



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PADA KJKS BMT AL MAKMUR NAGARI CUBADAK**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan Perbankan Syariah Sebagai Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

WINDI PUTRI SASMITA

NIM 14 202 188

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BATUSANGKAR
1439 H/ 2018 M**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Windi Putri Sasmita

NIM : 14 202 188

Jurusan : Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul : “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA KJKS BMT AL MAKMUR NAGARI CUBADAK” adalah hasil karya sendiri, bukan plagiat, apabila dikemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batusangkar, Februari 2018

Yang membuat pernyataan



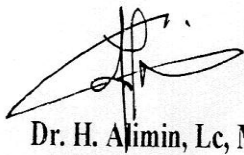
Windi Putri Sasmita
NIM. 14 202 188

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas nama **Windi Putri Sasmita, Nim. 14 202 188**, judul: **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada KJKS BMT AL Makmur Nagari Cubadak**, Memandang bahwa Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang *munaqasyah*.

Demikianlah persetujuan pembimbing ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

Pembimbing I,

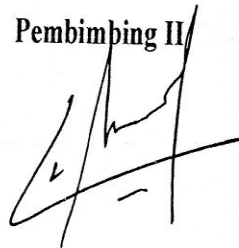


Dr. H. Alimin, Lc, M.Ag

NIP. 19720505 2002 12 1 004

Batusangkar, 26 Januari 2018

Pembimbing II



Elfadhli, S.EI., M.Si

NIP. 19820617 2007 10 1 1002

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN)

Batusangkar



Dr. Uti Ahsani, S.H. M.Hum

NIP. 19750303 199903 1 004

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi yang ditulis oleh **WINDI PUTRI SASMITA**, NIM. 14 202 188 dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA KJKS BMT AL MAKMUR NAGARI CUBADAK”** telah diujikan dalam Sidang *Munaqasyah* Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar pada hari Selasa tanggal 27 Februari 2018, dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Strata Satu (S.1) dalam ilmu Perbankan Syariah.

No	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. H. Alimin, Lc, M.Ag NIP. 19720505 200212 1 004	Lektor		6/3-2018
2	Elfadhli, S.El., M.Si NIP. 19820617 200710 1 002	Asisten Ahli		5/3-2018
3	Dr. Himyar Pasrizal, SE, MM NIP. 19780524 200501 1 004	Lektor		5/3-2018
4	Rahmi Pamel, SE.Sy, MM NIP. -	Asisten Ahli		5/3-18

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Batusangkar



Dr. Aun A. Asani, S.H. M. Hum
NIP. 19750303 199903 1 004

ABSTRAK

WINDI PUTRI SASMITA, NIM 14 202 188 Judul Skripsi“**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA KJKS BMT AL MAKMUR NAGARI CUBADAK**”.Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Batusangkar Tahun 2018.

Pokok permasalahan dalam skripsi ini adalah kualitas pelayanan yang dilihat dari dimensi *tangiblenya* masih kurang baik seperti ukuran kantor dan tempat parkir yang kurang memadai jika sewaktu-waktu nasabah yang datang ke BMT ramai maka akan kekurangan tempat parkir, dan bisa mengganggu ke jalan raya dan toko sebelah. Tujuan pembahasan ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty*) terhadap kepuasan nasabah, dan mana yang lebih signifikan.

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah jenis penelitian lapangan (*field Research*), untuk mendapatkan data-data dari permasalahan yang diteliti, teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah melalui angket (kuesioner), dan dokumentasi. Pengolahan data dilakukan secara deskriptif kuantitatif.

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan di lapangan dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama dimensi kualitas pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan hasil yang diperoleh melalui uji F nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $F_{hitung} 122,530 > F_{tabel} 2,450$, dimensi kualitas pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty*) mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah sebesar 94,2% dan sisanya sebesar 5,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Sedangkan secara parsial dimensi kualitas pelayanan *Tangible, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan kualitas pelayanan *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang bisa dilihat pada uji T dengan hasil yang diperoleh pada dimensi *Tangible* memiliki $t_{hitung} 0,550 < t_{tabel} 2,024$ sehingga dapat disimpulkan H_{a1} ditolak. Kualitas pelayanan dimensi *Reliability* memiliki $t_{hitung} 13,261 > t_{tabel} 2,024$ sehingga dapat disimpulkan H_{a2} diterima. Kualitas pelayanan dimensi *Responsiveness* memiliki $t_{hitung} 1,218 < t_{tabel} 2,024$ sehingga dapat disimpulkan H_{a3} ditolak. Kualitas pelayanan dimensi *Assurance* memiliki $t_{hitung} 1,772 < t_{tabel} 2,024$ sehingga dapat disimpulkan H_{a4} ditolak. Kualitas pelayanan dimensi *Emphaty* memiliki $t_{hitung} 0,603 < t_{tabel} 2,024$ sehingga dapat disimpulkan H_{a5} ditolak. Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa yang mempengaruhi kepuasan nasabah secara signifikan adalah dimensi *reliability*.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

