ke tahun Miladi.

Baru pada RAT 2000, RAT dilaksanakan sesuai dengan Anggaran Dasar Koperasi dan dilaksanakan pada tanggal 4 Februari 2001 karena masa bakti pengurus periode pertama dinyatakan habis pada Desember 2000, maka pada saat RAT 2000 tersebut, diselenggarakan pemilihan pengurus dan pengawasan untuk periode 2001-2003.

Sebelum dilaksanakan RAT 2000 pengurus menyelenggarakan RAT (Rapat Anggota) yaitu pada tanggal 19 Ramadhan 1421 H atau 15 Desember 2000 untuk membahas rancangan RK-RAPB 2001. Sebelum RAB ini, telah diselenggarakan RAB yang pertama yaitu pada tanggal

28 September 2000 yang pokok pembahasannya adalah pengurus meminta persetujuan kepada anggota untuk menjadi anggota koperasi sekunder yaitu Koperasi Bank Perkreditan Rakyat Untung Suropati (KBPR- Untung Suropati) yang berkedudukan di kecamatan Bangil Pasuruan. Akhirnya dalam rapat tersebut memutuskan menerima usulan pengurus untuk menjadi anggota dan pemilik KBPR Untung Suropati Bangil dengan dua syarat yaitu KBPR diubah operasionalnya menjadi BPR Syari'ah dan koperasi BMT MMU menjadi pemilik modal mayoritas.

2) Pengurus

Pengurus koperasi diangkat oleh anggota dalam Rapat Anggota yang diselenggarakan untuk kepentingan pengangkatan pengurus atau dilaksanakan bersamaan dengan kegiatan rapat anggota tahunan (RAT). Pengurus adalah penerima amanat anggota untuk menjalankan organisasi dan usaha koperasi dengan berlandaskan pada RK-RAPB (Rencana Kerja -Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja) yang diputuskan atau ditetapkan dalam rapat anggota.

Jumlah anggota pengurus sedikitnya tiga orang terdiri atas ketua, sekretaris dan bendahara. Sesuai dengan anggaran dasar koperasi, masa jabatan pengurus adalah tiga tahun. Pengurus harus dipilih dari atau oleh anggota dan bertanggung jawab kepada anggota dalam rapat anggota. Pengurus tidak menerima gaji akan tetapi berhak menerima uang jasa atau uang kehormatan.

Pengurus berhak mengangkat pengelola (manager atau direksi) dengan sistem kontrak kerja untuk

menjalankan dan melaksanakan usaha koperasi. Pengelola bertanggung jawab kepada pengurus yang mengangkat. Dalam periode 1997 - 2000 susunan pengurus mengalami perubahan dan perampingan yakni pada tahun pertama jumlah pengurus sebanyak tujuh orang.

Pada tahun kedua dirampingkan menjadi lima orang dan ada mutasi jabatan. Karena periode kepengurusan pertama berakhir pada bulan Desember 2000, maka RAT 2000 diadakan reformasi pengurus dan pengawas yang menelorkan keputusan susunan pengurus periode 2001-2003.

3) Pengawas

Sesuai dengan Undang- undang RI No. 25 / 1992 pasal 21 bahwa perangkat organisasai koperasi terdiri dari : (a) Rapat anggota, (b) pengurus dan (c) pengawas. Maka keberadaan pengawas koperasi benar-benar diakui disamping merupakan satu diantara tiga perangkat organisasi. Pengawasan koperasi dilakukan oleh pengawas yang diangkat dari dan oleh anggota dalam rapat anggota sekaligus bertanggung jawab kepada anggota.

Pengawasan atas aktifitas koperasi baik tentang keorganisasian ataupun usaha dilakukan dengan terencana atau mendadak. Apabila dianggap perlu dan mendapat persetujuan dalam rapat anggota, pengawas bisa menggunakan jasa KJA (Koperasi Jasa Audit) atau akuntan publik untuk melakukan pemeriksaan atau audit atas aktifitas usaha dan keuangan koperasi dalam setiap tahunnya.

Pengawas melaksanakan pengawasan paling tidak sebulan sekali yaitu pada saat laporan keuangan bulanan yang dilakukan oleh manager dihadapan pengawas dan pengurus sehingga jika ada kejanggalan dalam aktifitas dan usaha atau keuangan maka pengawas bisa menindak lanjutinya. Manager memberikan laporan keuangan dalam satu bulan operasional terdiri atas neraca, arus kas (*cash flow*), perhitungan hasil usaha dan posisi keuangan.

4) Manager

- a) Bertanggungjawab pada Pengurus atas segala tugas-tugasnya.
- b) Memimpin organisasi dan kegiatan usaha BMT
- c) Menyusun Perencanaan dan Pengembangan seluruh usaha BMT
- d) Mengevaluasi dan melakukan Pembinaan terhadap seluruh usaha BMT
- e) Menjalankan setiap kebijakan yang dikeluarkan oleh Pengurus
- f) Menyampaikan laporan perkembangan usaha BMT kepada Pengurus setiap bulan satu kali.
- g) Mengangkat dan memberhentikan karyawan dengan sepengetahuan Pengurus
- h) Menandatangani perjanjian pembiayaan
- i) Memutuskan Permohonan Pembiayaan sesuai dengan flafon yang telah ditentukan
- j) Menyetujui atau menolak setiap idzin karyawan
- k) Bersama Pengurus dan Pengawas Menetapkan ketentuan gaji karyawan

- l) Menyupayakan jenis usaha lain yang produktif dengan persetujuan Pengurus
- m) Membuat Peraturan karyawan
- n) Menentukan target pendapatan dari tiap-tiap cabang usaha dalam masa satu tahun

5) Divisi SPS

- a) Bertanggung jawab kepada manager atas perkembangan usaha SPS
- b) Memimpin seluruh kegiatan usaha SPS
- c) Menyusun Perencanaan dan pengembangan usaha SPS
- d) Melakukan, Evaluasi dan pembinaan terhadap segala bentuk usaha SPS
- e) Menyusun dan menyampaikan laporan kepada manager tentang pengelolaan dan perkembangan usaha SPS
- f) Menyusun perencanaan kerja dan perencanaan pendapatan usaha SPS
- g) Mengatur penempatan karyawan untuk cabang SPS
- h) Bersama Manager mengatur posisi permodalan pada cabang SPS
- i) Pengajuan sarana dan prasarana penunjang kegiatan usaha SPS
- j) Merencanakan target pendapatan pada masing-masing Cabang

6) Divisi RIIL

- a) Bertanggung jawab kepada manager atas perkembangan usaha Riil
- b) Memimpin seluruh kegiatan usaha Riil
- c) Menyusun Perencanaan dan pengembangan usaha Riil

- d) Melakukan, Evaluasi dan pembinaan terhadap segala bentuk usaha riil
- e) Menyusun dan menyampaikan laporan kepada manager tentang pengelolaan dan perkembangan usaha riil
- f) Menyusun perencanaan kerja dan perencanaan pendapatan usaha riil
- g) Mengatur penempatan karyawan untuk cabang riil
- h) Bersama Manager mengatur posisi permodalan pada cabang riil
- i) Pengajuan sarana dan prasarana penunjang kegiatan usaha riil
- j) Merencanakan target pendapatan pada masing-masing Cabang

7) Divisi KEUANGAN dan ADMINISTRASI

- a) Bertanggung jawab kepada manager atas tugas-tugasnya
- b) mengawasi, mengevaluasi dan melakukan pembinaan akuntansi dan administrasi kepada seluruh cabang
- c) Melakukan pengadaan dan pemeliharaan sarana dan prasarana BMT-MMU dengan persetujuan Manager
- d) Menyusun dan melaporkan kegiatan BMT-MMU kepada Manager
- e) Berkoordinasi dengan kepala Divisi lainnya dalam mengatur sirkulasi keuangan semua unit usaha BMT-MMU
- f) Mengatur administrasi karyawan yang bersifat ketenaga kerjaan
- g) melakukan audit keuangan pada masing-masing Unit usaha BMT-MMU

- h) Menyampaikan informasi dari pusat kepada seluruh jajaran karyawan

8) Cabang SPS

- a) Bertanggung jawab kepada kepala divisi SPS atas tugas-tugasnya
- b) Memimpin organisasi dan kegiatan usaha Cabang SPS
- c) Mengevaluasi dan memutuskan setiap permohonan pembiayaan
- d) Melakukan pengawasan dan pembinaan terhadap pengembalian pembiayaan
- e) Menandatangani perjanjian pembiayaan
- f) Menandatangani Buku Tabungan dan Warkat Mudhorabah
- g) Menyampaikan laporan pengelolaan BMT kepada Kepala Divisi SPS setiap bulan sekali.

9) Cabang RIIL

- a) Bertanggung jawab kepada kepala divisi Riil atas tugas-tugasnya
- b) Memimpin organisasi dan kegiatan usaha Cabang Riil
- c) Menyusun rencana kerja triwulan
- d) Menyusun rencana pengembangan usaha riil
- e) Menyusun laporan pengelolaan cabang riil

10) Kasir

- a) Bertanggung jawab kepada kepala Cabang dibidang keuangan

- b) Menerima dan membayarkan uang atas seluruh transaksi di BMT-MMU Cabang berdasarkan bukti-bukti yang sah.
- c) Mengelola kas bersama Kepala Cabang.
- d) Mencatat seluruh transaksi keluar masuknya uang kas ke dalam formulir atau buku yang telah disediakan
- e) Membuat laporan transaksi harian
- f) Membuat laporan keuangan bulanan dalam bentuk Neraca, Perhitungan hasil usaha, Arus kas dan posisi kekayaan

11) Surveyor

- a) Bertanggung jawab kepada kepala Cabang atas tugas-tugasnya
- b) Menganalisa kebenaran data yang diajukan oleh pemohon pembiayaan
- c) Memeriksa kondisi agunan dan menentukan taksiran nilai nominalnya
- d) Berhak mengajukan usulan untuk diterima atau ditolaknya suatu pembiayaan berdasarkan hasil survenya
- e) Membuat laporan atas hasil survenya kepada Kepala Cabang

12) Marketing

- a) Bertanggung jawab kepada kepala Cabang atas tugas-tugasnya
- b) Memasarkan produk jasa yang dimiliki SPS

- c) Memeriksa kelengkapan persyaratan pembiayaan dan tabungan
- d) Menerima dan menyetujui permohonan pembiayaan yang selanjutnya dievaluasi dan diputuskan oleh Kepala Cabang
- e) Membuat buku Tangan atau Warkat Tabungan Mudharabah Berjangka
- f) Menerima setiap saran, keluan dan kritik dari setiap nasabah

13) Debt Colector

- a) Bertanggung jawab kepada kasir atas tugas-tugasnya
- b) Melakukan penagihan tunggakan pembiayaan
- c) Menerima titipan setoran tabungan
- d) Membuat laporan transaksi keuangan kepada kasir

B. Hasil penelitian

Dalam penelitian ini, jumlah responden adalah sebanyak 100 responden, yaitu nasabah (anggota) BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan. Perhitungan jumlah responden didasarkan pada rumus slovin dari populasi yang ada. Hasil perhitungan dari jumlah populasi sebanyak 99, 86 nasabah. Maka jumlah respondennya adalah 100 orang.

1. Karakteristik responden

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 responden nasabah BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan melalui penyebaran kuesioner, berikut ini gambaran umum karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik responden berdasarkan usia

No	Usia	jumlah	prosentase
1	< 21 tahun	39	39 %
2	21 s/d 30 tahun	50	50 %
3	31 s/d 40 tahun	7	7 %
4	> 40 tahun	4	4 %
total		100	100 %

Sumber: data primer diolah, 2008

Dari tabel 4.1 menunjukkan bahwa nasabah BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan didominasi oleh nasabah yang berusia 21 s/d 30 tahun. Hal ini dilihat dari keseluruhan responden yang ada, usia < 21 tahun berjumlah 39 responden (39%), usia 21 s/d 30 tahun berjumlah 50 responden (50%), usia 31 s/d 40 tahun

berjumlah 7 responden (7%), usia > 40 tahun berjumlah 4 responden (4%)

Tabel 4.2

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

no	Jenis kelamin	jumlah	Prosentase
1	Laki-laki	60	60 %
2	Perempuan	40	40 %
total		100	100 %

Sumber: data primer diolah, 2008

Dari Tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 60 responden (60%), sedangkan berjenis kelamin perempuan berjumlah 40 responden (40%). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki lebih banyak dari responden berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.3

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

no	pendidikan	Jumlah	prosentase
1	SD	5	5 %
2	SLTP	15	15 %
3	SLTA	25	25 %
4	DIPLOMA	25	25 %
5	SARJANA	30	30 %
Total		100	100 %

Sumber: data primer diolah 2008

Dari tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah memiliki pendidikan sarjana (Perguruan Tinggi), dimana responden ditingkat sarjana sebanyak 30 responden (30%), sedangkan tingkat pendidikan responden lainnya, yaitu SD berjumlah 5 responden (5%), SLTP berjumlah 15 rerresponden (15%), SLTA berjumlah 25 responden (25%), DIPLOMA berjumlah 25 responden (25%).

Tabel 4.4

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

no	pekerjaan	jumlah	Prosentase
1	PNS	5	5 %
2	Pegawai Swasta	10	10 %
3	Wiraswasta	40	40 %
4	Pelajar	10	10 %
5	Santri	25	25 %
6	Lain-lain	10	10 %
Total		100	100 %

Sumber: Data primer diolah 2008

Dari Tabel 4.4 menunjukkan bahwa nasabah BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan didominasi oleh kalangan wiraswasta. Berdasarkan tabel diatas dari 100 responden, sebanyak 40 responden (40%) adalah wiraswasta, sedangkan yang lainnya adalah PNS berjumlah 5 responden (5%), pegawai swata berjumlah 10 responden (10%), pelajar berjumlah 10 responden (10%), santri berjumlah 25 rersponden (25%), lain-lain berjumlah 10 responden (10%).

C. Gambaran Variabel-Variabel Yang Diteliti

1. Variabel kehandalan (Reliability) (X1).

Tabel 4.5

Distribusi Frekuensi Variabel Kehandalan(X1)

no	Opsi Jawaban	X1.1		X1.2		X1.3	
		org	%	org	%	org	%
1	Sangat setuju	23	23,0	24	24,0	22	22,0
2	Setuju	58	58,0	48	48,0	57	57,0
3	Netral	13	13,0	24	24,0	18	18,0
4	Tidak setuju	6	6,0	4	4,0	3	3,0
5	Sangat tidak setuju						

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 4.5 pada pertanyaan (X1.1) menurut saya, kemampuan BMT dalam melayani nasabah sesuai dengan janji dan waktu, yang diberikan kepada 100 orang responden, diketahui sebagian besar responden menjawab setuju 58 atau 58% dan responden yang menjawab tidak setuju 6 atau 6% atau lebih sedikit, dengan ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan baik dengan kemampuan BMT dalam memberikan pelayanan.

Selanjutnya pertanyaan (X1.2) menurut saya karyawan BMT memberikan kemudahan pada nasabahnya dalam bertransaksi., diketahui sebagian besar responden yang menjawab setuju 48 atau

48% Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian responden memberikan tanggapan baik kemudahan bertransaksi pada nasabah.

Pertanyaan ketiga (X1.3) menurut saya, karyawan BMT mampu melayani nasabah dengan tepat dan akurat, diketahui sebagian besar responden menjawab setuju 51 atau 51% dan Hal ini menunjukkan bahwa setiap karyawan BMT MMU Sidogiri sangat memperhatikan kualitas pelayanan kepada nasabah .

2. Variabel Daya Tanggap (X2).

Tabel 4.6

Distribusi Frekuensi Variabel Daya Tanggap(X2)

no	Opsi Jawaban	X2.1		X2.2		X2.3	
		org	%	org	%	org	%
1	Sangat setuju	20	20,0	16	16,0	22	22,0
2	Setuju	55	55,0	45	45,0	42	42,0
3	Netral	19	19,0	33	33,0	27	27,0
4	Tidak setuju	4	4,0	3	3,0	9	9,0
5	Sangat tidak setuju	2	2,0	3	3,0		

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 4.6 pada pertanyaan (X2.1) menurut saya, karyawan BMT cepat tanggap dalam melayani nasabah, yang diberikan kepada 100 orang responden, diketahui sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 55 atau 55%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari

responden bahwa ketepatan pelayanan yang diberikan oleh BMT MMU Sidogiri dalam menjalankan usahanya.

Selanjutnya pada pertanyaan (X2.2) menurut saya, karyawan BMT selalu sanggup dalam merespon keluhan nasabah, diketahui paling banyak responden menjawab setuju dengan frekuensi 45 atau 45%. Hal itu berarti dapat diasumsikan bahwa kesungguhan pihak BMT MMU Sidogiri sudah baik dalam merespon masalah- masalah yang dihadapi oleh nasabah.

Pada pertanyaan (X2.3) menurut saya, karyawan BMT selalu bersikap komunikatif terhadap nasabah, yang diberikan kepada 100 orang responden, dimana diketahui paling banyak responden menjawab setuju 42 atau 42% dan jawaban setuju. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa karyawan BMT MMU Sidogiri dapat berkomunikasi dengan baik pada nasabah.

3. Variabel Jaminan (X3).

Tabel 4.7

Distribusi Frekuensi Variabel Jaminan(X3)

no	Opsi Jawaban	X3.1		X3.2		X3.3		X3.4	
		org	%	org	%	org	%	org	%
1	Sangat setuju	51	51,0	24	24,0	42	42,0	41	41,0
2	Setuju	34	34,0	53	53,0	46	46,0	44	44,0
3	Netral	13	13,0	21	21,0	8	8,0	12	12,0
4	Tidak setuju	2	2,0	2	2,0	4	4,0	1	1,0
5	Sangat tidak setuju							2	2,0

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.7 pada item pertanyaan (X3.1) menurut saya, karyawan BMT bersikap jujur dan dapat dipercayai, yang diberikan kepada 100 orang responden, diketahui paling banyak responden menjawab sangat setuju dengan 51 atau 51% Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa karyawan BMT MMU Sidogiri sudah memiliki kepercayaan dimata nasabah.

Pada item pertanyaan (X3.2) menurut saya, kemampuan karyawan BMT tidak diragukan dan dapat dipercaya, didapat banyak menjawab setuju dengan frekuensi 53 atau 53%. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan pelayanan yang diberikan BMT MMU Sidogiri ini sudah baik.

Pada item pertanyaan (X3.3) menurut saya, karyawan BMT memberi rasa aman pada nasabah, didapat banyak menjawab setuju dengan frekuensi 46 atau 46%. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan BMT MMU Sidogiri ini sudah baik dengan pemberian kenyamanan akan rasa aman telah tercapai .

Dan yang terakhir dari pertanyaan pada variabel (X3.4) menurut saya, karyawan BMT selalu sopan dalam melayani nasabah. Diketahui paling banyak responden menjawab setuju dengan frekuensi 44 atau 44%, hal ini menunjukkan bahwa para karyawan BMT MMU Sidogiri memperhatikan kesopanan dan keramahan pada nasabah.

4. Variabel Empati (X4)

Tabel 4.8

Distribusi Frekuensi Variabel Empati (X4)

no	Opsi Jawaban	X4.1		X4.2		X4.3		X4.4	
		org	%	org	%	org	%	Org	%
1	Sangat setuju	15	15,0	25	25,0	23	23,0	32	32,0
2	Setuju	53	53,0	47	47,0	45	45,0	35	35,0
3	Netral	20	20,0	25	25,0	28	28,0	14	14,0
4	Tidak setuju	12	12,0	3	3,0	4	4,0	15	15,0
5	Sangat tidak setuju							4	4,0

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 4.8 pada pertanyaan (X4.1) menurut saya, perhatian karyawan BMT terhadap nasabah sangat ditampakkan. Diketahui sebagian besar responden menjawab setuju dengan

frekuensi 53 atau 53% dan responden yang menjawab tidak setuju serta sangat tidak setuju lebih kecil frekvensinya, hal ini dapat diasumsikan bahwa pelayanan yang diberikan kepada nasabah memberikan perhatiannya dengan baik pada nasabah.

Berdasarkan tabel 4.8 Pada pertanyaan (X4.2) menurut saya, keramahan karyawan BMT terhadap nasabah sangat diperhatikan. Dapat dilihat bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan jumlah frekuensi 47 atau 47%, hal ini menunjukkan bahwa hal itu berarti menunjukkan bahwa karyawan BMT MMU Sidogiri ini sangat ramah pada nasabahnya.

Selanjutnya pada pertanyaan (X4.3) menurut saya, terjalinnya hubungan individu karyawan BMT dan nasabah sangat baik. Diketahui paling banyak responden menjawab setuju dengan frekuensi 45 atau 45% hal ini menunjukkan bahwa pihak BMT MMU Sidogiri selama memberikan pelayanan baik pada nasabah sehingga tercipta hubungan yang baik.

Selanjutnya Pada pertanyaan (X4.4) menurut saya, jam layanan untuk nasabah mulai 06.30-12.00 tepat dan akurat. Dapat dilihat bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan jumlah frekuensi 35 atau 35%, hal ini menunjukkan bahwa hal itu berarti menunjukkan bahwa BMT MMU Sidogiri mampu melihat kebutuhan dan situasi dari nasabah .

5. Variabel Bukti Fisik (X5)

Tabel 4.9

Distribusi Frekuensi Variabel Bukti Fisik (X5)

no	Opsis Jawaban	X5.1		X5.2		X5.3	
		org	%	org	%	Org	%
1	Sangat setuju	15	15,0	25	25,0	35	35,0
2	Setuju	52	52,0	48	48,0	49	49,0
3	Netral	23	23,0	22	22,0	14	14,0
4	Tidak setuju	8	8,0	5	5,0	2	2,0
5	Sangat tidak setuju	2	2,0				

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.9 pada pertanyaan (X5.1) menurut saya, peralatan yang dipakai BMT sudah lengkap dan terpenuhi. Diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 52 atau 52%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden sudah merasakan kelengkapan fasilitas yang mereka harus terima dan sesuai dengan harapannya.

Selanjutnya Pada pertanyaan (X5.2) menurut saya desain dan kebersihan ruangan sudah kelihatan rapi. Dapat dilihat bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 48 atau 48%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan jawaban dari pertanyaan yang diberikan kepada responden, bahwa pihak BMT MMU Sidogiri mengutamakan kepentingan nasabah dengan mengutamakan kerapian serta kebersihan.

Selanjutnya Pada pertanyaan (X5.3) menurut saya penampilan karyawan BMT dalam berpakaian sudah rapi dan sesuai dengan kehidupan pesantren. Dari pertanyaan tersebut diketahui paling banyak responden menjawab sangat setuju dengan frekuensi 35 atau 35% dan jawaban setuju dengan frekuensi 49 atau 49%, hal itu berarti menunjukkan bahwa karyawan BMT MMU Sidogiri mampu berpenampilan simpatik sehingga nasabah merasa nyaman.

6. Variabel harapan dan keinginan nasabah

Tabel 4.10

Distribusi Frekuensi Variabel Harapan dan Keinginan Nasabah (y)

no	Opsi Jawaban	y.1		y.2		y.3	
		org	%	org	%	org	%
1	Sangat setuju	17	17,0	26	26,0	18	18,0
2	Setuju	48	48,0	56	56,0	49	49,0
3	Netral	19	19,0	14	14,0	24	24,0
4	Tidak setuju	13	13,0	4	4,0	7	7,0
5	Sangat tidak setuju	3	3,0			2	2,0

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.10 pada pertanyaan (y.1) menurut saya, secara keseluruhan fasilitas yang tersedia sudah lengkap. Diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 48 atau 48%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden

merasa keingian dan harapan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT MMU Sidogiri sudah sesuai.

Selanjutnya Pada pertanyaan (y.2) menurut saya, sudah merasa senang dan nyaman dengan jasa dan pelayanan yang diberikan. Dapat dilihat bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 56 atau 56%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan jawaban dari pertanyaan yang diberikan kepada responden, bahwa nasabah telah puas dengan pelayanan yang diberikan BMT MMU Sidogiri.

Selanjutnya Pada pertanyaan (y.3) menurut saya, kualitas pelayanan sesuai dengan yang diharapkan (memuaskan). Dari pertanyaan tersebut diketahui paling banyak responden menjawab setuju dengan frekuensi 49 atau 49%, hal itu berarti menunjukkan nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan BMT MMU Sidogiri.

D. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

1. Hasil Uji Validitas.

Dalam pengujian validitas dimaksudkan untuk mengetahui keabsahan menyangkut pemahaman mengenai keabsahan antara konsep dengan kenyataan empiris. Menurut Umar (2003:104), Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran dapat mengukur apa yang ingin diukur. Menurut Singarimbun dan Effendi (1989:132), cara pengujian validitas yaitu dengan menghitung korelasi antara masing-

masing pertanyaan dengan skor faktor dengan menggunakan teknik korelasi (r) Product Moment. Kriteria pengujian untuk menerima atau menolak adanya pertanyaan yang valid atau tidak, dapat dilakukan dengan: Apabila koefisien korelasi yang diperoleh $> 0,3$ dan signifikan maka dapat dinyatakan bahwa instrumen yang digunakan valid.

Tabel 4.11

Hasil Uji Validitas Variabel Kehandalan

Variabel	item	Validitas		Keterangan
		r	sign	
Kehandalan (X1)	X1.1	0,753	0,000	Valid
	X1.2	0,784	0,000	Valid
	X1.3	0,770	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan untuk variabel reliabilitas mempunyai nilai korelasi (r) lebih besar dari 0,3. Sehingga item 2) dapat pertanyaan reliabilitas yang terdapat pada variabel reliabilitas (X1) dinyatakan valid.

Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tanggap.

Variabel	item	Validitas		Keterangan
		R	sign	
Daya tanggap (X2)	X2.1	0,728	0,000	Valid
	X2.2	0,829	0,000	Valid
	X2.3	0,809	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah.

Tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan untuk variabel daya tanggap mempunyai nilai korelasi (r) lebih besar dari 0,3. Dengan demikian semua item pertanyaan yang terdapat pada variabel daya tanggap (X2) dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas Variabel Jaminan.

Variabel	item	Validitas		Keterangan
		r	Sign	
Jaminan (X3)	X3.1	0,719	0,000	Valid
	X3.2	0,671	0,000	Valid
	X3.3	0,723	0,000	Valid
	X3.4	0,789	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan untuk variabel jaminan mempunyai nilai korelasi (r) lebih besar dari 0,3. Dengan demikian item pertanyaan yang terdapat pada variabel jaminan (X3) dinyatakan valid.

Tabel 4.13

Hasil Uji Validitas Variabel Empati.

Variabel	item	Validitas		keterangan
		R	Sign	
Empati (X4)	X4.1	0,798	0,000	Valid
	X4.2	0,794	0,000	Valid
	X4.3	0,687	0,000	Valid
	X4.4	0,786	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 4.13 tersebut di atas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan untuk variabel empati mempunyai nilai korelasi (r) lebih besar dari 0,3. Dengan demikian semua item pertanyaan yang terdapat pada variabel empati (X4) dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.14

Hasil Uji Validitas Variabel Bukti Fisik.

Variabel	item	Validitas		Keterangan
		r	sign	
Bukti fisik (X5)	X5.1	0,824	0,000	Valid
	X5.2	0,795	0,000	Valid
	X5.3	0,630	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan untuk variabel bukti fisik mempunyai nilai korelasi (r) lebih besar dari 0,3. Sehingga item pertanyaan bukti fisik yang terdapat pada variabel bukti fisik (X5) dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.15

Hasil Uji Validitas Harapan Dan Keinginan Nasabah

Variabel	item	Validitas		Keterangan
		r	sign	
Harapan dan keinginan nasabah (Y)	Y1.1	0,769	0,000	Valid
	Y1.2	0,703	0,000	Valid
	Y1.3	0,784	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 4.15 tersebut diatas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan untuk variabel harapan dan keinginan nasabah mempunyai nilai korelasi (r) lebih besar dari 0,3. Dengan demikian dapat disimpulkan semua item pertanyaan yang terdapat pada variabel harapan dan keinginan nasabah (Y) dapat dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas.

Dalam pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkatan kemantapan atau konsistenitas suatu alat ukur. Suatu instrumen yang reliabel mengandung arti bahwa instrumen tersebut cukup baik sehingga mampu mengungkap data yang dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha-cronbach guna mengetahui apakah hasil pengukuran data yang diperoleh memenuhi syarat reliabilitas. Instrumen kuesioner dapat dikatakan reliabel bila memiliki koefisien alpha sebesar 0,60. Umar

(2003:125). Pengujian reliabilitas yang dihasilkan melalui program SPSS, untuk lebih jelasnya disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Reliabilitas.

Variable	Alpa	Keterangan
kehandalan (X1)	0,653	Reliabel
Daya tanggap (X2)	0,698	Reliabel
Jaminan (X3)	0,702	Reliabel
Empati (X4)	0,753	Reliabel
Bukti Fisik (X5)	0,619	Reliabel
Harapan dan keinginan nasabah (Y)	0,611	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.16 pada perhitungan reliabilitas Cronbach-Alpha diperoleh hasil X1 sebesar 0,653 yang lebih besar dibandingkan nilai standar 0,60 sehingga seluruh item pertanyaan X1 dinyatakan reliabel, hasil X2 sebesar 0,698 yang lebih besar dibandingkan nilai standar 0,60 sehingga seluruh item pertanyaan X2 juga dinyatakan reliabel, hasil X3 sebesar 0,702 yang lebih besar dibandingkan nilai standar 0,60 sehingga seluruh item pertanyaan X3 juga dinyatakan reliabel, berikutnya hasil X4 sebesar 0,753 yang juga lebih besar dibandingkan nilai standar 0,60 sehingga juga dinyatakan seluruh item pertanyaan X4 reliabel,

selanjutnya hasil X5 sebesar 0,619 yang juga lebih besar dibandingkan nilai standar 0,60 sehingga seluruh item pertanyaan X5 dinyatakan reliabel, dan hasil Y sebesar 0,611 yang lebih besar dibandingkan nilai standar 0,60 sehingga seluruh item pertanyaan Y juga dinyatakan reliabel.

E. Analisis Data dan Interpretasi

Analisis data merupakan bagian yang sangat penting dalam penelitian, karena dalam analisis data tersebut dapat memberikan arti dan makna yang berguna untuk menguji hipotesis. Berikut ini akan disajikan hasil komputasi, pengujian hipotesis dan interpretasi hasil pengujian.

1. Analisis Regresi Linier Berganda.

Dalam pengolahan data dengan menggunakan regresi linear, dilakukan beberapa tahapan untuk mencari hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, melalui hubungan variabel reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik terhadap harapan dan keinginan nasabah. Hasil regresi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 17
Hasil Regresi Linier Berganda

variabel	B (koefisien regresi)	BETA	t hitung	t tabel	Sign	keterangan
konstanta	1700	-	1,206	-	-	-
keandalan	0,065	0,057	0,505	1,984	0,615	Tidak signifikan
Daya tanggap	0,103	0,106	0,860	1,984	0,392	Tidak Signifikan
Jaminan	0,026	0,029	0,244	1,984	0,807	Tidak Signifikan
Empati	0,289	0,401	4,481	1,984	0,000	Signifikan
Bukti fisik	0,247	0,227	2,285	1,984	0,025	Signifikan
N = 100 R = 0,625 R Square = 0,391 Adjusted R Square = 0,358				F hitung = 12,058 F tabel = 2,31 Sig F = 0,000		

Sumber: Data primer yang diolah.

Keterangan: Jumlah data (observasi) = 100

Variabel terikat pada regresi ini adalah harapan dan keinginan nasabah, sedangkan variabel bebasnya adalah variabel, kehandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), empati (X4) dan bukti fisik (X5).

Model regresi berdasarkan hasil analisis di atas adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

$$Y = 1700 + 0,065X_1 + 0,103X_2 + 0,026X_3 + 0,289X_4 + 0,247X_5$$

Tampak pada persamaan tersebut menunjukkan semua angka yang signifikan, yaitu pada variabel kehandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), empati (X4), dan bukti fisik (X5). Adapun interpretasi dari persamaan tersebut di atas adalah sebagai berikut:

a. $a = 1700$

Konstanta adalah kondisi sebelum ada pengaruh variabel bebas jadi harapan dan keinginan nasabah sebesar 1700.

b. $b_1 = 0,065$

Nilai konstan dari koefisien regresi (b_1) sebesar 0,065 dengan tanda positif, dapat diasumsikan bahwa dengan peningkatan variabel kehandalan, maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap harapan dan keinginan nasabah pada BMT MMU Sidogiri.

c. $b_2 = 0,103$

Nilai konstan dari koefisien regresi (b_2) sebesar 0,103 dengan tanda positif, dapat diasumsikan bahwa dengan peningkatan variabel daya tanggap, maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap harapan dan keinginan nasabah pada BMT MMU Sidogiri.

d. $b_3 = 0,026$

Nilai konstan dari koefisien regresi (b_3) sebesar 0,026 dengan tanda positif, dapat diasumsikan bahwa dengan peningkatan variabel

jaminan, maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap terhadap harapan dan keinginan nasabah pada BMT MMU Sidogiri.

e. $b_4 = 0,289$

Nilai konstan dari koefisien regresi (b_4) sebesar 0,289 dengan tanda positif, dapat diasumsikan bahwa dengan peningkatan variabel empati, maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap harapan dan keinginan nasabah pada BMT MMU Sidogiri.

f. $b_5 = 0,247$

Nilai konstan dari koefisien regresi (b_5) sebesar 0,247 dengan tanda positif menunjukkan bahwa variabel bukti fisik mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah pada BMT MMU Sidogiri.

a. Hasil Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel kualitas jasa kehandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), dan empati (X4), bukti fisik (X5)} terhadap variabel terikat yaitu harapan dan keinginan nasabah (Y) secara serentak. Untuk lebih jelasnya mengenai hasil dari uji F dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.18

Hasil Uji F.

no	Hipotesis	F hitung	Sig. F
	Terdapat pengaruh yang signifikan oleh variabel bebas kehandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), dan empati (X4), bukti fisik (X5) terhadap variabel terikat yaitu harapan dan keinginan nasabah (Y) secara serentak.	12,058	0,000

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.18 hasil uji F tersebut di atas dapat kita dapat kita ketahui bahwa H_0 ditolak dengan nilai F hitung sebesar (12,058). Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel kehandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), dan empati (X4), bukti fisik (X5) terhadap variabel terikat yaitu harapan dan keinginan nasabah (Y) secara serentak.

b. Hasil Uji t

Untuk mengetahui variabel bebas yang meliputi variabel kehandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), dan empati (X4), bukti fisik (X5) terhadap variabel terikat yaitu harapan dan keinginan nasabah (Y) secara serentak adalah dapat kita lihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.19

Hasil Uji t

no	Hipotesis	t hitung	Sig. t	t tabel
1.	Variabel kehandalan berpengaruh secara signifikan terhadap harapan dan keinginan nasabah	0,505	0,615	1,984
2.	Variabel daya tanggap berpengaruh secara signifikan terhadap harapan dan keinginan nasabah	0,424	0,392	1,984
3.	Variabel jaminan berpengaruh secara signifikan terhadap harapan dan keinginan nasabah	0,244	0,807	1,984
4.	Variabel empati berpengaruh secara signifikan terhadap harapan dan keinginan nasabah	4,481	0,000	1,984
5.	Variabel bukti fisik berpengaruh secara signifikan terhadap harapan dan keinginan nasabah	2,285	0,025	1,984

Sumber : Data primer diolah

Catatan : - signifikan probabilitas (p) $0,05$ maka H_0 ditolak, dan jika probabilitas (p) $> 0,05$ maka H_0 diterima.

- signifikan bila t hitung $> t$ tabel.

a. Variabel kehandalan (X_1).

Variabel kehandalan(X_1), memiliki nilai t hitung ($0,505$) $< t$ tabel ($1,984$) dan nilai signifikan sebesar $0,615$. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa variabel reliabilitas (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harapan dan keinginan nasabah (Y).

b. Variabel daya tanggap (X_2).

Variabel daya tanggap (X_2), memiliki t hitung ($0,424$) $< t$ tabel ($1,984$) dan nilai signifikan sebesar sebesar $0,392$. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa variabel daya tanggap (X_2) tidak

berpengaruh secara signifikan terhadap harapan dan keinginan nasabah (Y).

c. Variabel jaminan (X3).

Variabel jaminan (X3), memiliki t hitung (0,244) > t tabel (1,984) dan nilai signifikan sebesar 0,807. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa variabel jaminan (X3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harapan dan keinginan nasabah (Y).

d. Variabel empati (X4).

Variabel empati (X4), memiliki t hitung (4,481) > t tabel (1,984) dan nilai signifikan sebesar 0,000. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa variabel empati (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap harapan dan keinginan nasabah (Y).

e. Variabel bukti fisik (X5).

Variabel bukti fisik (X5), memiliki t hitung (2,285) > t tabel (1,984) dan nilai signifikan sebesar 0,025. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa variabel bukti fisik (X5) berpengaruh secara signifikan terhadap harapan dan keinginan nasabah (Y).

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis di atas dapat diambil simpulkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel harapan dan keinginan nasabah, akan tetapi secara parsial hanya variabel empati dan bukti fisik mempunyai

pengaruh paling signifikan terhadap variabel harapan dan keinginan nasabah.

F. Hasil Uji Koefisien Determinasi.

Hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui dari output dari hasil uji regresi. Berdasarkan hasil dari output dari dari hasil uji regresi dapat diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,358. Artinya kemampuan persamaan regresi dalam memprediksi nilai variabel dependen adalah sebesar 0,358 (36%) sedangkan sisanya sebesar 0,64 (64%) dijelaskan oleh variabel lain diluar 5 variabel bebas yang diteliti. Sehingga dapat diasumsikan bahwa pengaruh antara variabel independen yaitu kualitas jasa yang terdiri dari reliabilitas (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), empati (X4), dan bukti fisik (X5) terhadap variabel dependen yaitu harapan dan keinginan nasabah (Y) adalah signifikan. R sebesar 0,625 artinya pengaruh antara variabel reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik terhadap harapan dan keinginan nasabah adalah kuat.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Agar dapat di peroleh nilai perkiraan yang tidak bias dan efisien dari persamaan regresi, maka dalam pelaksanaannya analisis data harus memenuhi beberapa asumsi klasik sebagai berikut, (Umar, 1998:141):

a. Hasil Uji Multikolinieritas.

Dalam analisis SPSS, untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala ini dapat di deteksi dari nilai tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor). Jika angka tolerance bernilai nol atau mendekati nol sedangkan nilai VIF lebih dari sepuluh > 10 (Ghozali, 2005; 92) maka terjadi multikolinieritas pada variabel tersebut, untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.20

Hasil Uji Multikolinieritas.

No	Variabel bebas	VIF	Tolerance	Keterangan
1.	kehandalan	1,988	0,503	Non multikolinieritas
2.	Daya tanggap	2,357	0,424	Non multikolinieritas
3.	Jaminan	2,237	0,447	Non multikolinieritas
4.	Empati	1,237	0,808	Non multikolinieritas
5.	Bukti fisik	1,527	0,655	Non multikolinieritas

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel tersebut diatas maka dapat disimpulkan bahwa untuk variabel variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik tidak terjadi multikolinieritas dengan diketahui dari nilai VIF dari masing-masing variabel independen lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance mendekati 1 dan tidak bernilai sama dengan 0.

b. Hasil Uji Autokorelasi.

Pengujian Autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) menggunakan DW (Durbin-Waston). Patokan umum pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah:

Ho : tidak ada auto korelasi ($r = 0$)

Ha : ada auto korelasi ($r \neq 0$)

Tabel 4.21
Pengambilan keputusan

	Keputusan	Jika
• Tidak ada autokorelasi positif	Tidak	$0 < d < d_l$
• Tidak ada autokorelasi positif	<i>No desicison</i>	$d_l \leq d \leq d_u$
• Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4 - d_l < d < 4$
• Tidak ada auto korelasi negatif	<i>No desicison</i>	$4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$
• Tidak ada autokorelasi (non autokorelasi)	Tidak di tolak (diterima)	$d_u < d < 4 - d_u$

(Ghozali, 2003; 96)

Tabel 4.22

Hasil Uji Autokorelasi.

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.625(a)	.391	.358	1.615	2.093

a Predictors: (Constant), empaty, bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan
b Dependent Variable: harapan dan keinginan nasabah

Sumber: data primer diolah.

Nilai DW sebesar 2.093 nilai ini kita bandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai signifikansi 5%, jumlah sampel 100 (n) dan jumlah variabel independen 5 sebagai berikut:

Tabel 4.23

Tabel uji auto korelasi

	K= 5	
N	dl	du
100	1.571	1.780

Sumber : data primer diolah

Oleh karena nilai DW ($du < d < 4 - du$) = $1780 < 2.093 < 4 - 1780$ lebih besar dari batas atas (du) 1.780 dan kurang dari $4 - 1.780$ ($4 - du$), maka dapat disimpulkan bahwa kita tidak bisa menolak H_0 yang menyatakan tidak ada autokorelasi positif maupun negatif maka dapat disimpulkan non autokorelasi.

c. Hasil Uji Normalitas.

Pengujian normalitas data dalam penelitian ini menggunakan one sample kolmogorov-smirnov test dengan syarat jika asymp sig (2-tailed) > 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya jika asymp sig (2-tailed) < 0,05 maka data tersebut berdistribusi tidak normal. Berdasarkan hasil analisis diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.24

Hasil Uji Normalitas.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		abs_res1
N		99
Normal Parameters(a,b)	Mean	.0274
	Std. Deviation	1.55715
Most Extreme Differences	Absolute	.124
	Positive	.058
	Negative	-.124
Kolmogorov-Smirnov Z		1.235
Asymp. Sig. (2-tailed)		.095

a Test distribution is Normal.

Catatan: 2-tailed > 0.05, Variabel independen normal.

Sumber : data primer diolah.

Hasil uji normalitas dengan menggunakan perhitungan Kolmogorof-Smirnov Z test sudah menunjukkan distribusi yang normal pada model yang digunakan dengan nilai 2-tailed pada variabel reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik lebih besar dari 0.05. Dengan hasil pengujian normalitas dapat dilakukan pengujian hipotesis.

d. Hasil Uji Heterokedastisitas.

Heterokedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heterokedastisitas dan sebaliknya berarti non heterokedastisitas atau homokedastisitas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel hasil uji heterokedastisitas di bawah ini:

Tabel 4.25

Hasil Uji Heterokedastisitas.

No	Variabel	Signifikan	Keterangan
1.	kehandalan	0,501	Non Heterokedastisitas
2.	Daya tanggap	0,374	Non Heterokedastisitas
3.	Jaminan	0,424	Non Heterokedastisitas
4.	Empati	0,115	Non Heterokedastisitas
5.	Bukti fisik	0,556	Non Heterokedastisitas

Sumber: Data primer yang diolah.

Dengan dari tabel hasil uji heteroskedastisitas di atas diketahui nilai signifikan dari variabel independen yang terdiri dari reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik lebih besar dari 0.05 (5%). Dengan demikian dapat diasumsikan tidak terjadi heterokedastisitas atau terjadi homokedastisitas.

e. Hasil Uji linieritas

Pengujian linearitas dilakukan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linear atau tidak. Uji linearitas dilakukan dengan menggunakan curve estimate, yaitu gambaran hubungan linear antara variabel X dengan variabel Y. jika nilai signifikansi $f \leq 0,05$, maka variabel X tersebut memiliki hubungan linear dengan Y.

Tabel 4.26

Hasil Uji linieritas

MODEL: MOD_1.

—

Independent: y

Dependent	Mth	Rsq	d.f.	F	Sigf	b0	b1
x1	LIN	.166	98	19.48	.000	7.7970	.3578
x2	LIN	.184	98	22.09	.000	6.2736	.4423
x3	LIN	.170	98	20.00	.000	11.4892	.4655
x4	LIN	.284	98	38.79	.000	6.8395	.7397
x5	LIN	.178	98	21.28	.000	7.3687	.3884

sumber : data primer diolah

Dari hasil uji linieritas f sig variabel reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik bernilai 0.00 lebih kecil dari 0.05 maka dapat kita asumsikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan terhadap variabel X dan variabel Y.

F. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Berdasarkan dari hasil penelitian, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dipaparkan dalam 5 variabel bebas kehandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), empati (X4) dan bukti fisik (X5). secara serentak (simultan) berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah.

Secara parsial variabel bebas yang terdiri dari kehandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), empati (X4) dan bukti fisik (X5) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat diketahui dengan melihat pada tabel *coeffisient* melalui pengujian hipotesis dan kemudian dibandingkan dengan t tabel yaitu $N =$ jumlah sampel 100 dengan $p = 0,05$ ddi dapat nilai t tabel sebesar 1,984. Maka dari hasil analisis SPSS diperoleh hasil dari masing-masing variabel, maka dapat diketahui variabel manakah yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Adapun penjelasan dari hasil penelitian secara parsial adalah sebagai berikut:

1. Variabel keandalan (X1)

Variabel keandalan merupakan variabel yang tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah dengan nilai t hitung $0,505 > t$ tabel 1,984 dan nilai $p = 0,615 > 0,05$. Hal ini berarti kualitas pelayanan berupa variabel keandalan di BMT-

MMU Sidogiri Kraton Pasuruan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian ini membuktikan kemampuan pihak BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan dalam memberikan pelayanannya tidak sesuai dengan yang dijanjikan melayani dengan cepat dan akurat.

Item kemampuan melayani nasabah sesuai dengan janji dan waktu (X1.1) berdasarkan tabel 4.5 memiliki distribusi rata-rata tertinggi yaitu 58,0. hal ini berarti janji dan waktu yang diterapkan di BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan sifatnya mudah, tidak mempersulit nasabahnya dalam proses transaksi.

Sedangkan item mampu melayani dengan tepat dan akurat (X1.3) merupakan item yang memiliki distribusi rata-rata terendah yaitu 3,0. hal ini dapat diartikan bahwa nasabah merasa para pawai di BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan, masih kurang (belum) mampu dalam melayani nasabah dengan tepat dan akurat. Padahal pelayanan yang tepat dan akurat sangat dibutuhkan oleh para nasabah.

Berkaitan dengan masalah diatas dalam al-Qur'an sendiri mengajarkan untuk berendah hati terhadap orang lain dan jujur terhadap setiap perkataannya. Yakni sebagaimana firman Allah SWT:

وَأَخْفِضْ عَلَيْهِمْ تَحْزَنَ وَلَا مِنْهُمْ أَزْوَاجًا بِهِمْ مَتَّعْنَا مَا إِلَىٰ عَيْنَيْكَ تَمُدَّنَّ لَا

لِلْمُؤْمِنِينَ جَنَاحَكَ ﴿٨٨﴾

Artinya:

"Janganlah sekali-kali kamu menunjukkan pandanganmu kepada kenikmatan hidup yang Telah kami berikan kepada beberapa golongan di antara mereka (orang-orang kafir itu), dan janganlah kamu bersedih hati terhadap mereka dan berendah dirilah kamu terhadap orang-orang yang beriman (QS. Al-Hijr 15:88)

حَوْلِكَ مِنْ لَا نَفْضُوا الْقَلْبِ غَلِيظًا فَظًّا كُنْتَ وَلَوْ لَهُمْ لِنْتَ اللَّهُ مِنْ رَحْمَةٍ فَبِمَا



"Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah Lembut terhadap mereka. sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu.....(QS.Ali-Imran,3:159).

يُوصَلْ أَنْ بِهِ أَلَّهُ أَمْرَ مَا وَيَقْطَعُونَ مِيثَاقَهُ بَعْدَ مِنْ أَلَّهُ عَهْدَ يَنْقُضُونَ الَّذِينَ

الْخَسِرُونَ هُمْ أَوْلِيَاكَ الْأَرْضِ فِي وَيُفْسِدُونَ

Artinya:

(yaitu) orang-orang yang melanggar perjanjian Allah sesudah perjanjian itu teguh, dan memutuskan apa yang diperintahkan Allah (kepada mereka) untuk menghubungkannya dan membuat kerusakan di muka bumi. mereka Itulah orang-orang yang rugi (QS.Al-Baqarah :27).

2. Variabel daya tanggap

Variabel daya tanggap merupakan variabel yang tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah dengan nilai t hiting $0,424 <$ dari t tabel $1,984$ dan nilai $p = 0,392 >$ dari $0,05$. Hal ini berarti kualitas pelayanan berupa daya tanggap belum signifikan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah di BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan, oleh karenanya pihak BMT haruslah senantiasa memperhatikan variabel daya tanggap dengan baik agar dapat mewujudkan pelayanan dalam hal daya tanggap.

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan item pegawai memberikan pelayanan yang cepat (X2.1) memiliki distribusi rata-

rata tertinggi yaitu 55,0. Sehingga dapat diartikan ketanggapan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat kepada nasabah benar-benar dirasakan oleh nasabah itu sendiri. Sesuai yang diungkapkan dalam Al-Qur'an Qs. Al-Anbiya', 21:90

يُسْرِعُونَ كَانُوا إِنَّهُمْ زَوْجَهُ لَهُ وَأَصْلَحْنَا يَحْيَى لَهُ وَوَهَبْنَا لَهُ فَاسْتَجَبْنَا

خَشِعِينَ لَنَا وَكَانُوا^ط وَرَهَبًا رَغْبًا وَيَدْعُونَنَا الْخَيْرَاتِ فِي

Artinya:

Maka kami memperkenankan doanya, dan kami anugerahkan kepada nya Yahya dan kami jadikan isterinya dapat mengandung. Sesungguhnya mereka adalah orang-orang yang selalu bersegera dalam (mengerjakan) perbuatan-perbuatan yang baik dan mereka berdoa kepada kami dengan harap dan cemas. dan mereka adalah orang-orang yang khusyu' kepada kami.

3. Variabel jaminan

Variabel jaminan merupakan variabel yang tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah dengan nilai t hitung $0,244 <$ dari t tabel $1,984$ dan nilai $p = 0,807 >$ dari $0,05$. Hal ini berarti kualitas pelayanan berupa variabel jaminan di

BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan belum signifikan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah, oleh karenanya pihak BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan haruslah senantiasa memperhatikan secara baik dan benar agar dapat menampilkan jaminan yang baik sehingga nantinya nasabah percaya bahwa BMT sudah memperbaiki jaminan tentang pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Item karyawan dapat dipercaya dan tidak diragukan kemampuannya (X3.2) berdasarkan tabel 4.7 memiliki distribusi rata-rata tertinggi yaitu 53,0. hal ini menunjukkan bahwa nasabah nasabah merasakan kejujuran dari seorang karyawan.

Sedangkan item kesopanan (X3.4) memiliki item distribusi terendah yaitu 1,0. sehingga dapat diartikan bahwa nilai kesopanan oleh para nasabah tidak begitu dipermasalahkan.

Dalam AlQur'an surat An-Nisaa' 58 dijelaskan bahwa nilai kepercayaan dan kejujuran yang diutamakan:

أَنَّ النَّاسَ بَيْنَ حَكْمَتِهِمْ وَإِذَا أَهْلَهَا إِلَى الْأَمْنَتِ تُؤَدُّوْنَ أَنْ يَأْمُرُكُمْ اللَّهُ إِنَّ
بَصِيرًا سَمِيْعًا كَانَ اللَّهُ إِنَّ بِهِ يَعْظُمُ نِعْمًا اللَّهُ إِنَّ بِالْعَدْلِ تَحْكُمُوا

Artinya:

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di

antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat (Qs. An-Nisa': 58).

4. Variabel empati

Variabel empati merupakan variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah dengan nilai t hitung 4,481 > dari t tabel 1,984 dan nilai p = 0,000 < dari 0,05. Sehingga hal ini berarti kualitas pelayanan berupa variabel empati di BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian pihak BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan mampu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual kepada nasabah dengan baik dan benar.

Berdasarkan tabel 4.8 item perhatian karyawan terhadap nasabah (X4.1) memiliki distribusi rata-rata tertinggi yaitu 53,0. hal ini berarti bahwa perhatian yang diberikan kepada nasabah sangat memuaskan dan karyawan tidak membedakan nasabahnya dan selalu bersikap adil. Dalam Al-Qur'an ditegaskan sbb:

أَلْفَحْشَاءٍ عَنِ وَيَنْهَى الْقُرْبَىٰ ذِي وَإِيتَايَ وَالْإِحْسَانِ بِالْعَدْلِ يَا مَرْءَ اللَّهِ إِنَّ

تَذَكَّرُونَ لَعَلَّكُمْ يَعِظُكُمْ وَالْبَغْيِ وَالْمُنْكَرِ

Artinya:

"Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran (Qs. An-Nahl, 16:90).

Sedangkan item ramah tamah (X4.2) memiliki distribusi rata-rata terendah yaitu 3,0. ini dapat diartikan bahwa nasabah melihat keberadaan pegawai BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan kurang memiliki keramahan dan murah senyum.

Dan sebagaimana hadits Nabi Saw yang lain yang berbunyi:

"Senyummu dimuka saudaramu merupakan shodaqoh bagimu" (HR. Turmudzi: 1879).

5. Variabel bukti fisik

Variabel bukti fisik merupakan variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah dengan nilai t hitung 2,285 > dari t tabel 1,984 dan nilai p = 0,025 < dari 0,05. hal ini berarti kualitas pelayanan berupa bukti fisik di BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan pengaruhnya signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan peralatan yang dipakai (X5.1) memiliki distribusi rata-rata tertinggi yaitu 52,0. Hal ini berarti bahwa semua peralatan yang ada bisa membuat para nasabah merasa enak dan nyaman.

Sedangkan item penampilan karyawan (X5.3) memiliki distribusi rata-rata terendah yaitu 2,0. Hal ini berarti bahwa nasabah tidak begitu memperhatikan cara berpakaian.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap harapan dan keinginan nasabah, adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengujian koefisien regresi secara simultan (Uji F) didapatkan didapatkan F hitung adalah 12,058 dengan signifikansi 0,000. Karena signifikansi (0,000) lebih kecil dari (0,05), maka dapat dikatakan, Reliabilitas, Daya tanggap, Jaminan, Empati dan bukti fisik secara serentak berpengaruh terhadap harapan dan keinginan nasabah.

2. Berdasarkan hasil pengujian koefisien regresi secara parsial (Uji t) didapatkan Variabel reliabilitas (X1) mempunyai signifikansi 0,615; variabel daya tanggap (X2) mempunyai signifikansi 0,392; Variabel Jaminan (X3) mempunyai signifikansi 0,807; Variabel Empati (X4) mempunyai signifikansi 0,000; Variabel Bukti Fisik (X5) mempunyai signifikansi 0,025. Dari semua variabel bebas yang terdiri dari Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati diketahui bahwa ada 2 variabel yang berpengaruh nyata terhadap harapan dan keinginan nasabah yaitu empati, dan bukti fisik. Hal ini ditunjukkan dengan signifikansi < 0.05 .

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa para nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, akan tetapi tidak menutup kemungkinan adanya kekurangan - kekurangan dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Maka, dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Peneliti selanjutnya

Disadari bahwa suatu penelitian hendaknya berkesinambungan dengan selalu memperkaya penelitian dari berbagai sudut pandang agar menjadi suatu penelitian yang

lengkap dan dapat digunakan oleh semua pihak yang terkait. Penelitian ini disadari masih menyisakan ketidaklengkapan yang dapat dikaji lebih jauh lagi oleh peneliti selanjutnya baik dari segi pengukuran kualitatif maupun kuantitatif dengan memperdalam obyek penelitian.

2. BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan

Sebagai lembaga jasa yang melayani para nasabah tabungan, sudah seharusnya pihak BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan menempatkan kepuasan nasabah sebagai prioritas utama agar menjadi lembaga yang *sustainable* dan dipercaya masyarakat.

Oleh karenanya:

- a) Untuk meningkatkan kepuasan nasabah, maka pihak BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan harus memperhatikan dan menjaga dimensi kualitas pelayanannya berupa keandalan, daya tanggap, jaminan, terhadap nasabah.
- b) Item kualitas pelayanan yang sifatnya masih dirasakan kurang oleh nasabah seperti kemampuan melayani nasabah dengan janji dan waktu, kemudahan dalam transaksi, melayani dengan tepat dan akurat (kehandalan), kecepatan karyawan dalam melayani, kesanggupan merespon nasabah, karyawan komunikatif (daya tanggap), jujur dan dipercaya, kemampuan karyawan yang tidak diragukan, rasa aman

bagi nasabah (jaminan) lebih diperhatikan lagi. Hal tersebut merupakan *entry point* yang diharapkan dapat menjadikan bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DI BMT-MMU SIDOGIRI
KRATON PASURUAN**

S K R I P S I

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

O l e h

NUR ROFIK
NIM: 03220083



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MALANG
2008**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DI BMT-MMU SIDOGIRI
KRATON PASURUAN**

SKRIPSI

Oleh:

NUR ROFIK
NIM: 03220083

Telah Disetujui 10 Maret 2008
Dosen Pembimbing,

Irmayanti Hasan, ST., MM
NIP. 150327256

Mengetahui:
Dekan,

Drs. HA. MUHTADI RIDWAN, MA
NIP. 150231828

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini saya :

Nama : Nur Rofik
Nim : 03220083
Alamat : Pager Purwosari Pasuruan Jawa Timur Indonesia

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan manajemen fakultas ekonomi Universitas Islam Negeri Malang, dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BMT-MMU SIDOGIRI KRATON PASURUAN

Adalah hasil karya sendiri, bukan "**Duplikasi**" dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada "**Klaim**" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab dosen pembimbing dan atau pihak fakultas ekonomi, akan tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 14 April 2008
Hormat saya,

Nur Rofik
NIM : 03220083

HALAMAN PERSEMBAHAN

kupersembahkan karya yang sederhana ini untuk
kedua orang tuaku yang paling aku cintai

Bapak dan Ibu tercinta, terima kasih yang tak
terhingga karena telah melimpahkan kasih
sayang, memberikan dukungan spiritual dan
material sehingga aku dapat menyusun skripsi ini.
Maaf juga yang sebesar-besarnya pada kedua
orang tuaku yang kusayang, kucintai dan yang
paling kuhormati. aku ga' bisa lulus tepat pada
waktunya, tapi insya Allah inilah yang terbaik yang
aku bisa tuangkan.

MOTTO

**“Peliharalah lisanmu dari ucapan,
Karena kamu akan menerima bencana.
Sesungguhnya bencana itu
Bersumber dari lisan ”**

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur ke hadirat Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat dan hidayah serta Inayah-Nya kepada penulis sehingga skripsi ini yang berjudul " *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan* dapat terselesaikan.

Shalawat dan salam penulis panjatkan kepada revolusioner kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam kebodohan menuju alam yang penuh dengan keilmiahan.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini jauh dari sempurna, namun penulis berharap dapat menjelaskan sedikit gambaran dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Suprayogo, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Malang.
2. Drs. HA. Muhtadi Ridwan, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Malang.
3. Irmayanti Hasan ST. MM selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan waktu, arahan dan kontribusi dalam penyelesaian karya ini.

4. Semua Dosen Fakultas Ekonomi, terima kasih atas ilmu yang diberikan kepada kami, semoga ilmu yang diberikan kepada kami bisa bermanfaat dan mendapatkan balasan oleh Allah kelak.
5. Semua Karyawan Fakultas Ekonomi atas pelayanannya dan bantuan kepada kami sehingga kami lebih mudah dalam melakukan penelitian ini.
6. General Manager BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan beserta para karyawan atas bantuan dalam penyediaan data pada penelitian ini
7. Yang terhormat Bapak dan Ibu tercinta, yang telah memberikan bantuan, doa, serta dorongannya, baik yang Dhahir maupun Bathin untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Adikku tercinta *wasiatul fadhilah*.
9. Teman-teman yang selalu menemani ngobrol, cangkruan, ngopi bersama Fauzi Syafi'i, Agus Fauzi, Ahmad Zen, Agung Rusdiawan, Munir, Fauzan Sulistiawan, Saiq Muzakki, Rudi, Agung Widodo, Ja'far, Hanif .
10. Seluruh teman-teman angkatan 2003, yang tidak bisa kami sebutkan nama-namanya.
11. Teman-temanku anak IAIN Sunan Ampel SURABAYA, Zainuddin, Ubet, Hasan.

12. Teman-teman rumah yang selalu menemani aku keluar dan ngopi

bersama sokhe, roni, haris, kholis, ripa'i, .

13. Keponakan-keponakanku semua yang ada di rumah.

14. teman-teman albanjari.

Karena keterbatasan penulis sebenarnya karya ini masih jauh dari sempurna, saran dan kritik sangat dibutuhkan demi penyempurnaan skripsi ini dan penelitian selanjutnya.

Malang, 14 April 2008

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK.....	xvii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Batasan Penelitian.....	8
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	9
A. Penelitian Terdahulu.....	9
B. Jasa.....	11
1. Pengertian Jasa	11
2. Karakteristik Jasa	12
3. Klasifikasi jasa.....	14
C. Kualitas Pelayanan.....	17
1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	17

2. Dimensi kualitas pelayanan.....	19
3. Service Excellence.....	22
D. Kepuasan nasabah.....	23
1. Pengertian kepuasan	23
E. Pelayanan dalam Perspektif Islam.....	31
F. Kerangka berfikir.....	38
G. Hipotesis	39
BAB III : METODE PENELITIAN	41
A. Lokasi Penelitian	41
B. Jenis Penelitian.....	41
C. Populasi dan Sampel	41
1. Populasi	41
2. Sampel	42
D. Teknik Pengambilan Sampel	43
E. Data dan Sumber Data	44
1. Data Primer.....	44
2. Data Sekunder.....	45
F. Teknik Pengumpulan Data	45
G. Skala Pengukuran	46
H. Definisi Operasional Variabel	47
I. Pengujian Instrumen	49
1. Uji Validitas.....	49
2. Uji Reliabilitas.....	51
J. Model Analisis Data.....	52
1. Regresi Linier Berganda.....	52
2. Pengujian Koefisien Persamaan Regresi.....	52
a. Uji Simultan (Uji F).....	52
b. Uji Parsial (Uji T).....	54

3. Uji Asumsi Klasik.....	57
a. Uji Non Multikolinearitas.....	58
b. Uji Non-Autokorelasi.....	58
c. Uji Heteroskedastisitas.....	59
d. Uji Normalitas.....	60
e. Uji Linearitas	61

BAB IV : PAPARAN DAN PEMBAHASAN DATA HASIL

PENELITIAN.....	62
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	62
1. Sejarah BMT	62
a. Visi dan Misi Perusahaan.....	65
b. Maksud Dan Tujuan.....	66
c. Strutur Organisasi.....	67
B. Hasil Penelitian	77
1. Karakteristik Responden.....	78
C. Gambaran Variabel Yang Diteliti	82
1. Variabel Keandalan	82
2. Variabel Daya Tanggap	83
3. Variabel Jaminan	85
4. Variabel Empati	86
5. Variabel Bukti Fisik	88
6. Variabel Harapan Dan Keinginan Nasabah	89
D. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	90
1. Uji Validitas.....	90
2. Uji Reliabilitas.....	94
E. Analisis Data dan Interpretasi.....	96

1. Analisis Regresi Linier Berganda	96
a. Hasil Uji F	99
b. Hasil Uji T	100
2. Hasil Uji Asumsi Klasik	103
a. Hasil Uji Multikoloneritas	104
b. Hasil Uji Autokorelasi	105
c. Hasil Uji Normalitas	107
d. Hasil Uji Heterokedastisitas	108
e. Hasil Uji Linieritas	109
F. Implementasi Penelitian Dalam Perspektif Islam.....	109
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	118
A. Kesimpulan	118
B. Saran.....	119

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. : Gambar Konsep Kepuasan Nasabah	25
Gambar 2.2. : Kerangka Pikir.....	38
Gambar 2.3. : Model Hipotesis.....	39
Gambar 4.1. : Struktur Organisasi BMT-MMU Sidogiri.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan sekarang.....	10
Tabel. 3.1. Data Nasabah BMT-MMU	42
Tabel. 3.2. Bobot Nilai Setiap Pertanyaan.....	47
Tabel. 3.3. Konsep Variabel, Indikator Dan Item.....	48
Tabel. 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
Tabel. 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79
Tabel. 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	79
Tabel. 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	80
Tabel. 4.5. Distribusi Variabel Kehandalan (X1).....	81
Tabel. 4.6. Distribusi Variabel Daya Tanggap (X2).....	82
Tabel. 4.7. Distribusi Variabel Jaminan (X3).....	84
Tabel. 4.8. Distribusi Variabel Empati (X4)	85
Tabel. 4.9. Distribusi Variabel Bukti Fisik (X5)	87
Tabel. 4.10. Harapan Dan Keinginan Nasabah	88
Tabel. 4.11. Hasil Uji Validitas Variabel Kehandalan	90
Tabel. 4.12. Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tanggap	91
Tabel. 4.13. Hasil Uji Validitas Variabel Jaminan	91
Tabel. 4.14. Hasil Uji Validitas Variabel Empati	92
Tabel. 4.15. hasil Uji Validitas Variabel Bukti Fisik.....	92
Tabel. 4.16. Hasil Uji Validitas Harapan Dan Keinginan Nasabah	93
Tabel. 4.17. Hasil Uji Reliabilitas	94
Tabel. 4.18. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	96
Tabel. 4.19. Hasil Uji F	98
Tabel. 4.20. Hasil Uji T	99
Tabel. 4.21. Hasil Uji Multikoloneritas	103
Tabel. 4.22. Pengambil Keputusan	104

Tabel. 4.23. Hasil Uji Autokorelasi	105
Tabel. 4.24. Tabel Uji Autokorelasi	105
Tabel. 4.25. Hasil Uji Normalitas	106
Tabel. 4.26. Hasil Uji Heteroskedastisitas	107
Tabel. 4.27. Hasil Uji Linieritas	108

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Frekuensi Responden
Lampiran 2	: Frekuensi Jawaban Responden
Lampiran 3	: Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 4	: Uji Asumsi Klasik
Lampiran 5	: Kuesioner

ABSTRAK

Rofik, Nur. 2008, SKRIPSI. Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan
Pembimbing : Irmayanti Hasan, ST.,MM
Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah.

Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah merupakan satu kesatuan yang sulit dipisahkan, karena kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah. Untuk mewujudkan kepuasan nasabah tersebut BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan yang berorientasi pada konsumen, dalam perkembangannya dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah dengan memperhatikan dimensi kualitas pelayanan itu sendiri, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif melalui metode survei yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan. Untuk mengetahui hal tersebut maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan uji F dan uji t. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 nasabah dengan penentuan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan untuk pengujian instrumen menggunakan uji validitas, reliabilitas dan uji asumsi klasik.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien regresi secara simultan (Uji F) didapatkan F hitung adalah 12,508 dengan signifikansi 0,000. Karena signifikansi (0,000) lebih kecil dari (0,05), maka dapat dikatakan, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan, Empati dan bukti fisik secara serentak berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah. Hasil pengujian koefisien regresi secara parsial (Uji t) didapatkan Variabel Keandalan (X1) mempunyai signifikansi 0,615; Variabel Daya Tanggap (X2) mempunyai signifikansi 0,392; Variabel Jaminan (X3) mempunyai signifikansi 0,807; Variabel Empati (X4) mempunyai signifikansi 0,000; Variabel bukti fisik (X5) mempunyai signifikansi 0,025;. Dari semua variabel bebas yang terdiri dari, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati Bukti Langsung diketahui bahwa ada 2 variabel yang berpengaruh nyata terhadap Kepuasan nasabah yaitu empati dan bukti fisik. Hal ini ditunjukkan dengan signifikansi < 0.05 . Sedangkan keandalan, daya tanggap dan jaminan tidak berpengaruh nyata terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan signifikansi bukti fisik $> 0,05$.

ABSTRACT

Rofik, Nur. 2008, Thesis. Title: The Influence of Service Quality to Client's Satisfaction at BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan

Advisor : Irmayanti Hasan, ST.,MM

Keywords : Service Quality, Client's Satisfaction

The service quality and client's satisfaction is one union which difficult to be dissociated, because the service quality which is given to a company has direct effect to client's satisfaction. To realize client's satisfaction in BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan which is orienting on consumers, in its development which is claimed to give service quality itself, there are reliability, attention, guarantee, empathy and physical evidence.

This research is quantitative research with survey method, the objective of this research to know the influence of service quality to client's satisfaction in BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan. To know this, it is used double linier analysis regress with F test and t test. The amount of sample in this research is 100 clients with determinant sample used accidental sampling technique. The technique of data collection use questionnaire, interview and documentation, while to test the instrument used validities, reliabilities and classic assumption test.

Based on the result of the coefficient regress test stimultan (F test) is obtained F count is 12,508 with significant 0,000. Because significant (0,000) is smaller than (0,05), therefore it can be said that reliability, attention, guarantee, empathy and physical evidence have influence to client's satisfaction . The result of coefficient regress partially (t test) is obtained reliability variable (X1) has significant 0,615, attention variable (X2) has significant 0,392, guarantee variable (X3) has significant 0,807, empathy variable (X4) has significant 0,000 and physical evidence variable (X5) has significant 0,025. For all free variables which consist of reliability, attention, guarantee, direct physical evidence is known that 2 variables which have real influence there are empathy and physical evidence. This matter is shown by significant $< 0,05$. While reliabilities, attention, and guarantee not have real influence to client's satisfaction. This matter is shown by significant of physical evidence $> 0,05$.

BMT- MMU

.2008 .

.
:
:



BMT-

MMU

BMT-MMU

.t F

.accidental sampling

F hitung (F)
(0.05)

(0.000)

.0.000

508 12

0.615 (x1)

(t)

0.807 (x3)

0.392 (x2)

(x5)

0.000

(x4)

0.025

.0.05 <

>

.

.05

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Kualitas pelayanan menjadi sesuatu yang menentukan dalam melihat keberhasilan suatu lembaga yang bergerak di bidang produksi maupun jasa pelayanan, baik yang dikelola oleh badan swasta maupun pemerintah.

Dewasa ini banyak perusahaan termasuk perusahaan jasa yang menyatakan bahwa salah satu tujuan perusahaan adalah kepuasan nasabah. Cara pengungkapannya juga beragam, ada yang merumuskan “nasabah adalah raja”, “memberikan segala sesuatu yang diharapkan nasabah”, “selalu ingin nasabah puas”, dan lain sebagainya.

Pelayanan merupakan sebuah kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik. Dalam kamus besar bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Sedangkan kualitas pelayanan merupakan citra kualitas pelayanan yang baik yang timbul dari persepsi atau sudut pandang nasabah bukan dari persepsi atau sudut pandang penyedia jasa.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*) (Kotler, 2000: 50).

Kotler (1997) (dalam Sihombing, 2003: 4) mendefinisikan kepuasan nasabah adalah kepuasan atau kekecewaan yang dirasakan oleh nasabah setelah membandingkan antara harapan dengan kenyataan yang ada.

Engel, Blackwell dan Miniard (1995:273) (dalam Widyaratna dan Chandra, 2001: 87) mendefinisikan kepuasan sebagai evaluasi pasca konsumsi dimana suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Singkat kata, alternatif tersebut setidaknya terlaksana sebaik yang anda harapkan.

Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa peran kualitas pelayanan yang baik merupakan hal sangat penting dan sangat berpengaruh, tanpa adanya pelayanan yang tepat produk akan kurang diminati oleh nasabah. Sedangkan Parasuraman, Zeithaml dan Berry 1988 dalam Tjiptono dan Chandra (2005 : 133), berpendapat ada lima dimensi kualitas jasa, yaitu :

1. Keandalan (*reliability*)
2. Daya tanggap (*responsiveness*)

3. Jaminan (*assurance*)
4. Empati (*empathy*)
5. Bukti fisik (*tangibles*)

Dalam pengembangan bidang ekonomi, khususnya dalam bidang ekonomi syari'ah. Pondok Pesantren Sidogiri merupakan satu-satunya pondok pesantren tradisional di Pasuruan yang *memfokuskan lembaga pesantren-nya* untuk bersosialisasi dan berwacana dengan luas sehingga dapat menjalankan kegiatan-kegiatan syaria'hnya dengan mempraktikkan ekonomi syari'ah (Bakhri, 2004:64).

Sejak awal berdirinya tahun 1997 BMT-MMU menunjukkan kinerja dan kemajuan yang menggembirakan. BMT-MMU yang berbasis pesantren dan dikelola oleh mayoritas kalangan santri ini, maju dengan pesat. Kemajuan tersebut dapat dilihat dari pertumbuhan modal, omzet, dan Sisa Hasil Usaha (SHU) yang terus bertambah setiap tahunnya(Bakhri, 2004:81).

Modal awal yang dimiliki BMT-MMU sidogiri sebesar Rp. 13.500.000. Melihat modal awal yang dimiliki sangat kecil, menggugah para guru-guru Madrasah Miftahul Ulum untuk menyimpan dana mereka di BMT-MMU Sidogiri, sehingga dari simpanan para guru-guru madrasah tersebut modalnya semakin meningkat dan mencapai Rp. 1.177.175.000.

Seiring dengan besarnya modal yang dimiliki, omzetnya juga semakin meningkat sebesar Rp. 42.333.557.553 dan SHU yang diberikan kepada anggotanya sebesar Rp. 609.324.277.

Begitupula dengan pertumbuhan unit usahanya yang semula hanya satu unit di Wonorejo, kini telah berkembang menjadi tujuh belas unit yang tersebar di berbagai wilayah di kabupaten Pasuruan yaitu Sidogiri, Warungdowo, Kraton, Rembang, Nongkojajar, Grati, Gondangwetan, Kebun Agung, Purwosari, Pandaan, Sukorejo, Bangil dan Prigen. Dari 17 unit tersebut, 3 diantaranya merupakan unit usaha riil yaitu toko di Sidogiri, penggilingan padi di desa Jetis, dan produksi roti di desa Jeruk.

Pertumbuhan yang telah dicapai oleh BMT MMU setelah lebih dari enam tahun turut berkiprah dalam pemberdayaan ekonomi dicapai setelah melalui proses dan dinamika melewati berbagai ujian yang cukup berat pada tahun pertama sejak didirikannya. Ujian terberat yang dihadapi adalah bagaimana menjalankan dan mengembangkan BMT dengan sumber daya insani (SDI) yang terbatas. Namun dengan bekal amanah dan semangat untuk terus belajar dalam melewati tahap demi tahap rintangan yang dihadapi. BMT Sidogiri terus tumbuh dan berkembang.

Pada dasarnya BMT-MMU Sidogiri dalam menjalankan usahanya selalu memperhatikan para nasabahnya, menjadikan nasabah sebagai raja dan selalu menginginkan para nasabahnya merasa puas dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan pihak BMT kepada para nasabahnya.

Karena pelayananlah yang menjadi faktor terpenting dalam menentukan kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan dirasakan memiliki hubungan dan dapat mempengaruhi kepuasan. Dengan pelayanan yang baik nasabah akan merasa keberadaannya memang di butuhkan dan di perhatikan. Sehingga BMT-MMU Sidogiri selalu mengedepankan pelayanan yang prima bagi para nasabahnya. Dan hal yang menggembirakan BMT pada tanggal 17 Juli 2006 mendapatkan penghargaan dari presiden Susilo Bambang Yudhoyono sebagai koperasi terbaik di Indonesia dalam segi simpan pinjamnya.

Hal inilah yang menjadi alasan peneliti untuk melakukan penelitian di BMT-MMU Sidogiri dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan*".

B. RUMUSAN MASALAH

Dari pemaparan latar belakang diatas, maka dapat disajikan rumusan masalah yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) serta bukti fisik (*tangibles*) yang diberikan oleh BMT-MMU Sidogiri berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah BMT-MMU Sidogiri?
2. Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) serta bukti fisik (*tangibles*) yang diberikan oleh BMT-MMU Sidogiri berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah BMT-MMU Sidogiri?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berangkat dari rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) serta bukti fisik (*tangibles*) yang diberikan BMT-MMU Sidogiri berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah BMT-MMU Sidogiri.

2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) serta bukti fisik (*tangibles*) yang diberikan BMT-MMU Sidogiri berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah BMT-MMU Sidogiri.

D. MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini diharap mampu memberikan kontribusi ilmiah bagi berbagai pihak. Dan secara global akan memberikan kontribusi kepada:

1. Bagi peneliti
 - a. Dapat memperluas wawasan, pengetahuan dan pengalaman kedalam bidang sesungguhnya.
 - b. Sebagai aplikasi dari ilmu yang telah diperoleh peneliti selama perkuliahan.
 - c. Untuk memperoleh pengalaman yang sifatnya praktis dan menambah pengetahuan.
 - d. Untuk meningkatkan wawasan penulis mengenai kualitas pelayanan, faktor-faktor kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.

2. Bagi lembaga

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan evaluasi terhadap kualitas pelayanan BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan untuk mengambil tindakan memperbaiki, meningkatkan dan mengembangkan kualitas pelayanannya guna memberikan kepuasan kepada nasabah khususnya pada bidang manajemen pemasaran.

3. Kalangan umum

Diharapkan penelitian ini akan dikembangkan oleh peneliti lain yang nantinya akan memberikan sumbangsih terhadap keilmuan.

E. BATASAN PENELITIAN

Dalam penelitian yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan”. Peneliti membatasi penelitiannya pada nasabah tabungan yang sifatnya pribadi.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu.

Maya wulandari dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (studi pada PT. Bank BNI Persero Tbk. Cabang malang). Dalam penelitiannya jumlah sampel yang diambil adalah 100 orang dengan menggunakan metode *accidental sampling* dan alat analisis menggunakan regresi linier berganda, uji t dan uji f. Adapun hasilnya adalah terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan maupun parsial antara variabel berwujud (X1), keandalan (X2), cepat tanggap (X3), kepastian (X4), dan empati (X5) terhadap kepuasan nasabah (Y). Sedangkan variabel cepat tanggap (X3) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Melia Nofita Sari (2006) dalam penelitiannya yang berjudul kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi pada Hotel Graha Gresik) menggunakan variabel bukti langsung (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), empati (X5) dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini si peneliti menggunakan metode *exploratory research*, sampel yang diambil sebanyak 60 orang, alat analisis regresi linier

berganda dan regresi parsial untuk mengetahui perbedaan dalam tiap-tiap item kepuasan pelanggan. Hasil dalam penelitian ini adalah variabel kepuasan pelanggan mempunyai hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), sedangkan variabel yang paling dominan adalah variabel jaminan (X_4).

Tabel 2.1

Persamaan dan perbedaan Penelitian terdahulu dengan sekarang

No	KETERANGAN	PENELITIAN TERDAHULU	PENELITIAN SEKARANG
1	Nama Peneliti	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Maya Wulandari ➤ Melia Nofita Sari 	Nur rofik
3	Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bank BNI Persero Tbk. Cabang Malang ➤ Hotel Graha Gresik 	BMT-MMU Sidogiri Pasuruan
	Obyek	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nasabah BNI Persero Tbk. Cabang Malang ➤ Pelanggan Hotel 	Nasabah BMT-MMU
4	Alat Analisis	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Regresi linier berganda ➤ Korelasi berganda, regresi linier berganda, regresi parsial 	Regresi linier berganda
5	Hasil	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Terdapat pengaruh ➤ Terdapat pengaruh ➤ Terdapat pengaruh 	Terdapat pengaruh

Sumber: Data di olah

B. Jasa

1. Pengertian Jasa

Ada beberapa pendapat mengenai pengertian tentang jasa (pelayanan). Jasa menurut Staton dalam Alma (2005:243) adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah, tidak berwujud yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak.

Zeithami dan Bitner dalam Alma (2005:243) menyatakan bahwa jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah, seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat yang sifatnya tidak berwujud.

Menurut Kotler dalam Rambat (2006:5) jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik atau sebaliknya.

Dari definisi diatas dapat diketahui bahwa jasa adalah kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya, dimana tidak disertai dengan pemindahan hak atau kepemilikan atas produk atau jasa tersebut dan bersifat tidak berwujud (*intangible*).

2. Karakteristik Jasa

Secara umum jasa mempunyai beberapa karakteristik khusus yang berbeda dengan barang. Menurut Yazid (2001) yang termasuk dalam karakteristik jasa antara lain :

1) Tidak Berwujud (*intangibility*)

Jasa merupakan tindakan, proses-proses, atau unjuk kerja, bukan merupakan suatu obyek. Tidak seperti produk fisik yang berwujud serta dapat dilihat, dirasakan, dicium, diraba, didengar; produk jasa tidak berwujud secara fisik dan tidak dapat diidentifikasi oleh panca indera.

Konsekuensi yang muncul dari sifat jasa yang *intangible* ini yaitu:

- a. Jasa tidak bisa dilihat, dirasakan, dicicipi, ataupun disentuh.
- b. Jasa tidak bisa disimpan.
- c. Fluktuasi permintaan jasa sulit untuk dikendalikan
- d. Jasa tidak bisa dipatenkan secara sah, oleh karena itu jasa mudah sekali ditiru oleh pesaing.
- e. Jasa tidak bisa di-display setiap saat atau dengan mudah di komunikasikan kepada para konsumen, karena itu jasa mungkin sulit untuk dinilai oleh konsumen.

f. Penentuan harga jasa sulit karena biaya pemrosesan jasa sulit dibedakan mana yang biaya tetap dan mana yang biaya operasi.

2) Tidak terpisahkan antara produksi dan konsumsi (*inseparability*)

Karakteristik kaitan antara produksi dan konsumsi jasa berbeda dengan karakteristik barang. Barang biasanya dibuat dahulu baru dijual dan dikonsumsi, sedangkan kebanyakan jasa dijual terlebih dahulu baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara simultan. Oleh karena itu jasa tidak dapat dipisahkan antara produksi dan konsumsinya.

3) Bervariasi (*variability*)

Keluaran jasa juga sangat bervariasi sehingga sulit untuk distandarisasikan. Sebab utama dari kesulitan ini adalah karena setiap individu konsumen ingin dipenuhi keinginannya dengan cara yang berbeda-beda sejak sebelum maupun selama jasa yang diinginkan itu diproses.

4) Mudah lenyap atau kerentanan (*perishability*)

Jasa tidak bisa di simpan, dijual lagi atau dikembalikan, oleh karena itu diperlukan kehati-hatian dalam menerjemahkan keinginan konsumen dalam usaha memproduksi jasa, agar tidak melakukan kesalahan yang tentunya proses perbaikan produksi jasa seringkali sulit dilakukan.

3. Klasifikasi Jasa

Konsekuensi dari adanya berbagai macam variasi bauran antara barang dan jasa maka sulit untuk menggeneralisasi jasa bila tidak melakukan pembedahan lebih lanjut. Banyak pakar yang melakukan klasifikasi jasa, dimana masing-masing ahli menggunakan dasar pembedahan yang disesuaikan dengan sudut pandangnya masing-masing.

Menurut Tjiptono (1996:8), klasifikasi jasa dapat dilakukan berdasarkan tujuh kriteria, yaitu:

a) Segmen pasar

Berdasar segmen pasar, jasa dapat dibedakan menjadi jasa kepada konsumen akhir (misalnya taksi, asuransi jiwa, dan pendidikan) dan jasa kepada konsumen organisasional (misalnya jasa akuntansi dan perpajakan, jasa konsultasi manajemen dan jasa konsultasi hukum).

b) Tingkat keterwujudan (*tangibility*).

Berhubungan dengan tingkat keterlibatan produk fisik dengan konsumen, jasa dapat dibedakan menjadi tiga yaitu:

1. *Rented good service*

Dalam jenis ini, konsumen menyewa dan menggunakan produk-produk tertentu berdasarkan

tarif-tarif tertentu selama jangka waktu tertentu pula. Contohnya penyewa mobil, apartemen, dan kaset video.

2. *Owned good service*

Produk-produk yang dimiliki konsumen direparasi, dikembangkan, atau ditingkatkan unjuk kerjanya, atau dipelihara maupun dirawat oleh perusahaan jasa. Jenis jasa ini mencakup perubahan bentuk pada produk yang dimiliki konsumen. Contohnya jasa reparasi dan pencucian pakaian.

3. *Non good service*

Karakteristik khusus pada jenis ini adalah jasa personal bersifat *intangible* (tidak berbentuk wujud fisik) ditawarkan kepada para pelanggan. Contohnya sopir, baby sister, dosen dan tutor.

c) Keterampilan penyedia jasa

Berdasarkan keterampilan penyedia jasa. Jasa terdiri dari *professional service* (misalnya konsultan pajak dan manajemen) dan *non personal service* (misalnya sopir taksi dan penjaga malam).

Sedangkan William J. Stanton dalam Mts. Arief (2007:42) mengklasifikasikan usaha jasa menjadi dua bagian, yaitu:

1. Jasa komersial

Jasa komersial merupakan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan tujuan untuk mencari keuntungan, termasuk:

- a. Jasa perusahaan
- b. Jasa rumah tangga
- c. Rekreasi dan hiburan
- d. Jasa asuransi
- e. Jasa transportasi
- f. Jasa komunikasi

2. Jasa non-komersial

Jasa non-komersial merupakan jasa yang diberikan perusahaan kepada konsumen yang membutuhkan dan perusahaan tersebut tidak mencari keuntungan, misalnya panti asuhan, panti jompo, dan jasa lain yang pada umumnya ditujukan untuk kepentingan sosial.

C. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah. Menurut Wyckof dalam Mts. Arief (2007:118) kualitas jasa pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah.

Menurut Juran Hunt, (dalam Nasution, 2004 :40) kualitas produk barang atau jasa adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah.

Kualitas jasa pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa pelayanan yang diterima (*perceived service*) sesuai dengan harapan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa pelayanan yang diterima melampaui harapan nasabah, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa pelayanan yang diterima lebih rendah daripada

yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik buruknya kualitas jasa pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan nasabahnya secara konsisten. Kualitas total suatu jasa terdiri atas tiga komponen utama (Gronroos dalam Mts. Arief, 2007: 118-119), yaitu:

1. *Technical quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas *output* (keluaran) jasa yang diterima nasabah. *Technical quality* dapat diperinci lagi menjadi :
 - a. *Search quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, misalnya harga.
 - b. *Experience quality*, yaitu kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengonsumsi jasa. Contohnya ketepatan waktu, kecepatan pelayanan dan kerapian hasil.
 - c. *Credence quality*, yaitu kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan meskipun telah mengonsumsi suatu jasa. Misalnya kualitas operasi jantung.
2. *Functional quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa.
3. *Corporate quality*, yaitu profil, reputasi, citra umum dan daya tarik khusus suatu perusahaan.

Dari pengertian dan penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan bentuk pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabahnya. Disini nasabahlah yang berhak menilai baik buruknya kualitas jasa karena nasabah yang mengkonsumsi dan merasakan jasa tersebut.

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Gronroos (dalam Edvardsson, et. al. 1994 dalam Tjiptono, 2004:14-15) menyatakan bahwa ada tiga kriteria pokok dimensi kualitas, yaitu *outcome-related*, *process-related*, dan *image-related criteria*. Ketiga kriteria tersebut dapat dijabarkan menjadi enam unsur, yaitu:

a. *Professionalism and skill*

Kriteria ini merupakan *outcome-related criteria*, dimana nasabah menyadari bahwa penyedia jasa (*service provider*), karyawan, sistem operasional, dan sumber daya fisik memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah nasabah dengan professional.

b. *Attitudes and behavior*

Kriteria ini adalah *process-related criteria*. Nasabah merasa bahwa karyawan perusahaan (*contact personel*) menaruh

perhatian terhadap mereka dan berusaha membantu dalam memecahkan masalah mereka secara spontan dan senang hati.

c. *Accessibility and flexibility*

Kriteria ini termasuk *process-related criteria*. Nasabah merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam kerja, karyawan dan sistem operasionalnya dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga nasabah dapat melakukan akses dengan mudah. Selain itu juga dirancang dengan maksud agar dapat bersifat fleksibel dalam menyesuaikan permintaan dan keinginan nasabah.

d. *Reliability and trustworthiness*

Kriteria ini juga termasuk *process-related criteria*. Nasabah memahami bahwa apapun yang terjadi, mereka bisa mempercayakan segala sesuatunya kepada penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya.

e. *Recovery*

Kriteria ini termasuk *process-related criteria*. Nasabah menyadari bahwa bila ada kesalahan atau bila terjadi sesuatu yang tidak diharapkan, maka penyedia jasa akan mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari pemecahan yang tepat.

f. Reputation and credibility

Kriteria ini termasuk *images-related criteria*. Nasabah menyakini bahwa operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan nilai atau imbalan yang sesuai dengan pengorbanannya.

Sedangkan Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam Rambat (2006:182) berpendapat ada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu :

1. Bukti fisik (*tangibles*)

Kemampuan suatu perusahaan dalam mewujudkan eksistensinya kepihak eksternal berupa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan, seperti gedung, gudang, perlengkapan, pegawai, dll.

2. Keandalan (*reliability*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

3. Daya tanggap (*responsiveness*)

Kemampuan para karyawan membantu para pelanggan dan merespons permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

4. Jaminan (*assurance*)

Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan menumbuhkan rasa percaya nasabah kepada perusahaan. Hal ini meliputi, antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.

5. Empati (*empathy*)

Kemampuan memahami masalah nasabahnya dan bertindak demi kepentingan nasabah, serta memberikan perhatian yang tulus dan bersifat personal kepada para nasabah.

3. **Service excellence (pelayanan yang unggul)**

Menurut (Nasution, 2004: 49), Yang dimaksud dengan *service excellence* adalah suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani nasabah secara memuaskan.

Secara garis besar, ada empat unsur pokok dalam konsep kualitas, yaitu: kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Keempat komponen ini merupakan satu kesatuan pelayanan yang terintegrasi, maksudnya pelayanan atau jasa menjadi *excellent*. Setiap karyawan harus memiliki ketrampilan tertentu, diantaranya berpenampilan baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, menguasai pekerjaannya, baik tugas yang berkaitan pada bagian atau departemennya maupun bagian lainnya, mampu berkomunikasi dengan baik, bisa memahami bahasa isyarat (*gesture*) nasabah, dan

memiliki kemampuan menangani keluhan nasabah secara professional.

Dengan demikian, upaya mencapai *excellent* bukanlah pekerjaan yang mudah. Tetapi bila hal tersebut dapat dilakukan, maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat besar, terutama berupa kepuasan dan loyalitas nasabah yang besar.

Pada prinsipnya ada tiga kunci dalam memberikan pelayanan nasabah yang unggul, yaitu:

1. Kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan nasabah.
2. Pengembangan *database* yang lebih akurat dari pada pesaing.
3. Pemanfaatan informasi yang diperoleh dari riset pasar dalam suatu kerangka strategis.

D. Kepuasan nasabah

1. Pengertian Kepuasan

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*) (Kotler, 2000: 50).

Banyak pakar yang memberikan definisi mengenai kepuasan nasabah atau ketidakpuasan nasabah. Day dalam Tse dan Wilton,

1988 dalam Tjiptono (2004: 146), menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan nasabah adalah respon nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

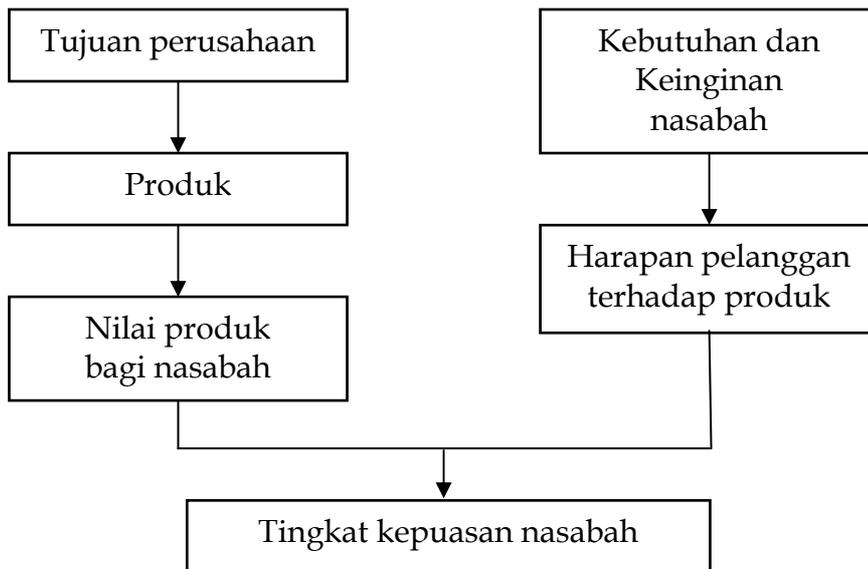
Kotler (1997) dalam Sihombing (2003: 4), mendefinisikan kepuasan nasabah adalah kepuasan atau kekecewaan yang dirasakan oleh nasabah setelah membandingkan antara harapan dengan kenyataan yang ada.

Engel, Blackwell dan Miniard (1995: 273) dalam Widyaratna dan Chandra (2001: 87), mendefinisikan kepuasan sebagai evaluasi pasca konsumsi dimana suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Singkat kata, alternatif tersebut setidaknya terlaksana sebaik yang anda harapkan.

Ada kesamaan diantara beberapa definisi diatas, yaitu menyangkut komponen kepuasan nasabah (harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan). Umumnya harapan nasabah merupakan perkiraan atau keyakinan nasabah tentang apa yang diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi nasabah terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang telah dibelinya.

Secara konseptual, kepuasan nasabah dapat digambarkan seperti yang ditunjukkan dalam gambar dibawah ini:

Gambar 2.1
Konsep kepuasan nasabah



Sumber: Tjiptono, 2004: 147

2. Memahami perilaku nasabah yang tidak puas

Menurut Fandy Tjiptono (2004: 153), menjelaskan bahwa nasabah mengeluh karena tidak puas. Ia tidak puas karena harapan mereka tidak terpenuhi. Dengan demikian semakin tinggi pra pembelian seorang pelanggan, maka semakin besar kemungkinan ia puas terhadap jasa yang dikonsumsinya. Oleh karena itu kunci komunikasi dalam pemasaran jasa adalah manajemen harapan nasabah.

Menganalisis nasabah yang tidak puas, merancang sistem penanganan keluhan yang efisien dan syarat-syarat jaminan

(garansi) yang baik merupakan strategi yang cukup efektif untuk membangun kepuasan nasabah. Umumnya jumlah nasabah yang tidak puas pada suatu jasa dan menyampaikan keluhannya tidaklah sebanyak pada kasus ketidakpuasan terhadap barang, yaitu 61% dibanding 76% (Mudie dan Cottam, 1993: 211 dalam Tjiptono, 2004: 153). Kalaupun ada keluhan, biasanya hanya sedikit proporsinya yang terselesaikan itupun waktunya lama.

Salah satu penyebabnya adalah bahwa sudah hampir semua masalah yang terjadi pada produk bisa didemonstrasikan dan didiskusikan secara terbuka. Misalnya kalau TV yang dibeli tidak bisa dihidupkan, bisa dibuktikan kalau itu memang benar-benar demikian. Akan tetapi setiap masalah yang muncul dalam konsumsi jasa masih dapat diperdebatkan berdasarkan berbagai macam penilaian dan sudut pandang.

Kalaupun ternyata keluhan itu benar, penyedia jasa masih bisa menempatkan dirinya dalam posisi *defensif* (membela diri). Misalnya dalam kasus potong rambut. Seandainya klien merasa kecewa dengan model potongannya, bisa saja tukang cukurnya mengatakan bahwa justru klien yang kurang jelas dalam menyampaikannya keinginannya. Atau malah mengatakan bahwa rambut si klien yang tidak “pas” untuk dipotong sesuai persis dengan keinginannya.

Dalam hal ketidakpuasan (Tjiptono, 2004: 154), ada beberapa kemungkinan tindakan yang bisa dilakukan nasabah, diantaranya adalah:

a. Tidak melakukan apa-apa

Nasabah yang tidak puas tidak melakukan komplain, mereka praktis tidak akan membeli atau menggunakan jasa perusahaan yang bersangkutan lagi.

b. Melakukan komplain

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi apakah seorang nasabah yang tidak puas akan melakukan komplain atau tidak, yaitu:

1. Derajat kepentingan konsumsi yang dilakukan

Hal ini menyangkut derajat pentingnya jasa yang dikonsumsi dan harga bagi konsumen, waktu yang dibutuhkan untuk mengkonsumsi jasa serta *social visibility*.

Apabila derajat kepentingan, biaya dan waktu yang dibutuhkan (dalam mengkonsumsi jasa) relatif tinggi, maka kuat kecenderungannya nasabah akan melakukan komplain.

2. Tingkat ketidakpuasan nasabah

Semakin tidak puas seorang nasabah maka semakin besar kemungkinannya ia melakukan komplain.

3. Manfaat yang diperoleh

Apabila manfaat yang diperoleh dari penyampaian komplain besar, maka semakin besar pula kemungkinan nasabah akan melakukan komplain. Manfaat yang diperoleh terdiri atas empat jenis, yaitu:

- a. Manfaat emosional, yakni kesempatan untuk menuntut hak, menumpahkan kekesalan dan kemarahan, serta menerima permintaan marah dari lembaga atau perusahaan bersangkutan.
- b. Manfaat fungsional, yakni penggantian jasa yang dibeli.
- c. Manfaat bagi orang lain, yakni membantu pelanggan lain agar terhindar dari ketidakpuasan akibat pelayanan yang buruk.
- d. Penyempunaan produk, yaitu perusahaan jasa kemungkinan besar akan meningkatkan atau memperbaiki penawarannya.

4. Pengetahuan dan pengalaman

Hal ini meliputi pemakaian jasa, pemahaman akan jasa, persepsi terhadap kemampuan sebagai konsumen dan pengalaman komplain sebelumnya.

5. Sikap pelanggan terhadap keluhan

Nasabah yang bersifat positif terhadap penyampaian keluhan biasanya sering menyampaikan keluhannya karena yakin akan manfaat positif yang akan diterimanya.

6. Tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi

Faktor ini mencakup waktu yang dibutuhkan, gangguan terhadap aktifitas rutin yang dijalankan dan biaya yang dibutuhkan untuk melakukan komplain. Apabila tingkat kesulitannya tinggi, maka pelanggan cenderung tidak melakukan komplain.

7. Peluang keberhasilan dalam melakukan komplain

Bila nasabah merasa bahwa peluang keberhasilannya dalam melakukan komplain sangat kecil, maka ia cenderung tidak akan melakukannya. Hal sebaliknya terjadi apabila dirasakan peluangnya besar.

Komplain yang disampaikan berkenaan dengan adanya ketidakpuasan dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori (Tjiptono, 2004: 155):

a. *Voice response*

Kategori ini meliputi usaha menyampaikan keluhan secara langsung dan atau meminta ganti rugi kepada perusahaan yang bersangkutan. Bila nasabah melakukan hal ini, maka perusahaan masih mungkin memperoleh beberapa manfaat.

Pertama: nasabah memberikan kesempatan sekali lagi kepada perusahaan untuk memuaskan mereka. **Kedua:** resiko publisitas buruk dapat ditekan, baik publisitas dalam bentuk rekomendasi dari mulut ke mulut ataupun lewat media massa. **Ketiga:** memberi masukan mengenai kekurangan pelayanan yang perlu diperbaiki perusahaan.

b. *Private response*

Tindakan yang dilakukan diantaranya adalah memperingatkan atau memberitahukan kolega, teman atau keluarganya mengenai jasa atau perusahaan yang bersangkutan.

c. *Third-party response*

Tindakan yang dilakukan meliputi usaha meminta ganti rugi secara hukum, mengadu lewat media massa surat atau *secara* langsung mendatangi lembaga, dan sebagainya.

Secara umum ada dua tujuan utama melakukan atau menyampaikan komplain serta keluhannya. **Pertama**, untuk menutupi kerugian. Ini biasanya diwujudkan dengan melakukan *voice action* atau *public action*. **Kedua**, untuk memperbaiki citra dirinya (*self image*).

E. Pelayanan dalam perspektif Islam

Mengenai pelayanan dalam hubungannya dengan kerja atau bisnis, Islam telah mengatur bahwa setiap orang maupun organisasi perusahaan wajib memberikan pelayanan dengan kualitas yang terbaik. Pelayanan yang berkualitas harus dimulai dengan karyawan yang mengerti akan kebutuhan nasabah.

Dalam sejarah Rosulullah SAW, kesuksesan dalam berbisnis dilandasi oleh dua hal pokok, yaitu: kepribadian yang amanah dan terpercaya serta pengetahuan dan ketrampilan yang mumpuni. Keduanya merupakan pesan moral yang bersifat universal yang bisa dikaitkan dengan sikap karyawan dalam melayani nasabah sebagaimana uraian dibawah ini (Didin dan Hendra, 2003: 54):

1. *Shiddiq*

Yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta dalam melakukan transaksi bisnis. Surat Al-Muthaffifiin: 83: 1-6 menerangkan tentang bahaya orang yang tidak jujur

وَإِذَا ۞ يَسْتَوْفُونَ النَّاسَ عَلَىٰ أَكْتَالِهِمْ إِذَا الَّذِينَ ۞ لِلْمُطَفِّفِينَ وَيَل
۞ مَبْعُوثُونَ أَنَّهُمْ أُؤْتِيكَ يَظُنُّنَّ أَلَّا ۞ تُخْسِرُونَ وَزَنُوهُمْ أَوْ كَالْوَهْمِ
۞ الْعَالَمِينَ لِرَبِّ النَّاسِ يَوْمَ يَوْمَ ۞ عَظِيمٍ لِيَوْمِ

Artinya:

- 1). Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang[1561],
- 2). (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi,
- 3). Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.
- 4). Tidaklah orang-orang itu menyangka, bahwa Sesungguhnya mereka akan dibangkitkan,
- 5). Pada suatu hari yang besar,
- 6). (yaitu) hari (ketika) manusia berdiri menghadap Tuhan semesta alam?
[1561] yang dimaksud dengan orang-orang yang curang di sini ialah orang-orang yang curang dalam menakar dan menimbang.

2. Kreatif, berani dan percaya diri

Ketiga hal ini mencerminkan karyawan untuk berusaha mencari kebutuhan pelanggan sehingga keinginan nasabah dapat dipenuhi oleh perusahaan dan bisa menyelesaikan keluhan nasabah dengan cepat.

3. *Tablig*

Yaitu mampu berkomunikasi dengan baik. Disini seluruh unsur perusahaan harus bisa merebut hati nasabah dengan memberi perhatian serta komunikasi yang sopan, sehingga bisa membuat nasabah senang.

4. *Istiqomah*

Artinya konsisten dalam iman dan nilai-nilai yang baik meski menghadapi berbagai godaan dan tantangan. Istiqomah

dalam kebaikan ditampilkan dengan keteguhan, kesabaran, serta keuletan dalam melayani pelanggan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS Al-Ahqaaf 46: 13

هُمْ وَلَا عَلَيْهِمْ خَوْفٌ فَلَا أَسْتَقْمُوا ثُمَّ اللَّهُ رَبُّنَا قَالُوا الَّذِينَ إِن
تَحْزَنُونَ ﴿١٣٨﴾

Artinya:

Sesungguhnya orang-orang yang mengatakan: "Tuhan kami ialah Allah", Kemudian mereka tetap istiqamah[1388] Maka tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan mereka tiada (pula) berduka cita.

[1388] Istiqamah ialah teguh pendirian dalam tauhid dan tetap beramal yang saleh.

5. Amanah

Berarti memiliki tanggungjawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal dan ihsan (berbuat yang terbaik).

Dalam segala hal, sifat amanah harus dimiliki oleh setiap orang mukmin, apalagi yang emiliki pekerjaan yang berhubungan dengan pelayanan bagi masyarakat.

Sebagaimana Allah berfirman dalam surat An-Nisaa' : 58

Yang berbunyi:

أَنَّ النَّاسَ بَيْنَ حَكْمَتِهِمْ وَإِذَا أَهْلَهَا إِلَى الْأَمْنَتِ تُؤَدُّوْنَ أَنْ يَأْمُرُكُمْ اللَّهُ إِنَّ
بَصِيرًا سَمِيعًا كَانَ اللَّهُ إِنَّ بِهِ يَعِظُكُمْ نِعْمًا اللَّهُ إِنَّ بِالْعَدْلِ تَحْكُمُوا ﴿٥٨﴾

Artinya:

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat.

6. *Fathonah*

Berarti mengerti, memahami dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya. Setiap individu dalam perusahaan harus mampu dan paham tentang apa saja yang menjadi tugas dan kewajibannya.

Allah berfirman:

عَلِيمٌ حَفِيزٌ إِنِّي الْأَرْضِ خَزَائِنِ عَلَىٰ أَجْعَلْنِي قَالَ ﴿٥٥﴾

Artinya:

Berkata Yusuf: "Jadikanlah Aku bendaharawan negara (Mesir); Sesungguhnya Aku adalah orang yang pandai menjaga, lagi berpengetahuan" (QS Yusuf 12: 55).

Pelayanan yang berkualitas adalah apabila yang dikerjakan seseorang untuk orang lain menimbulkan rasa tenang dan bahagia yang memberikan implikasi bagi terbangunnya hubungan dalam rangka mempererat tali silaturahmi di antara kedua belah pihak. Sebab dengan melalui perantara bisnis di antara pihak perusahaan dengan pelanggannya tidak hanya kerjasama saling mencari keuntungan semata, namun dibalik itu ada nilai kebersamaan untuk saling menjaga jalinan kerjasama yang terbangun dengan di ikat oleh tali persaudaraan. Dengan terjaganya keharmonisan antara kedua belah pihak lewat silaturahmi, maka akan meluaskan rizki dan memanjangkan usia. Sebagaimana sabda Rosullulloh Saw yang berbunyi:

(: 5527)

“Dari Abi Hurairah ra. Ia berkata : Rosullulloh Saw bersabda: barang siapa yang ingin diluaskan rizkinya dan dilambatkan ajalnya (panjang umur), hendaklah ia menyambung tali persaudaraannya” (HR. Bukhari: 5527).

Pada waktu kita memberikan pelayanan pada orang lain hendaklah dengan bermurah hati (semisal senyum, ramah tamah, dan sopan santun). Dengan demikian pelanggan akan merasa diperhatikan dan dihargai, sehingga mereka akan ikut merasa memiliki terhadap eksistensi perusahaan sebagai timbal baliknya mereka (pelanggan) akan menjadi pelanggan yang loyal terhadap perusahaan. Maka murah senyum, sopan santun, dari para karyawan sangat menentukan dalam melayani nasabah dalam upaya memberi penghormatan dan perhatian kepada para nasabah. Sebagaimana hadits nabi Saw yang berbunyi:

(

:1934)

“Dari Jabir bin Abdullah ra. Bahwasannya Rosululloh Saw bersabda: Alloh menyayangi seseorang yang bermurah hati ketika menjual, ketika membeli dan ketika mengadakan penagihan”. (HR. Bukhori: 1934)

Dan sebagaimana hadits Nabi Saw yang lain yang berbunyi:

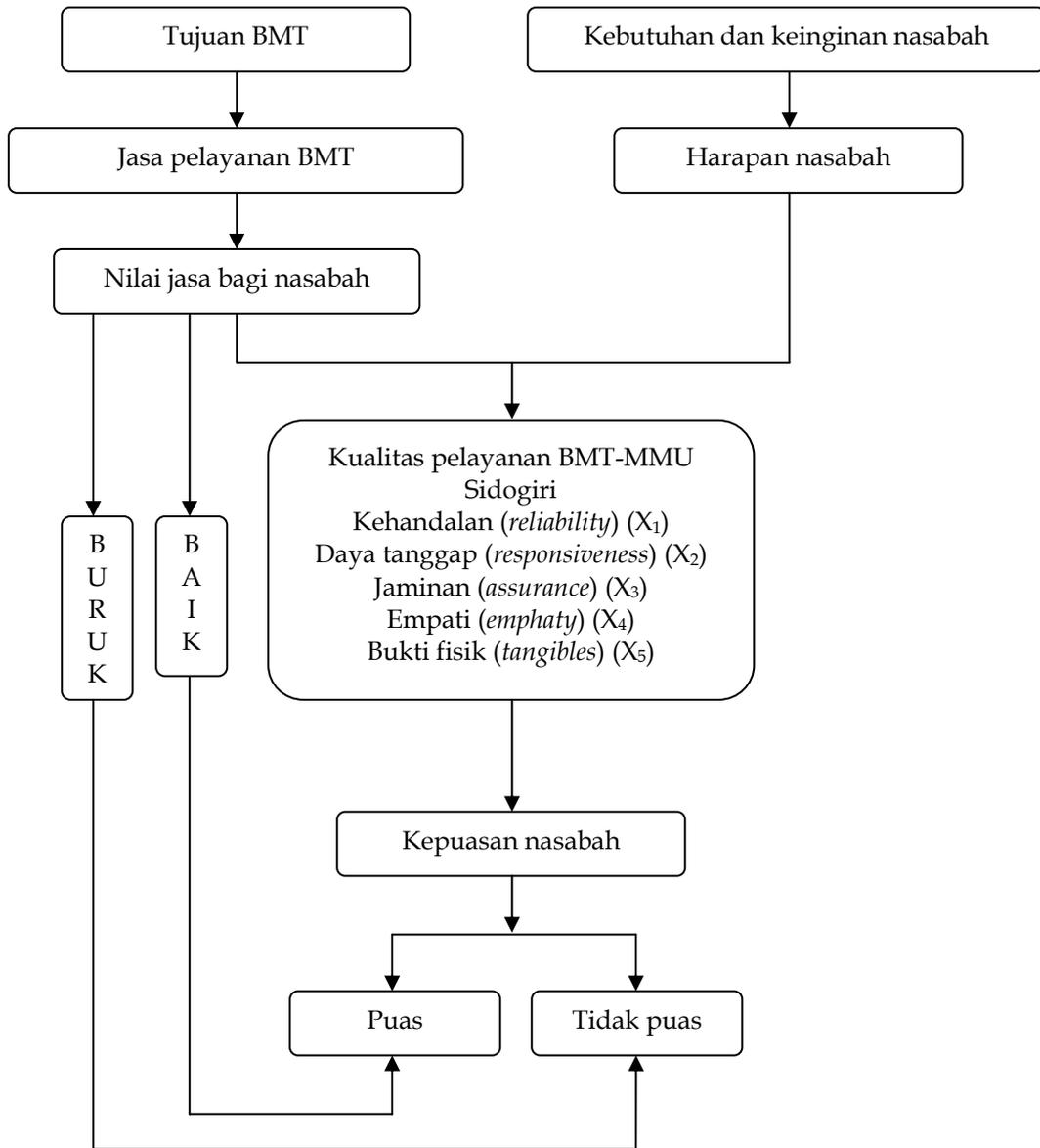
..... (: 1879)

“Senyummu dimuka saudaramu merupakan shodaqoh bagimu” (HR. Turmudzi: 1879).

Dari beberapa hadits di atas jelas bahwa Islam memberi tuntunan dalam menjalankan bisnis utamanya dalam berinteraksi dengan sesama manusia sebagai patner kerja, dan hendaklah dalam menjalankan bisnis untuk memberikan pelayanan kepada rekan bisnis kita dengan sebaik-baiknya biar jalinan kerjasama semakin kokoh tanpa ada salah satu pihak yang dirugikan.

F. KERANGKA PIKIR

Gambar 2.2
Kerangka pikir

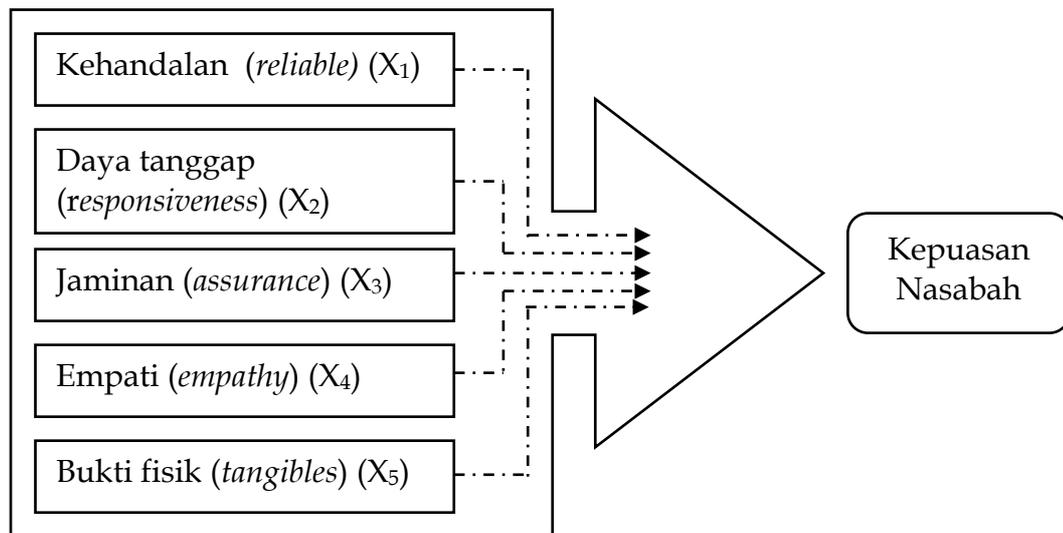


Berangkat dari tujuan BMT yang ingin memajukan kesejahteraan anggota dan masyarakat serta ikut membangun perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat madani yang berlandaskan Pancasila dan UUD 1945 serta di ridhoi oleh Allah SWT seta melihat kinerjanya dalam melayani nasabah

dengan baik, sopan, ramah tamah juga memperhatikan keluhan-keluhan dari nasabahnya dan pihak BMT sanggup menerima komplain dari nasabah jika dalam melayani nasabah kurang memuaskan. Karena kepuasan nasabah menjadi harapan BMT, begitu juga kebutuhan dan keinginan para nasabah lebih di utamakan dengan mengacu pada dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik.

G. MODEL HIPOTESIS

Gambar 2.3
Model hipotesis



Dimana:

- - - - - Secara parsial
- Secara simultan

Dari model hipotesis diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan (X1), daya tanggap X2), jaminan (X3), empati (X4), dan bukti fisik (X5) terhadap kepuasan nasabah.

H_a = Ada pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan (X1), daya tanggap X2), jaminan (X3), empati (X4), dan bukti fisik (X5) terhadap kepuasan nasabah.

2. H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan (X1), daya tanggap X2), jaminan (X3), empati (X4), dan bukti fisik (X5) terhadap kepuasan nasabah.

H_a = Ada pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan (X1), daya tanggap X2), jaminan (X3), empati (X4), dan bukti fisik (X5) terhadap kepuasan nasabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi penelitian

Penelitian ini berlokasi di BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan di Jl Raya Sidogiri Kraton Pasuruan .

B. Jenis dan pendekatan penelitian

Sedangkan jenis penelitian ini adalah kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Indriantoro, 1999 : 12).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan survei yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun, 1995 : 3).

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian (Arikunto, 2006: 130). Dengan menetapkan populasi, ini dimaksudkan agar suatu penelitian dapat mengukur sesuatu sesuai dengan kasusnya dan tidak berlebihan dengan populasi yang diacu. Dalam penelitian ini peneliti

menggunakan populasi data nasabah tabungan BMT-MMU Sidogiri dari tahun 2001-2007 mencapai 32.657 penabung.

Tabel 3.1

Data Nasabah BMT-MMU Sidogiri Pasuruan

Tahun	Penabung
2001	7.113
2002	9.775
2003	12.939
2004	18.004
2005	22.228
2006	27.299
2007	32.657

Sumber data: BMT-MMU Sidogiri November 2007

2. Sampel

Yang dimaksud dengan sampel adalah bagian kecil dari populasi. Agar sampel yang diambil representatif atau mewakili populasi, maka pengambilan sampelnya harus tepat. Pengambilan sampel yang dilakukan peneliti adalah menggunakan *Accidental Sampling* (Sugiyono, 2002:77) terhadap nasabah BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan.

D. Teknik pengambilan sampel

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *Accidental Sampling*. Menurut sugiyono (2002:77) "*Accidental sampling*" adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel, dan apabila orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dalam *Accidental Sampling* peneliti memberikan angket pada nasabah, khususnya yang menabung di BMT-MMU Sidogiri kraton Pasuruan.

Untuk menentukan jumlah sampel yang dipilih digunakan rumus Slovin dalam (Consuelo G. Sevilla, dkk., 1993: 161) yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{n}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Prosentase kelonggaran yaitu sebesar 10%

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{32.657}{1 + 32.657(0.1)^2} \\
 &= \frac{32.657}{327} \\
 &= 99,86 \\
 &= 100
 \end{aligned}$$

Jadi sampel untuk kuesioner digolongkan representatif mewakili populasi yang menabung 32657 nasabah layanan BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan adalah 100 kuesioner.

E. Data dan Sumber data

Data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder

1) Data primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) (Indriantoro, 1999: 146). Dalam penelitian ini data diperoleh dari kuesioner responden tentang beberapa variabel yang diteliti dan dari interview tentang profil dan historikal obyek.

2) Data sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) (Indriantoro, 1999: 146). Data sekunder pada penelitian ini adalah dokumen tentang profil BMT-MMU Sidogiri, *job description* dan strukturalnya dari kantor cabang sidogiri kraton pasuruan.

F. Teknik pengumpulan data

Untuk memperoleh data secara terperinci dan baik, maka peneliti menggunakan beberapa metode, yaitu :

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2005: 135). Sehubungan dengan penelitian ini peneliti, menyebarkan kuesioner kepada responden, yaitu seluruh sampel yang telah ditentukan dari BMT-MMU Sidogiri.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya (Arikunto, 2006: 231). Dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat majalah, brosur dan internet yang berhubungan dengan kualitas pelayanan untuk memperoleh landasan teori dan mendapatkan data yang dapat menunjang penelitian.

G. Skala pengukuran

Selanjutnya agar jawaban responden dapat diukur maka jawaban responden diberi skor. Dalam penelitian ini pemberian skor menggunakan skala Likert yaitu dengan menghadapkan seorang responden dengan sebuah pernyataan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban: "sangat setuju", "setuju", "ragu-ragu", "tidak setuju", "sangat tidak setuju" (Singarimbun, 1995: 111).

Selanjutnya dalam prosedur skala Likert ini adalah menentukan skor atas setiap pertanyaan dalam kuesioner yang disebarkan. Jawaban dari responden dibagi dalam lima kategori penilaian dimana masing-masing pertanyaan diberi skor satu

sampai lima. Dalam penelitian ini terdiri lima jawaban yang mengandung variasi nilai bertingkat, antara lain:

Tabel 3.2
Bobot nilai setiap pertanyaan

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Singarimbun, 1995: 111

H. Definisi operasional variabel

Variabel yang diteliti terbagi menjadi 2 kelompok besar atau variabel besar, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Adapun definisi operasional variabel untuk masing-masing variabel dan indikatornya adalah sebagai berikut:

1. Variabel bebas (*Independent variabel*)

Adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lain. Dalam hal ini variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan (*service quality*) (X) yaitu kualitas jasa pelayanan yang diberikan BMT kepada nasabah yang terdiri dari kehandalan (*reliability*) (X_1), daya tanggap

(*responsiveness*) (X_2), jaminan (*assurance*) (X_3), empati (*empathy*) (X_4) serta bukti fisik (*tangibles*) (X_5).

2. Variabel terikat (*Dependent variabel*)

Adalah variabel yang diduga sebagai akibat atau dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah kepuasan nasabah (Y). Merupakan akibat yang terjadi setelah nasabah merasakan kualitas jasa pelayanan yang baik.

Tabel 3.3
Konsep, variabel, indikator dan item

KONSEP	VARIABEL	INDIKATOR	ITEM
Kualitas pelayanan (X)	Reliabilitas (<i>reliability</i>) (X_1)	Kemampuan memberikan pelayanan sesuai janji dan memuaskan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan melayani sesuai dengan janji dan waktu ($X_{1.1}$) 2. Kemudahan dalam bertransaksi ($X_{1.2}$) 3. Mampu melayani dengan tepat dan akurat ($X_{1.3}$)
	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) (X_2)	Respon yang cepat dan tanggap	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecepatan karyawan dalam melayani ($X_{2.1}$) 2. Kesanggupan dalam merespon keluhan nasabah ($X_{2.2}$) 3. Karyawan komunikatif terhadap nasabah ($X_{2.3}$)
	Jaminan (<i>assurance</i>) (X_3)	Kepercayaan, rasa aman, dan kesopanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan bersikap jujur dan dapat dipercaya ($X_{3.1}$) 2. Kemampuan karyawan tidak diragukan dan dapat dipercaya ($X_{3.2}$) 3. Karyawan memberi rasa

			aman pada nasabah ($X_{3.3}$) 4. Karyawan selalu sopan melayani karyawan ($X_{3.4}$)
	Empati (<i>emphaty</i>) (X_4)	Perhatian, memahami masalah nasabah dan jam oprasi nyaman	1. Perhatian karyawan terhadap nasabah ($X_{4.1}$) 2. Keramahan karyawan terhadap nasabah ($X_{4.2}$) 3. Terjalannya hubungan individu karyawan dan nasabah ($X_{4.3}$) 4. Jam layanan mulai 06.30-12.00 ($X_{4.4}$)
	Bukti fisik (<i>tangibles</i>) (X_5)	Fasilitas fisik, perlengkapan, material yang digunakan dan penampilan karyawan	1. Peralatan yang di pakai ($X_{5.1}$) 2. Desain dan kebersihan ruangan ($X_{5.2}$) 3. Penampilan karyawan dalam berpakaian ($X_{5.3}$)
Kepuasan nasabah (Y)	Harapan dan keinginan nasabah (Y)	Penilaian dan respon nasabah	1. Secara keseluruhan fasilitas yang tersedia sudah lengkap (Y_1). 2. Merasa senang dan nyaman dengan jasa pelayan yang diberikan (Y_2). 3. Kualitas pelayanan sesuai dengan yang diharapkan (memuaskan) (Y_3).

Sumber: Data hasil observasi November 2007

I. Pengujian instrumen

1. Uji validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah

mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Sebuah instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur yang diinginkan, serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud (Arikunto, 2006: 168). Cara pengujian validitas dengan menghitung korelasi antar skor masing-masing pertanyaan dan skor total dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment*, seperti sebagai berikut (Singarimbun, 1995: 137):

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana: r = Korelasi product moment
 N = Jumlah responden atau sampel
 X = Jumlah jawaban variabel x
 Y = Jumlah jawaban variabel y

Jika nilai $r \geq 0,60$ maka instrumen tersebut dapat dikatakan valid dan apabila nilai $r \leq 0,60$ maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid.

Singarimbun dan Effendi, (1995:124), menyatakan jika $P \leq 0,05$ maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid dan apabila $P \geq 0,05$ maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan tidak valid.

2. Uji reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2006: 178). Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus **Alpha Cronbach** (Arikunto, 2006: 195) yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k - 1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Dimana: r_{11} = Reliabilitas instrumen
 K = Banyaknya pertanyaan
 $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir
 σ_1^2 = Varians total

Menurut Singarimbun (1995:141), instrumen dikatakan reliabel, jika hasil perhitungan memiliki koefisien keandalan (*reliabilitas*) sebesar $\alpha = 0,05$ atau lebih.

J. Model analisis data

Teknik analisis data yang di gunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan:

1. Regresi linier berganda.

Analisis regresi berganda digunakan untuk memeriksa kuatnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Maka dalam penelitian ini regresinya sebagai berikut (Sugiyono, 2005: 250).

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana:

Y	=	Variabel terikat yaitu kepuasan nasabah
a	=	konstanta
b ₁	=	koefisien regresi variabel bebas ke-1
X ₁	=	reliabilitas (<i>reliability</i>)
X ₂	=	daya tanggap (<i>responsiveness</i>)
X ₃	=	jaminan (<i>assurance</i>)
X ₄	=	empati (<i>empathy</i>)
X ₅	=	bukti fisik (<i>tangibles</i>)
e	=	standar error

2. Pengujian koefisien persamaan regresi

Untuk mengetahui hipotesis yang diajukan bermakna atau tidak maka digunakan perhitungan uji statistik, sbb:

a. Uji F (uji simultan)

Digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan koefisien variabel bebas mempunyai pengaruh

nyata atau tidak terhadap variabel terikat, (Sugiyono, 2005:250), dinyatakan sebagai berikut :

$$F_{hitung} = \frac{R^2 (k - 1)}{(1 - R^2) / (N - k)}$$

Dimana:

F = Harga F
R = Koefisien korelasi ganda
K = Banyaknya variabel bebas
n = Ukuran sampel

Adapun langkah-langkah uji F atau uji simultan

adalah:

1) Perumusan Hipotesis

Ho = Variabel kualitas jasa pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah

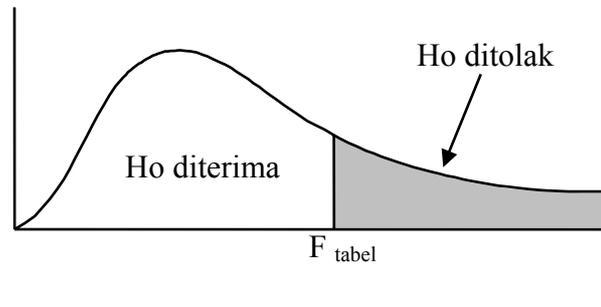
Ha = Variabel kualitas jasa pelayanan ada pengaruh terhadap kepuasan nasabah

2) Nilai kritis distribusi F dengan level of signifikan $\alpha = 5\%$

F Tabel = $F_{\alpha; \text{numerator}; \text{denominator}}$

= $F_{0.05; k-1; n-k}$

3) Daerah kritis H_0 melalui kurva distribusi F



4) Kriteria penolakan atau penerimaan

H_0 diterima jika :

$F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
ini berarti tidak terdapat pengaruh simultan
oleh variabel X dan Y.

$F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
hal ini berarti terdapat pengaruh yang
simultan terhadap variabel X dan Y.

b. Uji t (uji parsial)

Digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat, Sugiyono (2005: 223).

c) Ho = Variabel jaminan (*assurance*)
tidak berpengaruh terhadap
kepuasan nasabah

d) Ha = Variabel jaminan (*assurance*)
ada pengaruh terhadap
kepuasan nasabah

e) Ho = Variabel empati (*empathy*)
tidak berpengaruh terhadap
kepuasan nasabah

Ha = Variabel empati (*empathy*) ada
pengaruh terhadap
kepuasan nasabah

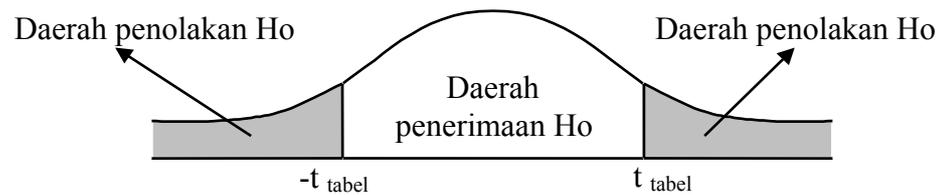
f) Ho = Variabel bukti fisik (*tangibles*)
tidak berpengaruh terhadap
kepuasan nasabah

Ha = Variabel bukti fisik (*tangibles*)
tidak berpengaruh terhadap
kepuasan nasabah

2) Menentukan nilai kritis dengan level of signifikan $\alpha = 5\%$

$$T_{\text{tabel}} = t_{(\alpha/2; n-k-1)}$$

a) Daerah penerimaan dan penolakan



b) Penentuan kriteria penerimaan dan penolakan.

Ho diterima jika :

$t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ maka Ho diterima dan Ha ditolak, itu berarti tidak ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.

$t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima, itu berarti ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.

3. Uji asumsi klasik

Untuk mendapatkan nilai pemeriksa yang tidak bias dan efisien (*Best Linear Unbias Estimator/BLUE*) dari suatu persamaan regresi linier berganda dengan metode kuadrat

terkecil (*least Squares*), perlu dilakukan pengujian dengan jalan memenuhi persyaratan asumsi klasik yang meliputi:

a. Uji non-multikolinearitas

Uji non-multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar peubah bebas. Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara peubah bebas. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF (*variance inflaction factor*) (Singgih Santoso, 2002:112)

Pedoman suatu model yang bebas multikolinearitas yaitu mempunyai nilai $VIF \leq 4$ atau 5.

b. Uji non-autokorelasi

Tujuannya untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier berganda ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka terjadi autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi (Ghozali, 2005:95).

Menurut Singgih (2002: 219), untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi, melalui metode tabel **Durbin-Watson** yang dapat dilakukan melalui program SPSS, dimana secara umum dapat diambil patokan yaitu:

- a. Jika angka D-W dibawah -2, berarti autokorelasi positif.
 - b. Jika angka D-W diatas +2, berarti autokorelasi negatif.
 - c. Jika angka D-W diantara -2 sampai dengan +2, berarti tidak ada autokorelasi.
- c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Hanke & Reitsch, 1998: 259 dalam Mudrajad, 2004: 96) Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari satu observasi ke observasi lain, artinya setiap observasi mempunyai reliabilitas yang berbeda akibat perubahan dalam kondisi yang melatar belakangi tidak terangkum dalam spesifikasi model. (Mudrajad, 2004 : 96)

Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil

dari 0.05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti non heteroskedastisitas atau homoskedastisitas. Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas.

d. Uji normalitas

Uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi, variabel *dependent*, variabel *independent* atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. (Santoso, 2002 : 212)

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov $\geq 0,05$, maka terdistribusi normal dan sebaliknya terdistribusi tidak normal.

e. Uji Linearitas

Pengujian linearitas dilakukan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linear atau tidak. Uji linearitas dilakukan dengan menggunakan *curve estimate*, yaitu gambaran hubungan linier antara variabel X dengan variabel Y. jika nilai signifikansi $f \leq 0,05$, maka variabel X tersebut memiliki hubungan linear dengan Y.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan

Bermula dari keprihatinan asatidz Madrasah Miftahul Ulum Pondok Pesantren Sidogiri dan Madrasah-madrasah ranting/filial Madrasah Miftahul Ulum Pondok Pesantren Sidogiri atas perilaku masyarakat yang cenderung kurang memperhatikan kaidah-kaidah syari'ah Islam dibidang mu'amalat padahal mereka adalah masyarakat muslim apalagi mereka sudah mulai terlanda praktik-praktik yang mengarah pada ekonomi riba yang dilarang secara tegas oleh agama.

Para asatidz dan para pengurus madrasah terus berpikir dan berdiskusi untuk mencari gagasan yang bisa menjawab permasalahan umat tersebut. Akhirnya ditemukanlah gagasan untuk mendirikan usaha bersama yang mengarah pada pendirian keuangan lembaga syari'ah yang dapat mengangkat dan menolong masyarakat bawah yang ekonominya masih dalam kelompok *mikro* (kecil).

Setelah didiskusikan dengan orang-orang yang ahli, maka alhamdulillah terbentuklah wadah itu dengan nama "*Koperasi Baitul Mal wa Tamwil Maslahah Mursalah Lill Ummah*" disingkat dengan Koperasi BMT-MMU yang berkedudukan di kecamatan

Wonorejo Pasuruan. Pendirian koperasi didahului dengan rapat pembentukan koperasi yang diselenggarakan pada tanggal 25 Muharrom 1418 H atau 1 Juni 1997 diantara orang-orang yang getol memberikan gagasan berdirinya koperasi BMT MMU ialah :

1. Ustadz Muhammad Hadlori Abdul Karim, yang saat itu menjabat sebagai kepala Madrasah Miftahul Ulum tingkat Ibtidaiyah Pondok Pesantren Sidogiri.
2. Ustadz Muhammad Dumairi Nor, yang saat itu menjabat sebagai wakil kepala Madrasah Miftahul Ulum tingkat Ibtidaiyah Pondok Pesantren Sidogiri.
3. Ustadz Baihaqi Utsman, yang saat itu menjabat sebagai Tata Usaha Madrasah Miftahul Ulum tingkat Ibtidaiyah Pondok Pesantren Sidogiri.
4. Ustadz H. Mahmud Ali Zain, yang saat itu menjabat sebagai ketua Koperasi Pondok Pesantren Sidogiri dan salah satu ketua DTTM (*Dewan Tarbiyah wat Ta'lim Madrosy*).
5. Ustadz A. Muna'i Ahmad, yang saat itu menjabat sebagai wakil kepala Miftahul Ulum tingkat Ibtidaiyah Pondok Pesantren Sidogiri.

Dengan diskusi dan musyawarah antara para kepala Madrasah Miftahul Ulum Afiliasi Madrasah Miftahul Ulum Pondok Pesantren Sidogiri maka menyetujui membentuk tim kecil yang diketuai oleh ustadz Mahmud Ali Zain untuk menggodok dan menyiapkan berdirinya koperasi baik yang terkait dengan

keanggotaan, permodalan, legalitas koperasi dan sistem operasionalnya.

Tim berkonsultasi dengan pejabat kantor Departemen Koperasi Dinas Koperasi dan pengusaha kecil menengah Kabupaten Pasuruan untuk mendirikan koperasi disamping mendapatkan tambahan informasi tentang BMT (*Baitul Maal wat Tamwil*) dari pengurus PINBUK (*Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil*) pusat dalam suatu acara perkoperasian yang diselenggarakan di Pondok Pesantren Zainul Hasan Genggong Probolinggo dalam rangka sosialisasi kerjasama Inkopontren dengan PINBUK pusat yang dihadiri antara lain oleh :

1. Bapak KH. Nor Muhammad Iskandar SQ dari Jakarta sebagai ketua Inkopontren .
2. Bapak DR. Subiyakto Tjakrawardaya yang menjabat sebagai Menteri koperasi PKM saat itu.
3. Bapak DR. Amin Aziz yang menjabat sebagai ketua PINBUK pusat saat itu.

Dari diskusi dan konsultasi serta tambahan informasi dari beberapa pihak maka berdirilah koperasi BMT MMU tepatnya pada tanggal 12 Robi'ul awal 1418 H atau 17 Juli 1997 berkedudukan di kecamatan Wonorejo Pasuruan. Pembukaan dilaksanakan dengan diselenggarakan selamatan pembukaan yang diisi dengan pembacaan sholawat Nabi Besar SAW bersama

masyarakat Wonorejo dan pengurus BMT MMU. Kantor pelayanan yang dipakai adalah dengan cara kontrak atau sewa yang luasnya kurang lebih 16,5 M² pelayanan dilakukan oleh tiga orang karyawan. Modal yang dipakai untuk usaha didapat dari simpanan anggota yang berjumlah Rp. 13. 500. 000,- (tiga belas juta lima ratus ribu rupiah) dengan anggota yang berjumlah 348 orang terdiri dari para asatidz dan pimpinan serta pengurus Madrasah Miftahul Ulum Pondok Pesantren Sidogiri dan beberapa orang asatidz pengurus Pondok Pesantren Sidogiri.

Berdirinya koperasi BMT MMU sangat ditunjang dan didorong oleh keterlibatan beberapa orang pengurus Koperasi Pondok Pesantren Sidogiri (Kopontren Sidogiri).

Koperasi BMT MMU ini telah mendapat legalitas berupa :

1. Badan Hukum Koperasi dengan nomor : 608/BH/KWK. 13/IX/97 tanggal 4 September 1997.
2. TDP dengan nomor : 13252600099
3. TDUP dengan nomor : 133/13.25/UP/IX/98
4. NPWP dengan nomor : 1-718-668.5-624

a) Visi & Misi Perusahaan Bmt Mmu Sidogiri

1. Visi

1. Membangun dan Mengembangkan ekonomi umat dengan konsep dasar atau landasan yang sesuai Syari'ah Islam
2. Menanamkan pemahaman bahwa konsep syari'ah adalah konsep yang mudah, murah dan maslahah.

2. Misi

1. Menciptakan *Wata'awun 'Alal Birri Wat Taqwa* yaitu tolong menolong lewat ekonomi umat.
2. Memberantas riba yang telah menjerat serta mengakar dimasyarakat

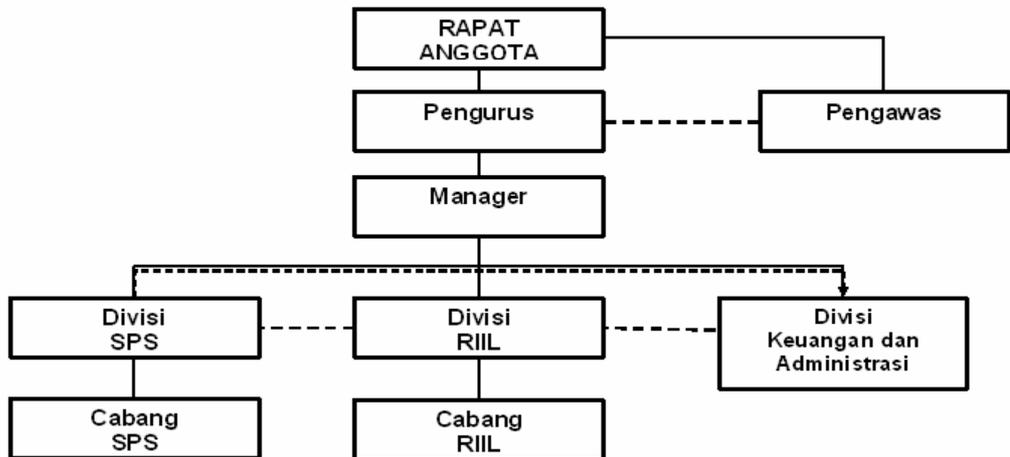
b) Maksud dan Tujuan

1. Koperasi ini bermaksud menggalang kerja sama untuk membantu kepentingan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya dalam rangka pemenuhan kebutuhan
2. Koperasi ini bertujuan memajukan kesejahteraan anggota dan masyarakat serta ikut membangun perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat madani yang berlandaskan pancasila dan UUD 1945 serta di ridhoi oleh Allah SWT.

c) Struktur Organisasi BMT-MMU Sidogiri

Gambar 4.1

**STRUKTUR ORGANISASI
BMT "MASLAHAH MURSALAH LIL UMMAH"**

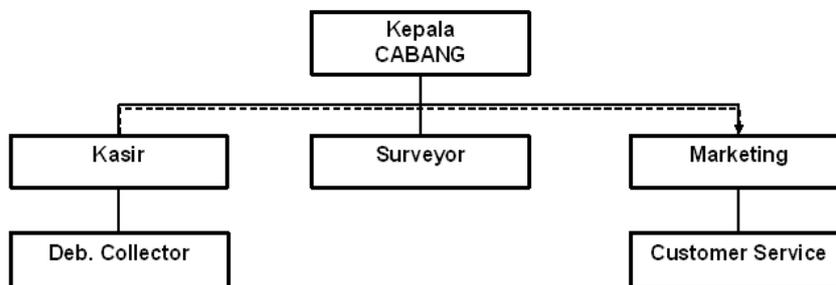


Keterangan :

————— : Garis Instruksi/Perintah

- - - - - : Garis Koordinasi

**STRUKTUR ORGANISASI
Cabang Simpan Pinjam Syari'ah
BMT "MASLAHAH MURSALAH LIL UMMAH"**



Sumber data: BMT-MMU Sidogiri

1) Rapat Anggota

Sesuai dengan Undang-Undang RI no 25/1992 tentang Perkoperasian, bahwa anggota adalah pemilik sekaligus sebagai pelanggan atau pengguna jasa koperasi. Oleh karenanya Rapat Anggota merupakan kekuasaan tertinggi dalam lembaga koperasi. Keanggotaan diatur dalam Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Koperasi. Keanggotaan koperasi melekat pada diri anggota sendiri dan tidak dapat dipindahkan kepada orang lain dengan dalih apapun. Setiap anggota harus tunduk kepada ketentuan dalam AD/ART Koperasi, peraturan khusus dan keputusan-keputusan rapat anggota.

Pada garis besarnya, anggota koperasi ada dua macam, yaitu anggota biasa dan anggota luar biasa. Perbedaan yang mencolok dari keduanya adalah anggota luar biasa tidak berhak memilih atau dipilih menjadi pengurus atau pengawas. Syarat keanggotaan yang menonjol di Koperasi BMT MMU ini adalah berprofesi sebagai guru atau karyawan Madrasah Miftahul Ulum (AD pasal 5.b). Rapat anggota dalam lembaga koperasi merupakan kekuasaan tertinggi. Rapat Anggota Biasa menetapkan: (a.) Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga, (b.) Kebijakan umum dibidang organisasi manajemen dan usaha koperasi, (c.) Pemilihan, pengangkatan atau pemberhentian pengurus dan atau pengawas, (d.) Penyusunan dan menetapkan RK-RAPB (Rencana Kerja dan Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja), (e.) Pengesahan atau penolakan atas pertanggungjawaban pengurus dan atau pengawas tentang

aktifitas dan usahanya, (f.) Pembagian SHU (Surplus Hasil Usaha) dan (g.) Penggabungan atau pembubaran koperasi.

Rapat Anggota yang dilaksanakan tiap tahun setelah tutup buku tahunan disebut RAT (Rapat Anggota Tahunan) yang biasanya dilaksanakan pada bulan Januari, Februari atau Maret tahun berikutnya. Koperasi BMT-MMU ini sebenarnya telah melaksanakan RAT dalam setiap tahunnya sejak berdiri, tetapi pada tahun pertama dan kedua dilaksanakan belum sesuai dengan petunjuk dari Departemen Koperasi (sekarang DIKNAS Koperasi PK&M), karena RATnya dilaksanakan pada bulan Rabi'ul Awal atau bulan juli. Setelah berjalan dua tahun, maka tahun buku di ubah dari tahun Hijriyah ke tahun Miladi sehingga di laksanakan RAT 1999 pada tanggal 2 Februari 2000 setelah berjalan 2,5 tahun. Adapun penghitungan laporan keuangan tahun 1999 sampai dengan Desember 1999 yakni selama 6 bulan karena adanya kebijakan perubahan dari tahun Hijriyah ke tahun Miladi.

Baru pada RAT 2000, RAT dilaksanakan sesuai dengan Anggaran Dasar Koperasi dan dilaksanakan pada tanggal 4 Februari 2001 karena masa bakti pengurus periode pertama dinyatakan habis pada Desember 2000, maka pada saat RAT 2000 tersebut, diselenggarakan pemilihan pengurus dan pengawasan untuk periode 2001-2003.

Sebelum dilaksanakan RAT 2000 pengurus menyelenggarakan RAT (Rapat Anggota) yaitu pada tanggal 19 Ramadhan 1421 H atau 15 Desember 2000 untuk membahas rancangan RK-RAPB 2001. Sebelum RAB ini, telah diselenggarakan RAB yang pertama yaitu pada tanggal

28 September 2000 yang pokok pembahasannya adalah pengurus meminta persetujuan kepada anggota untuk menjadi anggota koperasi sekunder yaitu Koperasi Bank Perkreditan Rakyat Untung Suropati (KBPR- Untung Suropati) yang berkedudukan di kecamatan Bangil Pasuruan. Akhirnya dalam rapat tersebut memutuskan menerima usulan pengurus untuk menjadi anggota dan pemilik KBPR Untung Suropati Bangil dengan dua syarat yaitu KBPR diubah operasionalnya menjadi BPR Syari'ah dan koperasi BMT MMU menjadi pemilik modal mayoritas.

2) Pengurus

Pengurus koperasi diangkat oleh anggota dalam Rapat Anggota yang diselenggarakan untuk kepentingan pengangkatan pengurus atau dilaksanakan bersamaan dengan kegiatan rapat anggota tahunan (RAT). Pengurus adalah penerima amanat anggota untuk menjalankan organisasi dan usaha koperasi dengan berlandaskan pada RK-RAPB (Rencana Kerja -Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja) yang diputuskan atau ditetapkan dalam rapat anggota.

Jumlah anggota pengurus sedikitnya tiga orang terdiri atas ketua, sekretaris dan bendahara. Sesuai dengan anggaran dasar koperasi, masa jabatan pengurus adalah tiga tahun. Pengurus harus dipilih dari atau oleh anggota dan bertanggung jawab kepada anggota dalam rapat anggota. Pengurus tidak menerima gaji akan tetapi berhak menerima uang jasa atau uang kehormatan.

Pengurus berhak mengangkat pengelola (manager atau direksi) dengan sistem kontrak kerja untuk

menjalankan dan melaksanakan usaha koperasi. Pengelola bertanggung jawab kepada pengurus yang mengangkat. Dalam periode 1997 - 2000 susunan pengurus mengalami perubahan dan perampingan yakni pada tahun pertama jumlah pengurus sebanyak tujuh orang.

Pada tahun kedua dirampingkan menjadi lima orang dan ada mutasi jabatan. Karena periode kepengurusan pertama berakhir pada bulan Desember 2000, maka RAT 2000 diadakan reformasi pengurus dan pengawas yang menelorkan keputusan susunan pengurus periode 2001-2003.

3) Pengawas

Sesuai dengan Undang- undang RI No. 25 / 1992 pasal 21 bahwa perangkat organisasai koperasi terdiri dari : (a) Rapat anggota, (b) pengurus dan (c) pengawas. Maka keberadaan pengawas koperasi benar-benar diakui disamping merupakan satu diantara tiga perangkat organisasi. Pengawasan koperasi dilakukan oleh pengawas yang diangkat dari dan oleh anggota dalam rapat anggota sekaligus bertanggung jawab kepada anggota.

Pengawasan atas aktifitas koperasi baik tentang keorganisasian ataupun usaha dilakukan dengan terencana atau mendadak. Apabila dianggap perlu dan mendapat persetujuan dalam rapat anggota, pengawas bisa menggunakan jasa KJA (Koperasi Jasa Audit) atau akuntan publik untuk melakukan pemeriksaan atau audit atas aktifitas usaha dan keuangan koperasi dalam setiap tahunnya.

Pengawas melaksanakan pengawasan paling tidak sebulan sekali yaitu pada saat laporan keuangan bulanan yang dilakukan oleh manager dihadapan pengawas dan pengurus sehingga jika ada kejanggalan dalam aktifitas dan usaha atau keuangan maka pengawas bisa menindak lanjutinya. Manager memberikan laporan keuangan dalam satu bulan operasional terdiri atas neraca, arus kas (*cash flow*), perhitungan hasil usaha dan posisi keuangan.

4) Manager

- a) Bertanggungjawab pada Pengurus atas segala tugas-tugasnya.
- b) Memimpin organisasi dan kegiatan usaha BMT
- c) Menyusun Perencanaan dan Pengembangan seluruh usaha BMT
- d) Mengevaluasi dan melakukan Pembinaan terhadap seluruh usaha BMT
- e) Menjalankan setiap kebijakan yang dikeluarkan oleh Pengurus
- f) Menyampaikan laporan perkembangan usaha BMT kepada Pengurus setiap bulan satu kali.
- g) Mengangkat dan memberhentikan karyawan dengan sepengetahuan Pengurus
- h) Menandatangani perjanjian pembiayaan
- i) Memutuskan Permohonan Pembiayaan sesuai dengan flafon yang telah ditentukan
- j) Menyetujui atau menolak setiap idzin karyawan
- k) Bersama Pengurus dan Pengawas Menetapkan ketentuan gaji karyawan

- l) Menyupayakan jenis usaha lain yang produktif dengan persetujuan Pengurus
- m) Membuat Peraturan karyawan
- n) Menentukan target pendapatan dari tiap-tiap cabang usaha dalam masa satu tahun

5) Divisi SPS

- a) Bertanggung jawab kepada manager atas perkembangan usaha SPS
- b) Memimpin seluruh kegiatan usaha SPS
- c) Menyusun Perencanaan dan pengembangan usaha SPS
- d) Melakukan, Evaluasi dan pembinaan terhadap segala bentuk usaha SPS
- e) Menyusun dan menyampaikan laporan kepada manager tentang pengelolaan dan perkembangan usaha SPS
- f) Menyusun perencanaan kerja dan perencanaan pendapatan usaha SPS
- g) Mengatur penempatan karyawan untuk cabang SPS
- h) Bersama Manager mengatur posisi permodalan pada cabang SPS
- i) Pengajuan sarana dan prasarana penunjang kegiatan usaha SPS
- j) Merencanakan target pendapatan pada masing-masing Cabang

6) Divisi RIIL

- a) Bertanggung jawab kepada manager atas perkembangan usaha Riil
- b) Memimpin seluruh kegiatan usaha Riil
- c) Menyusun Perencanaan dan pengembangan usaha Riil

- d) Melakukan, Evaluasi dan pembinaan terhadap segala bentuk usaha riil
- e) Menyusun dan menyampaikan laporan kepada manager tentang pengelolaan dan perkembangan usaha riil
- f) Menyusun perencanaan kerja dan perencanaan pendapatan usaha riil
- g) Mengatur penempatan karyawan untuk cabang riil
- h) Bersama Manager mengatur posisi permodalan pada cabang riil
- i) Pengajuan sarana dan prasarana penunjang kegiatan usaha riil
- j) Merencanakan target pendapatan pada masing-masing Cabang

7) Divisi KEUANGAN dan ADMINISTRASI

- a) Bertanggung jawab kepada manager atas tugas-tugasnya
- b) mengawasi, mengevaluasi dan melakukan pembinaan akuntansi dan administrasi kepada seluruh cabang
- c) Melakukan pengadaan dan pemeliharaan sarana dan prasarana BMT-MMU dengan persetujuan Manager
- d) Menyusun dan melaporkan kegiatan BMT-MMU kepada Manager
- e) Berkoordinasi dengan kepala Divisi lainnya dalam mengatur sirkulasi keuangan semua unit usaha BMT-MMU
- f) Mengatur administrasi karyawan yang bersifat ketenaga kerjaan
- g) melakukan audit keuangan pada masing-masing Unit usaha BMT-MMU

- h) Menyampaikan informasi dari pusat kepada seluruh jajaran karyawan

8) Cabang SPS

- a) Bertanggung jawab kepada kepala divisi SPS atas tugas-tugasnya
- b) Memimpin organisasi dan kegiatan usaha Cabang SPS
- c) Mengevaluasi dan memutuskan setiap permohonan pembiayaan
- d) Melakukan pengawasan dan pembinaan terhadap pengembalian pembiayaan
- e) Menandatangani perjanjian pembiayaan
- f) Menandatangani Buku Tabungan dan Warkat Mudhorabah
- g) Menyampaikan laporan pengelolaan BMT kepada Kepala Divisi SPS setiap bulan sekali.

9) Cabang RIIL

- a) Bertanggung jawab kepada kepala divisi Riil atas tugas-tugasnya
- b) Memimpin organisasi dan kegiatan usaha Cabang Riil
- c) Menyusun rencana kerja triwulan
- d) Menyusun rencana pengembangan usaha riil
- e) Menyusun laporan pengelolaan cabang riil

10) Kasir

- a) Bertanggung jawab kepada kepala Cabang dibidang keuangan

- b) Menerima dan membayarkan uang atas seluruh transaksi di BMT-MMU Cabang berdasarkan bukti-bukti yang sah.
- c) Mengelola kas bersama Kepala Cabang.
- d) Mencatat seluruh transaksi keluar masuknya uang kas ke dalam formulir atau buku yang telah disediakan
- e) Membuat laporan transaksi harian
- f) Membuat laporan keuangan bulanan dalam bentuk Neraca, Perhitungan hasil usaha, Arus kas dan posisi kekayaan

11) Surveyor

- a) Bertanggung jawab kepada kepala Cabang atas tugas-tugasnya
- b) Menganalisa kebenaran data yang diajukan oleh pemohon pembiayaan
- c) Memeriksa kondisi agunan dan menentukan taksiran nilai nominalnya
- d) Berhak mengajukan usulan untuk diterima atau ditolaknya suatu pembiayaan berdasarkan hasil survenya
- e) Membuat laporan atas hasil survenya kepada Kepala Cabang

12) Marketing

- a) Bertanggung jawab kepada kepala Cabang atas tugas-tugasnya
- b) Memasarkan produk jasa yang dimiliki SPS

- c) Memeriksa kelengkapan persyaratan pembiayaan dan tabungan
- d) Menerima dan menyetujui permohonan pembiayaan yang selanjutnya dievaluasi dan diputuskan oleh Kepala Cabang
- e) Membuat buku Tangan atau Warkat Tabungan Mudharabah Berjangka
- f) Menerima setiap saran, keluan dan kritik dari setiap nasabah

13) Debt Colector

- a) Bertanggung jawab kepada kasir atas tugas-tugasnya
- b) Melakukan penagihan tunggakan pembiayaan
- c) Menerima titipan setoran tabungan
- d) Membuat laporan transaksi keuangan kepada kasir

B. Hasil penelitian

Dalam penelitian ini, jumlah responden adalah sebanyak 100 responden, yaitu nasabah (anggota) BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan. Perhitungan jumlah responden didasarkan pada rumus slovin dari populasi yang ada. Hasil perhitungan dari jumlah populasi sebanyak 99, 86 nasabah. Maka jumlah respondennya adalah 100 orang.

1. Karakteristik responden

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 responden nasabah BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan melalui penyebaran kuesioner, berikut ini gambaran umum karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik responden berdasarkan usia

No	Usia	jumlah	prosentase
1	< 21 tahun	39	39 %
2	21 s/d 30 tahun	50	50 %
3	31 s/d 40 tahun	7	7 %
4	> 40 tahun	4	4 %
total		100	100 %

Sumber: data primer diolah, 2008

Dari tabel 4.1 menunjukkan bahwa nasabah BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan didominasi oleh nasabah yang berusia 21 s/d 30 tahun. Hal ini dilihat dari keseluruhan responden yang ada, usia < 21 tahun berjumlah 39 responden (39%), usia 21 s/d 30 tahun berjumlah 50 responden (50%), usia 31 s/d 40 tahun

berjumlah 7 responden (7%), usia > 40 tahun berjumlah 4 responden (4%)

Tabel 4.2

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

no	Jenis kelamin	jumlah	Prosentase
1	Laki-laki	60	60 %
2	Perempuan	40	40 %
total		100	100 %

Sumber: data primer diolah, 2008

Dari Tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 60 responden (60%), sedangkan berjenis kelamin perempuan berjumlah 40 responden (40%). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki lebih banyak dari responden berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.3

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

no	pendidikan	Jumlah	prosentase
1	SD	5	5 %
2	SLTP	15	15 %
3	SLTA	25	25 %
4	DIPLOMA	25	25 %
5	SARJANA	30	30 %
Total		100	100 %

Sumber: data primer diolah 2008

Dari tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah memiliki pendidikan sarjana (Perguruan Tinggi), dimana responden ditingkat sarjana sebanyak 30 responden (30%), sedangkan tingkat pendidikan responden lainnya, yaitu SD berjumlah 5 responden (5%), SLTP berjumlah 15 rer responden (15%), SLTA berjumlah 25 responden (25%), DIPLOMA berjumlah 25 responden (25%).

Tabel 4.4

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

no	pekerjaan	jumlah	Prosentase
1	PNS	5	5 %
2	Pegawai Swasta	10	10 %
3	Wiraswasta	40	40 %
4	Pelajar	10	10 %
5	Santri	25	25 %
6	Lain-lain	10	10 %
Total		100	100 %

Sumber: Data primer diolah 2008

Dari Tabel 4.4 menunjukkan bahwa nasabah BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan didominasi oleh kalangan wiraswasta. Berdasarkan tabel diatas dari 100 responden, sebanyak 40 responden (40%) adalah wiraswasta, sedangkan yang lainnya adalah PNS berjumlah 5 responden (5%), pegawai swata berjumlah 10 responden (10%), pelajar berjumlah 10 responden (10%), santri berjumlah 25 rersponden (25%), lain-lain berjumlah 10 responden (10%).

C. Gambaran Variabel-Variabel Yang Diteliti

1. Variabel kehandalan (Reliability) (X1).

Tabel 4.5

Distribusi Frekuensi Variabel Kehandalan(X1)

no	Opsi Jawaban	X1.1		X1.2		X1.3	
		org	%	org	%	org	%
1	Sangat setuju	23	23,0	24	24,0	22	22,0
2	Setuju	58	58,0	48	48,0	57	57,0
3	Netral	13	13,0	24	24,0	18	18,0
4	Tidak setuju	6	6,0	4	4,0	3	3,0
5	Sangat tidak setuju						

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 4.5 pada pertanyaan (X1.1) menurut saya, kemampuan BMT dalam melayani nasabah sesuai dengan janji dan waktu, yang diberikan kepada 100 orang responden, diketahui sebagian besar responden menjawab setuju 58 atau 58% dan responden yang menjawab tidak setuju 6 atau 6% atau lebih sedikit, dengan ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan baik dengan kemampuan BMT dalam memberikan pelayanan.

Selanjutnya pertanyaan (X1.2) menurut saya karyawan BMT memberikan kemudahan pada nasabahnya dalam bertransaksi., diketahui sebagian besar responden yang menjawab setuju 48 atau

48% Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian responden memberikan tanggapan baik kemudahan bertransaksi pada nasabah.

Pertanyaan ketiga (X1.3) menurut saya, karyawan BMT mampu melayani nasabah dengan tepat dan akurat, diketahui sebagian besar responden menjawab setuju 51 atau 51% dan Hal ini menunjukkan bahwa setiap karyawan BMT MMU Sidogiri sangat memperhatikan kualitas pelayanan kepada nasabah .

2. Variabel Daya Tanggap (X2).

Tabel 4.6

Distribusi Frekuensi Variabel Daya Tanggap(X2)

no	Opsis Jawaban	X2.1		X2.2		X2.3	
		org	%	org	%	org	%
1	Sangat setuju	20	20,0	16	16,0	22	22,0
2	Setuju	55	55,0	45	45,0	42	42,0
3	Netral	19	19,0	33	33,0	27	27,0
4	Tidak setuju	4	4,0	3	3,0	9	9,0
5	Sangat tidak setuju	2	2,0	3	3,0		

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 4.6 pada pertanyaan (X2.1) menurut saya, karyawan BMT cepat tanggap dalam melayani nasabah, yang diberikan kepada 100 orang responden, diketahui sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 55 atau 55%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari

responden bahwa ketepatan pelayanan yang diberikan oleh BMT MMU Sidogiri dalam menjalankan usahanya.

Selanjutnya pada pertanyaan (X2.2) menurut saya, karyawan BMT selalu sanggup dalam merespon keluhan nasabah, diketahui paling banyak responden menjawab setuju dengan frekuensi 45 atau 45%. Hal itu berarti dapat diasumsikan bahwa kesungguhan pihak BMT MMU Sidogiri sudah baik dalam merespon masalah- masalah yang dihadapi oleh nasabah.

Pada pertanyaan (X2.3) menurut saya, karyawan BMT selalu bersikap komunikatif terhadap nasabah, yang diberikan kepada 100 orang responden, dimana diketahui paling banyak responden menjawab setuju 42 atau 42% dan jawaban setuju. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa karyawan BMT MMU Sidogiri dapat berkomunikasi dengan baik pada nasabah.

3. Variabel Jaminan (X3).

Tabel 4.7

Distribusi Frekuensi Variabel Jaminan(X3)

no	Opsi Jawaban	X3.1		X3.2		X3.3		X3.4	
		org	%	org	%	org	%	org	%
1	Sangat setuju	51	51,0	24	24,0	42	42,0	41	41,0
2	Setuju	34	34,0	53	53,0	46	46,0	44	44,0
3	Netral	13	13,0	21	21,0	8	8,0	12	12,0
4	Tidak setuju	2	2,0	2	2,0	4	4,0	1	1,0
5	Sangat tidak setuju							2	2,0

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.7 pada item pertanyaan (X3.1) menurut saya, karyawan BMT bersikap jujur dan dapat dipercayai, yang diberikan kepada 100 orang responden, diketahui paling banyak responden menjawab sangat setuju dengan 51 atau 51% Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa karyawan BMT MMU Sidogiri sudah memiliki kepercayaan dimata nasabah.

Pada item pertanyaan (X3.2) menurut saya, kemampuan karyawan BMT tidak diragukan dan dapat dipercaya, didapat banyak menjawab setuju dengan frekuensi 53 atau 53%. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan pelayanan yang diberikan BMT MMU Sidogiri ini sudah baik.

Pada item pertanyaan (X3.3) menurut saya, karyawan BMT memberi rasa aman pada nasabah, didapat banyak menjawab setuju dengan frekuensi 46 atau 46%. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan BMT MMU Sidogiri ini sudah baik dengan pemberian kenyamanan akan rasa aman telah tercapai .

Dan yang terakhir dari pertanyaan pada variabel (X3.4) menurut saya, karyawan BMT selalu sopan dalam melayani nasabah. Diketahui paling banyak responden menjawab setuju dengan frekuensi 44 atau 44%, hal ini menunjukkan bahwa para karyawan BMT MMU Sidogiri memperhatikan kesopanan dan keramahan pada nasabah.

4. Variabel Empati (X4)

Tabel 4.8

Distribusi Frekuensi Variabel Empati (X4)

no	Opsi Jawaban	X4.1		X4.2		X4.3		X4.4	
		org	%	org	%	org	%	Org	%
1	Sangat setuju	15	15,0	25	25,0	23	23,0	32	32,0
2	Setuju	53	53,0	47	47,0	45	45,0	35	35,0
3	Netral	20	20,0	25	25,0	28	28,0	14	14,0
4	Tidak setuju	12	12,0	3	3,0	4	4,0	15	15,0
5	Sangat tidak setuju							4	4,0

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 4.8 pada pertanyaan (X4.1) menurut saya, perhatian karyawan BMT terhadap nasabah sangat ditampakkan. Diketahui sebagian besar responden menjawab setuju dengan

frekuensi 53 atau 53% dan responden yang menjawab tidak setuju serta sangat tidak setuju lebih kecil frekvensinya, hal ini dapat diasumsikan bahwa pelayanan yang diberikan kepada nasabah memberikan perhatiannya dengan baik pada nasabah.

Berdasarkan tabel 4.8 Pada pertanyaan (X4.2) menurut saya, keramahan karyawan BMT terhadap nasabah sangat diperhatikan. Dapat dilihat bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan jumlah frekuensi 47 atau 47%, hal ini menunjukkan bahwa hal itu berarti menunjukkan bahwa karyawan BMT MMU Sidogiri ini sangat ramah pada nasabahnya.

Selanjutnya pada pertanyaan (X4.3) menurut saya, terjalinnya hubungan individu karyawan BMT dan nasabah sangat baik. Diketahui paling banyak responden menjawab setuju dengan frekuensi 45 atau 45% hal ini menunjukkan bahwa pihak BMT MMU Sidogiri selama memberikan pelayanan baik pada nasabah sehingga tercipta hubungan yang baik.

Selanjutnya Pada pertanyaan (X4.4) menurut saya, jam layanan untuk nasabah mulai 06.30-12.00 tepat dan akurat. Dapat dilihat bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan jumlah frekuensi 35 atau 35%, hal ini menunjukkan bahwa hal itu berarti menunjukkan bahwa BMT MMU Sidogiri mampu melihat kebutuhan dan situasi dari nasabah .

5. Variabel Bukti Fisik (X5)

Tabel 4.9

Distribusi Frekuensi Variabel Bukti Fisik (X5)

no	Opsis Jawaban	X5.1		X5.2		X5.3	
		org	%	org	%	Org	%
1	Sangat setuju	15	15,0	25	25,0	35	35,0
2	Setuju	52	52,0	48	48,0	49	49,0
3	Netral	23	23,0	22	22,0	14	14,0
4	Tidak setuju	8	8,0	5	5,0	2	2,0
5	Sangat tidak setuju	2	2,0				

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.9 pada pertanyaan (X5.1) menurut saya, peralatan yang dipakai BMT sudah lengkap dan terpenuhi. Diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 52 atau 52%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden sudah merasakan kelengkapan fasilitas yang mereka harus terima dan sesuai dengan harapannya.

Selanjutnya Pada pertanyaan (X5.2) menurut saya desain dan kebersihan ruangan sudah kelihatan rapi. Dapat dilihat bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 48 atau 48%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan jawaban dari pertanyaan yang diberikan kepada responden, bahwa pihak BMT MMU Sidogiri mengutamakan kepentingan nasabah dengan mengutamakan kerapian serta kebersihan.

Selanjutnya Pada pertanyaan (X5.3) menurut saya penampilan karyawan BMT dalam berpakaian sudah rapi dan sesuai dengan kehidupan pesantren. Dari pertanyaan tersebut diketahui paling banyak responden menjawab sangat setuju dengan frekuensi 35 atau 35% dan jawaban setuju dengan frekuensi 49 atau 49%, hal itu berarti menunjukkan bahwa karyawan BMT MMU Sidogiri mampu berpenampilan simpatik sehingga nasabah merasa nyaman.

6. Variabel harapan dan keinginan nasabah

Tabel 4.10

Distribusi Frekuensi Variabel Harapan dan Keinginan Nasabah (y)

no	Opsi Jawaban	y.1		y.2		y.3	
		org	%	org	%	org	%
1	Sangat setuju	17	17,0	26	26,0	18	18,0
2	Setuju	48	48,0	56	56,0	49	49,0
3	Netral	19	19,0	14	14,0	24	24,0
4	Tidak setuju	13	13,0	4	4,0	7	7,0
5	Sangat tidak setuju	3	3,0			2	2,0

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.10 pada pertanyaan (y.1) menurut saya, secara keseluruhan fasilitas yang tersedia sudah lengkap. Diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 48 atau 48%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden

merasa keinginan dan harapan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT MMU Sidogiri sudah sesuai.

Selanjutnya Pada pertanyaan (y.2) menurut saya, sudah merasa senang dan nyaman dengan jasa dan pelayanan yang diberikan. Dapat dilihat bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 56 atau 56%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan jawaban dari pertanyaan yang diberikan kepada responden, bahwa nasabah telah puas dengan pelayanan yang diberikan BMT MMU Sidogiri.

Selanjutnya Pada pertanyaan (y.3) menurut saya, kualitas pelayanan sesuai dengan yang diharapkan (memuaskan). Dari pertanyaan tersebut diketahui paling banyak responden menjawab setuju dengan frekuensi 49 atau 49%, hal itu berarti menunjukkan nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan BMT MMU Sidogiri.

D. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

1. Hasil Uji Validitas.

Dalam pengujian validitas dimaksudkan untuk mengetahui keabsahan menyangkut pemahaman mengenai keabsahan antara konsep dengan kenyataan empiris. Menurut Umar (2003:104), Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran dapat mengukur apa yang ingin diukur. Menurut Singarimbun dan Effendi (1989:132), cara pengujian validitas yaitu dengan menghitung korelasi antara masing-

masing pertanyaan dengan skor faktor dengan menggunakan teknik korelasi (r) Product Moment. Kriteria pengujian untuk menerima atau menolak adanya pertanyaan yang valid atau tidak, dapat dilakukan dengan: Apabila koefisien korelasi yang diperoleh $> 0,3$ dan signifikan maka dapat dinyatakan bahwa instrumen yang digunakan valid.

Tabel 4.11

Hasil Uji Validitas Variabel Kehandalan

Variabel	item	Validitas		Keterangan
		r	sign	
Kehandalan (X1)	X1.1	0,753	0,000	Valid
	X1.2	0,784	0,000	Valid
	X1.3	0,770	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan untuk variabel reliabilitas mempunyai nilai korelasi (r) lebih besar dari 0,3. Sehingga item 2) dapat pertanyaan reliabilitas yang terdapat pada variabel reliabilitas (X1) dinyatakan valid.

Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tanggap.

Variabel	item	Validitas		Keterangan
		R	sign	
Daya tanggap (X2)	X2.1	0,728	0,000	Valid
	X2.2	0,829	0,000	Valid
	X2.3	0,809	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah.

Tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan untuk variabel daya tanggap mempunyai nilai korelasi (r) lebih besar dari 0,3. Dengan demikian semua item pertanyaan yang terdapat pada variabel daya tanggap (X2) dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas Variabel Jaminan.

Variabel	item	Validitas		Keterangan
		r	Sign	
Jaminan (X3)	X3.1	0,719	0,000	Valid
	X3.2	0,671	0,000	Valid
	X3.3	0,723	0,000	Valid
	X3.4	0,789	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan untuk variabel jaminan mempunyai nilai korelasi (r) lebih besar dari 0,3. Dengan dapat demikian item pertanyaan yang terdapat pada variabel jaminan (X3) dinyatakan valid.

Tabel 4.13

Hasil Uji Validitas Variabel Empati.

Variabel	item	Validitas		keterangan
		R	Sign	
Empati (X4)	X4.1	0,798	0,000	Valid
	X4.2	0,794	0,000	Valid
	X4.3	0,687	0,000	Valid
	X4.4	0,786	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 4.13 tersebut di atas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan untuk variabel empati mempunyai nilai korelasi (r) lebih besar dari 0,3. Dengan demikian semua item pertanyaan yang terdapat pada variabel empati (X4) dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.14

Hasil Uji Validitas Variabel Bukti Fisik.

Variabel	item	Validitas		Keterangan
		r	sign	
Bukti fisik (X5)	X5.1	0,824	0,000	Valid
	X5.2	0,795	0,000	Valid
	X5.3	0,630	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan untuk variabel bukti fisik mempunyai nilai korelasi (r) lebih besar dari 0,3. Sehingga item pertanyaan bukti fisik yang terdapat pada variabel bukti fisik (X5) dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.15

Hasil Uji Validitas Harapan Dan Keinginan Nasabah

Variabel	item	Validitas		Keterangan
		r	sign	
Harapan dan keinginan nasabah (Y)	Y1.1	0,769	0,000	Valid
	Y1.2	0,703	0,000	Valid
	Y1.3	0,784	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 4.15 tersebut diatas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan untuk variabel harapan dan keinginan nasabah mempunyai nilai korelasi (r) lebih besar dari 0,3. Dengan demikian dapat disimpulkan semua item pertanyaan yang terdapat pada variabel harapan dan keinginan nasabah (Y) dapat dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas.

Dalam pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkatan kemantapan atau konsistenitas suatu alat ukur. Suatu instrumen yang reliabel mengandung arti bahwa instrumen tersebut cukup baik sehingga mampu mengungkap data yang dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha-cronbach guna mengetahui apakah hasil pengukuran data yang diperoleh memenuhi syarat reliabilitas. Instrumen kuesioner dapat dikatakan reliabel bila memiliki koefisien alpha sebesar 0,60. Umar

(2003:125). Pengujian reliabilitas yang dihasilkan melalui program SPSS, untuk lebih jelasnya disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Reliabilitas.

Variable	Alpa	Keterangan
kehandalan (X1)	0,653	Reliabel
Daya tanggap (X2)	0,698	Reliabel
Jaminan (X3)	0,702	Reliabel
Empati (X4)	0,753	Reliabel
Bukti Fisik (X5)	0,619	Reliabel
Harapan dan keinginan nasabah (Y)	0,611	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.16 pada perhitungan reliabilitas Cronbach-Alpha diperoleh hasil X1 sebesar 0,653 yang lebih besar dibandingkan nilai standar 0,60 sehingga seluruh item pertanyaan X1 dinyatakan reliabel, hasil X2 sebesar 0,698 yang lebih besar dibandingkan nilai standar 0,60 sehingga seluruh item pertanyaan X2 juga dinyatakan reliabel, hasil X3 sebesar 0,702 yang lebih besar dibandingkan nilai standar 0,60 sehingga seluruh item pertanyaan X3 juga dinyatakan reliabel, berikutnya hasil X4 sebesar 0,753 yang juga lebih besar dibandingkan nilai standar 0,60 sehingga juga dinyatakan seluruh item pertanyaan X4 reliabel,

selanjutnya hasil X5 sebesar 0,619 yang juga lebih besar dibandingkan nilai standar 0,60 sehingga seluruh item pertanyaan X5 dinyatakan reliabel, dan hasil Y sebesar 0,611 yang lebih besar dibandingkan nilai standar 0,60 sehingga seluruh item pertanyaan Y juga dinyatakan reliabel.

E. Analisis Data dan Interpretasi

Analisis data merupakan bagian yang sangat penting dalam penelitian, karena dalam analisis data tersebut dapat memberikan arti dan makna yang berguna untuk menguji hipotesis. Berikut ini akan disajikan hasil komputasi, pengujian hipotesis dan interpretasi hasil pengujian.

1. Analisis Regresi Linier Berganda.

Dalam pengolahan data dengan menggunakan regresi linear, dilakukan beberapa tahapan untuk mencari hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, melalui hubungan variabel reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik terhadap harapan dan keinginan nasabah. Hasil regresi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 17
Hasil Regresi Linier Berganda

variabel	B (koefisien regresi)	BETA	t hitung	t tabel	Sign	keterangan
konstanta	1700	-	1,206	-	-	-
keandalan	0,065	0,057	0,505	1,984	0,615	Tidak signifikan
Daya tanggap	0,103	0,106	0,860	1,984	0,392	Tidak Signifikan
Jaminan	0,026	0,029	0,244	1,984	0,807	Tidak Signifikan
Empati	0,289	0,401	4,481	1,984	0,000	Signifikan
Bukti fisik	0,247	0,227	2,285	1,984	0,025	Signifikan
N = 100 R = 0,625 R Square = 0,391 Adjusted R Square = 0,358				F hitung = 12,058 F tabel = 2,31 Sig F = 0,000		

Sumber: Data primer yang diolah.

Keterangan: Jumlah data (observasi) = 100

Variabel terikat pada regresi ini adalah harapan dan keinginan nasabah, sedangkan variabel bebasnya adalah variabel, kehandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), empati (X4) dan bukti fisik (X5).

Model regresi berdasarkan hasil analisis di atas adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

$$Y = 1700 + 0,065X_1 + 0,103X_2 + 0,026X_3 + 0,289X_4 + 0,247X_5$$

Tampak pada persamaan tersebut menunjukkan semua angka yang signifikan, yaitu pada variabel kehandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), empati (X4), dan bukti fisik (X5). Adapun interpretasi dari persamaan tersebut di atas adalah sebagai berikut:

a. $a = 1700$

Konstanta adalah kondisi sebelum ada pengaruh variabel bebas jadi harapan dan keinginan nasabah sebesar 1700.

b. $b_1 = 0,065$

Nilai konstan dari koefisien regresi (b_1) sebesar 0,065 dengan tanda positif, dapat diasumsikan bahwa dengan peningkatan variabel kehandalan, maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap harapan dan keinginan nasabah pada BMT MMU Sidogiri.

c. $b_2 = 0,103$

Nilai konstan dari koefisien regresi (b_2) sebesar 0,103 dengan tanda positif, dapat diasumsikan bahwa dengan peningkatan variabel daya tanggap, maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap harapan dan keinginan nasabah pada BMT MMU Sidogiri.

d. $b_3 = 0,026$

Nilai konstan dari koefisien regresi (b_3) sebesar 0,026 dengan tanda positif, dapat diasumsikan bahwa dengan peningkatan variabel

jaminan, maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap terhadap harapan dan keinginan nasabah pada BMT MMU Sidogiri.

e. $b_4 = 0,289$

Nilai konstan dari koefisien regresi (b_4) sebesar 0,289 dengan tanda positif, dapat diasumsikan bahwa dengan peningkatan variabel empati, maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap harapan dan keinginan nasabah pada BMT MMU Sidogiri.

f. $b_5 = 0,247$

Nilai konstan dari koefisien regresi (b_5) sebesar 0,247 dengan tanda positif menunjukkan bahwa variabel bukti fisik mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah pada BMT MMU Sidogiri.

a. Hasil Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel kualitas jasa kehandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), dan empati (X4), bukti fisik (X5)} terhadap variabel terikat yaitu harapan dan keinginan nasabah (Y) secara serentak. Untuk lebih jelasnya mengenai hasil dari uji F dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.18

Hasil Uji F.

no	Hipotesis	F hitung	Sig. F
	Terdapat pengaruh yang signifikan oleh variabel bebas kehandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), dan empati (X4), bukti fisik (X5) terhadap variabel terikat yaitu harapan dan keinginan nasabah (Y) secara serentak.	12,058	0,000

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.18 hasil uji F tersebut di atas dapat kita dapat kita ketahui bahwa H_0 ditolak dengan nilai F hitung sebesar (12,058). Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel kehandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), dan empati (X4), bukti fisik (X5) terhadap variabel terikat yaitu harapan dan keinginan nasabah (Y) secara serentak.

b. Hasil Uji t

Untuk mengetahui variabel bebas yang meliputi variabel kehandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), dan empati (X4), bukti fisik (X5) terhadap variabel terikat yaitu harapan dan keinginan nasabah (Y) secara serentak adalah dapat kita lihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.19

Hasil Uji t

no	Hipotesis	t hitung	Sig. t	t tabel
1.	Variabel kehandalan berpengaruh secara signifikan terhadap harapan dan keinginan nasabah	0,505	0,615	1,984
2.	Variabel daya tanggap berpengaruh secara signifikan terhadap harapan dan keinginan nasabah	0,424	0,392	1,984
3.	Variabel jaminan berpengaruh secara signifikan terhadap harapan dan keinginan nasabah	0,244	0,807	1,984
4.	Variabel empati berpengaruh secara signifikan terhadap harapan dan keinginan nasabah	4,481	0,000	1,984
5.	Variabel bukti fisik berpengaruh secara signifikan terhadap harapan dan keinginan nasabah	2,285	0,025	1,984

Sumber : Data primer diolah

Catatan : - signifikan probabilitas (p) $0,05$ maka H_0 ditolak, dan jika probabilitas (p) $> 0,05$ maka H_0 diterima.

- signifikan bila t hitung $> t$ tabel.

a. Variabel kehandalan (X_1).

Variabel kehandalan(X_1), memiliki nilai t hitung ($0,505$) $< t$ tabel ($1,984$) dan nilai signifikan sebesar $0,615$. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa variabel reliabilitas (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harapan dan keinginan nasabah (Y).

b. Variabel daya tanggap (X_2).

Variabel daya tanggap (X_2), memiliki t hitung ($0,424$) $< t$ tabel ($1,984$) dan nilai signifikan sebesar sebesar $0,392$. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa variabel daya tanggap (X_2) tidak

berpengaruh secara signifikan terhadap harapan dan keinginan nasabah (Y).

c. Variabel jaminan (X3).

Variabel jaminan (X3), memiliki t hitung (0,244) > t tabel (1,984) dan nilai signifikan sebesar 0,807. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa variabel jaminan (X3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harapan dan keinginan nasabah (Y).

d. Variabel empati (X4).

Variabel empati (X4), memiliki t hitung (4,481) > t tabel (1,984) dan nilai signifikan sebesar 0,000. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa variabel empati (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap harapan dan keinginan nasabah (Y).

e. Variabel bukti fisik (X5).

Variabel bukti fisik (X5), memiliki t hitung (2,285) > t tabel (1,984) dan nilai signifikan sebesar 0,025. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa variabel bukti fisik (X5) berpengaruh secara signifikan terhadap harapan dan keinginan nasabah (Y).

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis di atas dapat diambil simpulkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel harapan dan keinginan nasabah, akan tetapi secara parsial hanya variabel empati dan bukti fisik mempunyai

pengaruh paling signifikan terhadap variabel harapan dan keinginan nasabah.

F. Hasil Uji Koefisien Determinasi.

Hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui dari output dari hasil uji regresi. Berdasarkan hasil dari output dari hasil uji regresi dapat diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,358. Artinya kemampuan persamaan regresi dalam memprediksi nilai variabel dependen adalah sebesar 0,358 (36%) sedangkan sisanya sebesar 0,64 (64%) dijelaskan oleh variabel lain diluar 5 variabel bebas yang diteliti. Sehingga dapat diasumsikan bahwa pengaruh antara variabel independen yaitu kualitas jasa yang terdiri dari reliabilitas (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), empati (X4), dan bukti fisik (X5) terhadap variabel dependen yaitu harapan dan keinginan nasabah (Y) adalah signifikan. R sebesar 0,625 artinya pengaruh antara variabel reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik terhadap harapan dan keinginan nasabah adalah kuat.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Agar dapat di peroleh nilai perkiraan yang tidak bias dan efisien dari persamaan regresi, maka dalam pelaksanaannya analisis data harus memenuhi beberapa asumsi klasik sebagai berikut, (Umar, 1998:141):

a. Hasil Uji Multikolineritas.

Dalam analisis SPSS, untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala ini dapat di deteksi dari nilai tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor). Jika angka tolerance bernilai nol atau mendekati nol sedangkan nilai VIF lebih dari sepuluh > 10 (Ghozali, 2005; 92) maka terjadi multikolineritas pada variabel tersebut, untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.20

Hasil Uji Multikolineritas.

No	Variabel bebas	VIF	Tolerance	Keterangan
1.	kehandalan	1,988	0,503	Non multikolineritas
2.	Daya tanggap	2,357	0,424	Non multikolineritas
3.	Jaminan	2,237	0,447	Non multikolineritas
4.	Empati	1,237	0,808	Non multikolineritas
5.	Bukti fisik	1,527	0,655	Non multikolineritas

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel tersebut diatas maka dapat disimpulkan bahwa untuk variabel variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik tidak terjadi multikolineritas dengan diketahui dari nilai VIF dari masing-masing variabel independen lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance mendekati 1 dan tidak bernilai sama dengan 0.

b. Hasil Uji Autokorelasi.

Pengujian Autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) menggunakan DW (Durbin-Waston). Patokan umum pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah:

Ho : tidak ada auto korelasi ($r = 0$)

Ha : ada auto korelasi ($r \neq 0$)

Tabel 4.21
Pengambilan keputusan

	Keputusan	Jika
• Tidak ada autokorelasi positif	Tidak	$0 < d < d_l$
• Tidak ada autokorelasi positif	<i>No desicison</i>	$d_l \leq d \leq d_u$
• Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4 - d_l < d < 4$
• Tidak ada auto korelasi negatif	<i>No desicison</i>	$4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$
• Tidak ada autokorelasi (non autokorelasi)	Tidak di tolak (diterima)	$d_u < d < 4 - d_u$

(Ghozali, 2003; 96)

Tabel 4.22

Hasil Uji Autokorelasi.

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.625(a)	.391	.358	1.615	2.093

a Predictors: (Constant), empaty, bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan

b Dependent Variable: harapan dan keinginan nasabah

Sumber: data primer diolah.

Nilai DW sebesar 2.093 nilai ini kita bandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai signifikansi 5%, jumlah sampel 100 (n) dan jumlah variabel independen 5 sebagai berikut:

Tabel 4.23

Tabel uji auto korelasi

	K= 5	
N	dl	du
100	1.571	1.780

Sumber : data primer diolah

Oleh karena nilai DW ($du < d < 4 - du$) = $1780 < 2.093 < 4 - 1780$ lebih besar dari batas atas (du) 1.780 dan kurang dari $4 - 1.780$ ($4 - du$), maka dapat disimpulkan bahwa kita tidak bisa menolak H_0 yang menyatakan tidak ada autokorelasi positif maupun negatif maka dapat disimpulkan non autokorelasi.

3. c. Hasil Uji Normalitas.

Pengujian normalitas data dalam penelitian ini menggunakan one sample kolmogorov-smirnov test dengan syarat jika asymp sig (2-tailed) > 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya jika asymp sig (2-tailed) < 0,05 maka data tersebut berdistribusi tidak normal. Berdasarkan hasil analisis diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.24

Hasil Uji Normalitas.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		abs_res1
N		99
Normal Parameters(a,b)	Mean	.0274
	Std. Deviation	1.55715
Most Extreme Differences	Absolute	.124
	Positive	.058
	Negative	-.124
Kolmogorov-Smirnov Z		1.235
Asymp. Sig. (2-tailed)		.095

a Test distribution is Normal.

Catatan: 2-tailed > 0.05, Variabel independen normal.

Sumber : data primer diolah.

Hasil uji normalitas dengan menggunakan perhitungan Kolmogorof-Smirnov Z test sudah menunjukkan distribusi yang normal pada model yang digunakan dengan nilai 2-tailed pada variabel reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik lebih besar dari 0.05. Dengan hasil pengujian normalitas dapat dilakukan pengujian hipotesis.

4. d. Hasil Uji Heterokedastisitas.

Heterokedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heterokedastisitas dan sebaliknya berarti non heterokedastisitas atau homokedastisitas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel hasil uji heterokedastisitas di bawah ini:

Tabel 4.25

Hasil Uji Heterokedastisitas.

No	Variabel	Signifikan	Keterangan
1.	kehandalan	0,501	Non Heterokedastisitas
2.	Daya tanggap	0,374	Non Heterokedastisitas
3.	Jaminan	0,424	Non Heterokedastisitas
4.	Empati	0,115	Non Heterokedastisitas
5.	Bukti fisik	0,556	Non Heterokedastisitas

Sumber: Data primer yang diolah.

Dengan dari tabel hasil uji heteroskedastisitas di atas diketahui nilai signifikan dari variabel independen yang terdiri dari reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik lebih besar dari 0.05 (5%). Dengan demikian dapat diasumsikan tidak terjadi heterokedastisitas atau terjadi homokedastisitas.

5. e. Hasil Uji linieritas

Pengujian linearitas dilakukan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linear atau tidak. Uji linearitas dilakukan dengan menggunakan curve estimate, yaitu gambaran hubungan linear antara variabel X dengan variabel Y. jika nilai signifikansi $f \leq 0,05$, maka variabel X tersebut memiliki hubungan linear dengan Y.

Tabel 4.26

Hasil Uji linieritas

MODEL: MOD_1.

—

Independent: y

Dependent	Mth	Rsq	d. f.	F	Sigf	b0	b1
x1	LIN	.166	98	19.48	.000	7.7970	.3578
x2	LIN	.184	98	22.09	.000	6.2736	.4423
x3	LIN	.170	98	20.00	.000	11.4892	.4655
x4	LIN	.284	98	38.79	.000	6.8395	.7397
x5	LIN	.178	98	21.28	.000	7.3687	.3884

sumber : data primer diolah

Dari hasil uji linieritas f sig variabel reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik bernilai 0.00 lebih kecil dari 0.05 maka dapat kita asumsikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan terhadap variabel X dan variabel Y.

F. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Berdasarkan dari hasil penelitian, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dipaparkan dalam 5 variabel bebas kehandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), empati (X4) dan bukti fisik (X5). secara serentak (simultan) berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah.

Secara parsial variabel bebas yang terdiri dari kehandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), empati (X4) dan bukti fisik (X5) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat diketahui dengan melihat pada tabel *coeffisient* melalui pengujian hipotesis dan kemudian dibandingkan dengan t tabel yaitu $N =$ jumlah sampel 100 dengan $p = 0,05$ ddi dapat nilai t tabel sebesar 1,984. Maka dari hasil analisis SPSS diperoleh hasil dari masing-masing variabel, maka dapat diketahui variabel manakah yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Adapun penjelasan dari hasil penelitian secara parsial adalah sebagai berikut:

1. Variabel keandalan (X1)

Variabel keandalan merupakan variabel yang tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah dengan nilai t hitung $0,505 > t$ tabel 1,984 dan nilai $p = 0,615 > 0,05$. Hal ini berarti kualitas pelayanan berupa variabel keandalan di BMT-

MMU Sidogiri Kraton Pasuruan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian ini membuktikan kemampuan pihak BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan dalam memberikan pelayanannya tidak sesuai dengan yang dijanjikan melayani dengan cepat dan akurat.

Item kemampuan melayani nasabah sesuai dengan janji dan waktu (X1.1) berdasarkan tabel 4.5 memiliki distribusi rata-rata tertinggi yaitu 58,0. hal ini berarti janji dan waktu yang diterapkan di BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan sifatnya mudah, tidak mempersulit nasabahnya dalam proses transaksi.

Sedangkan item mampu melayani dengan tepat dan akurat (X1.3) merupakan item yang memiliki distribusi rata-rata terendah yaitu 3,0. hal ini dapat diartikan bahwa nasabah merasa para pawai di BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan, masih kurang (belum) mampu dalam melayani nasabah dengan tepat dan akurat. Padahal pelayanan yang tepat dan akurat sangat dibutuhkan oleh para nasabah.

Berkaitan dengan masalah diatas dalam al-Qur'an sendiri mengajarkan untuk berendah hati terhadap orang lain dan jujur terhadap setiap perkataannya. Yakni sebagaimana firman Allah SWT:

وَأَخْفِضْ عَلَيْهِمْ تَحْزَنَ وَلَا مِنْهُمْ أَزْوَاجًا بِهِ مَتَّعْنَا مَا إِلَىٰ عَيْنَيْكَ تَمُدَّنَّ لَا

لِلْمُؤْمِنِينَ جَنَاحَكَ ﴿٨٨﴾

Artinya:

"Janganlah sekali-kali kamu menunjukkan pandanganmu kepada kenikmatan hidup yang Telah kami berikan kepada beberapa golongan di antara mereka (orang-orang kafir itu), dan janganlah kamu bersedih hati terhadap mereka dan berendah dirilah kamu terhadap orang-orang yang beriman (QS. Al-Hijr 15:88)

حَوْلِكَ مِنْ لَا نَفْضُوا الْقَلْبِ غَلِيظًا فَظًّا كُنْتَ وَلَوْ لَهُمْ لِنْتَ اللَّهُ مِنْ رَحْمَةٍ فَبِمَا



"Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah Lembut terhadap mereka. sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu.....(QS.Ali-Imran,3:159).

يُوصَلْ أَنْ بِهِ أَلَّهُ أَمْرَ مَا وَيَقْطَعُونَ مِيثَاقَهُ بَعْدَ مِنْ أَلَّهُ عَهْدَ يَنْقُضُونَ الَّذِينَ

الْخَسِرُونَ هُمْ أَوْلِيَاكَ الْأَرْضِ فِي وَيُفْسِدُونَ

Artinya:

(yaitu) orang-orang yang melanggar perjanjian Allah sesudah perjanjian itu teguh, dan memutuskan apa yang diperintahkan Allah (kepada mereka) untuk menghubungkannya dan membuat kerusakan di muka bumi. mereka Itulah orang-orang yang rugi (QS.Al-Baqarah :27).

2. Variabel daya tanggap

Variabel daya tanggap merupakan variabel yang tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah dengan nilai t hiting $0,424 <$ dari t tabel $1,984$ dan nilai $p = 0,392 >$ dari $0,05$. Hal ini berarti kualitas pelayanan berupa daya tanggap belum signifikan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah di BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan, oleh karenanya pihak BMT haruslah senantiasa memperhatikan variabel daya tanggap dengan baik agar dapat mewujudkan pelayanan dalam hal daya tanggap.

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan item pegawai memberikan pelayanan yang cepat (X2.1) memiliki distribusi rata-

rata tertinggi yaitu 55,0. Sehingga dapat diartikan ketanggapan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat kepada nasabah benar-benar dirasakan oleh nasabah itu sendiri. Sesuai yang diungkapkan dalam Al-Qur'an Qs. Al-Anbiya', 21:90

يُسْرِعُونَ كَانُوا إِنَّهُمْ زَوْجَهُ لَهُ وَأَصْلَحْنَا يَحْيَى لَهُ وَوَهَبْنَا لَهُ فَاسْتَجَبْنَا

خَشِعِينَ لَنَا وَكَانُوا^ط وَرَهَبًا رَغْبًا وَيَدْعُونَنَا الْخَيْرَاتِ فِي

Artinya:

Maka kami memperkenankan doanya, dan kami anugerahkan kepada nya Yahya dan kami jadikan isterinya dapat mengandung. Sesungguhnya mereka adalah orang-orang yang selalu bersegera dalam (mengerjakan) perbuatan-perbuatan yang baik dan mereka berdoa kepada kami dengan harap dan cemas. dan mereka adalah orang-orang yang khusyu' kepada kami.

3. Variabel jaminan

Variabel jaminan merupakan variabel yang tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah dengan nilai t hitung $0,244 <$ dari t tabel $1,984$ dan nilai $p = 0,807 >$ dari $0,05$. Hal ini berarti kualitas pelayanan berupa variabel jaminan di

BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan belum signifikan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah, oleh karenanya pihak BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan haruslah senantiasa memperhatikan secara baik dan benar agar dapat menampilkan jaminan yang baik sehingga nantinya nasabah percaya bahwa BMT sudah memperbaiki jaminan tentang pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Item karyawan dapat dipercaya dan tidak diragukan kemampuannya (X3.2) berdasarkan tabel 4.7 memiliki distribusi rata-rata tertinggi yaitu 53,0. hal ini menunjukkan bahwa nasabah nasabah merasakan kejujuran dari seorang karyawan.

Sedangkan item kesopanan (X3.4) memiliki item distribusi terendah yaitu 1,0. sehingga dapat diartikan bahwa nilai kesopanan oleh para nasabah tidak begitu dipermasalahkan.

Dalam AlQur'an surat An-Nisaa' 58 dijelaskan bahwa nilai kepercayaan dan kejujuran yang diutamakan:

أَنَّ النَّاسَ بَيْنَ حَكْمَتِهِمْ وَإِذَا أَهْلَهَا إِلَى الْأَمْنَتِ تُؤَدُّوا أَنْ يَأْمُرُكُمْ اللَّهُ إِنَّ
بَصِيرًا سَمِيعًا كَانَ اللَّهُ إِنَّ بِهِ يَعِظُكُمْ نِعْمًا اللَّهُ إِنَّ بِالْعَدْلِ تَحْكُمُوا

Artinya:

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di

antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat (Qs. An-Nisa': 58).

4. Variabel empati

Variabel empati merupakan variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah dengan nilai t hitung 4,481 > dari t tabel 1,984 dan nilai p = 0,000 < dari 0,05. Sehingga hal ini berarti kualitas pelayanan berupa variabel empati di BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian pihak BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan mampu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual kepada nasabah dengan baik dan benar.

Berdasarkan tabel 4.8 item perhatian karyawan terhadap nasabah (X4.1) memiliki distribusi rata-rata tertinggi yaitu 53,0. hal ini berarti bahwa perhatian yang diberikan kepada nasabah sangat memuaskan dan karyawan tidak membedakan nasabahnya dan selalu bersikap adil. Dalam Al-Qur'an ditegaskan sbb:

أَلْفَحْشَاءٍ عَنِ وَيَنْهَى الْقُرْبَىٰ ذِي وَإِيتَايَ وَالْإِحْسَانِ بِالْعَدْلِ يَا أُمَّرُ اللَّهُ إِنَّ

تَذَكَّرُونَ لَعَلَّكُمْ يَعِظُكُمْ وَالْبَغْيِ وَالْمُنْكَرِ

Artinya:

"Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran (Qs. An-Nahl, 16:90).

Sedangkan item ramah tamah (X4.2) memiliki distribusi rata-rata terendah yaitu 3,0. ini dapat diartikan bahwa nasabah melihat keberadaan pegawai BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan kurang memiliki keramahan dan murah senyum.

Dan sebagaimana hadits Nabi Saw yang lain yang berbunyi:

"Senyummu dimuka saudaramu merupakan shodaqoh bagimu" (HR. Turmudzi: 1879).

5. Variabel bukti fisik

Variabel bukti fisik merupakan variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah dengan nilai t hitung 2,285 > dari t tabel 1,984 dan nilai p = 0,025 < dari 0,05. hal ini berarti kualitas pelayanan berupa bukti fisik di BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan pengaruhnya signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan peralatan yang dipakai (X5.1) memiliki distribusi rata-rata tertinggi yaitu 52,0. Hal ini berarti bahwa semua peralatan yang ada bisa membuat para nasabah merasa enak dan nyaman.

Sedangkan item penampilan karyawan (X5.3) memiliki distribusi rata-rata terendah yaitu 2,0. Hal ini berarti bahwa nasabah tidak begitu memperhatikan cara berpakaian.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap harapan dan keinginan nasabah, adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengujian koefisien regresi secara simultan (Uji F) didapatkan didapatkan F hitung adalah 12,058 dengan signifikansi 0,000. Karena signifikansi (0,000) lebih kecil dari (0,05), maka dapat dikatakan, Reliabilitas, Daya tanggap, Jaminan, Empati dan bukti fisik secara serentak berpengaruh terhadap harapan dan keinginan nasabah.

2. Berdasarkan hasil pengujian koefisien regresi secara parsial (Uji t) didapatkan Variabel reliabilitas (X1) mempunyai signifikansi 0,615; variabel daya tanggap (X2) mempunyai signifikansi 0,392; Variabel Jaminan (X3) mempunyai signifikansi 0,807; Variabel Empati (X4) mempunyai signifikansi 0,000; Variabel Bukti Fisik (X5) mempunyai signifikansi 0,025. Dari semua variabel bebas yang terdiri dari Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati diketahui bahwa ada 2 variabel yang berpengaruh nyata terhadap harapan dan keinginan nasabah yaitu empati, dan bukti fisik. Hal ini ditunjukkan dengan signifikansi < 0.05 .

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa para nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, akan tetapi tidak menutup kemungkinan adanya kekurangan - kekurangan dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Maka, dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Peneliti selanjutnya

Disadari bahwa suatu penelitian hendaknya berkesinambungan dengan selalu memperkaya penelitian dari berbagai sudut pandang agar menjadi suatu penelitian yang

lengkap dan dapat digunakan oleh semua pihak yang terkait. Penelitian ini disadari masih menyisakan ketidaklengkapan yang dapat dikaji lebih jauh lagi oleh peneliti selanjutnya baik dari segi pengukuran kualitatif maupun kuantitatif dengan memperdalam obyek penelitian.

2. BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan

Sebagai lembaga jasa yang melayani para nasabah tabungan, sudah seharusnya pihak BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan menempatkan kepuasan nasabah sebagai prioritas utama agar menjadi lembaga yang *sustainable* dan dipercaya masyarakat. Oleh karenanya:

- a) Untuk meningkatkan kepuasan nasabah, maka pihak BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan harus memperhatikan dan menjaga dimensi kualitas pelayanannya berupa keandalan, daya tanggap, jaminan, terhadap nasabah.
- b) Item kualitas pelayanan yang sifatnya masih dirasakan kurang oleh nasabah seperti kemampuan melayani nasabah dengan janji dan waktu, kemudahan dalam transaksi,

melayani dengan tepat dan akurat (kehandalan), kecepatan karyawan dalam melayani, kesanggupan merespon nasabah, karyawan komunikatif (daya tanggap), jujur dan dipercaya, kemampuan karyawan yang tidak diragukan, rasa aman bagi nasabah (jaminan) lebih diperhatikan lagi. Hal tersebut merupakan *entry point* yang diharapkan dapat menjadikan bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan BMT-MMU Sidogiri Kraton Pasuruan.

DAFTAR PUSTAKA

Al-quranul Karim

Arikunto, Suharsimi, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi ketigabelas. Penerbit RINEKA CIPTA, Jakarta.

Ghozali, Imam, 2005. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Penerbit UNDIP, Semarang.

Hafidhuddin, Didin. Hendri Tanjung, 2003. *Manajemen Syariah Dalam Praktik*. Penerbit Gema Insani Press, Jakarta.

Husain, Abdul Rajak, 1995. *Penyelenggaraan Sistem Pendidikan Nasional*. Penerbit CV. ANEKA, Solo.

Indriantoro, Nur, 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Edisi pertama, Penerbit BPFE, Yogyakarta.

Kotler, Philip, dkk, 2000. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Penerbit ANDI dan Pearson Education Asia Pte.Ltd, Yogyakarta.

Kuncoro, Mudrajad, 2004. *Metode Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Penerbit dan percetakan AMP YKPN, Yogyakarta.

Mursi, Abdul Hamid, 1998. *SDM Yang Produktif Pendekatan Al-Qur'an & Sains*. Penerbit GEMA INSANI PRESS (GIP), Jakarta.

Nasution, M.N, 2004. *Total Service Management "Manajemen Jasa Terpadu"*. Edisi Pertama, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor Selatan.

Nazir, Moh, 2003. *Metode Penelitian*. Cetakan kelima, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.

Nofita Sari, Melia, 2006. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Hotel Graha Gresik)*. Fakultas Ilmu Administrasi (FIA) Universitas Brawijaya, Malang.

Sevilla, Consuelo G. dkk., 1993. *Pengantar Metode Penelitian*. Penerbit UI Press, Jakarta.

- Sihombing, Umberto, 2003. *Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Pelayanan Studi Kasus Terhadap Mahasiswa Program Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Trianandra Jakarta*. Jurnal, Jakarta.
- Singarimbun, Masri, 1995. *Metode Penelitian Survei*. Cetakan kedua, Penerbit LP3ES Jakarta.
- Santoso, Singgih, 2002. Buku latihan SPSS statistic parametik. Penerbit PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sugiyono, 2005. *Statistik Untuk Penelitian*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan kedelapan, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy, 1997. *Strategi Pemasaran*. Edisi II, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
-, Fandy, 2004. *Manajemen Jasa*. Penerbit ANDI, Yogyakarta.
-, Fandy, 2005. *Service Quality and Satisfaction*. Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Umar, Hussein. 2004. *Buku Latihan SPSS Statistik parametik*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Yazid, 2001. *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*. Ekonosia, Yogyakarta.