KATA PENGANTAR



Segala puji dan Syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang melimpahkan rahmat dan karunia kepada penulis sehingga dapat menyusun SKRIPSI ini. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW. Selaku penutup segala nabi dan rasul yang diutus dengan sebaik-baik agama, sebagai rahmat untuk seluruh manusia, sebagai personifikasi yang utuh dari ajaran Islam dan sebagai tumpuan harapan pemberi cahaya syari'at di akhirat kelak.

Penulis SKRIPSI ini adalah untuk melengkapi syarat-syarat dan tugas untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

Selanjutnya, dalam penulisan SKRIPSI ini banyak bantuan, motivasi, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik moril maupun materil yang penulis terima. Terutama untuk kedua orang tua penulis ayahanda Fitri dan ibunda Aslidar yang tercinta yang tidak henti memberikan kasih sayang serta doa yang memudahkan langkah kaki ini, terimakasih karena selalu ada dan selalu memberikan motivasi dan semangat. Dalam konteks ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Kasmuri, MA selaku Rektor IAIN Batusangkar.
2. Bapak Ulya Atsani, S.H. M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ketua Jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.
4. Bapak Dr. H. Alimin, Lc., M. Ag, dan Bapak Elfadhli, S.E.I., M.Si selaku pembimbing yang telah tulus dalam membimbing penyelesaian skripsi dan penuh kesabaran memberikan perhatian, petunjuk, dan bimbingan serta saran-saran yang berguna dalam menyelesaikan dan menyempurnakan skripsi ini.

5. Bapak Dr. Himyar Pasrizal, SE, MM dan ibunda Rahmi Pamel, SE. Sy, MM selaku tim penguji yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi penulis.
6. Dosen pembimbing Akademik ibunda Nailur Rahmi M.Ag yang telah membimbing dalam proses akademik selama ini.
7. Bapak Suhatri Mariko, S.EI., M.Sy selaku ketua KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak yang telah membantu dalam penelitian yang penulis lakukan
8. Bapak/Ibu Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar yang telah memberikan ilmunya dengan tulus dan ikhlas.
9. Kakak (Riza Anggelia) dan adik tersayang (M.Alif) yang telah memberikan semangat dan kasih sayang yang tulus.
10. Sahabat-sahabatku (Widya, Zia, Yosi, Dya) yang menjadi penyemangat dalam penyelesaian skripsi ini. Terimakasih atas kebersamaan kita selama ini telah memberikan hal terindah walaupun terkadang sering menjengkelkan yang tidak akan pernah terlupakan mudah-mudahan kita tetap menjaga persahabatan kita ini.
11. Teman-teman Persya E angkatan 2014 yang selalu memberikan motivasi, dukungan dan semangatnya, yang selalu di tanya udah ACC atau belum. Terimakasih untuk waktu yang telah kita lalui bersama dan perhatiannya selama 3,5 Tahun ini.
12. Kepada semua karyawan dan nasabah KJKS BMT AL Makmur Nagari Cubadak yang telah membantu dalam skripsi ini.
13. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhirnya, kepada Allah SWT penulis berserah diri, semoga bantuan, motivasi dan bimbingan serta nasehat dari berbagai pihak menjadi amal ibadah yang ikhlas hendaknya, dan dibalas oleh Allah SWT. Dengan balasan yang berlipat ganda. Semoga SKRIPSI ini dapat member manfaat kepada kita semua. Amiin.

Batusangkar, 01 Februari 2018

Penulis

WINDI PUTRI SASMITA

NIM. 14 202 188

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

LEMBAR KEASLIAN DATA

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR..... ii

DAFTAR ISI..... v

DAFTAR TABEL..... vii

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1

B. Identifikasi Masalah 5

C. Batasan Masalah dan Rumusan Masalah 6

1. Batasan Masalah..... 6

2. Rumusan masalah..... 6

D. Tujuan Penelitian..... 6

E. Manfaat Penelitian..... 7

F. Definisi Operasional..... 7

BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR 9

A. Landasan Teori..... 9

1. Kualitas Pelayanan 9

2. Kepuasan Nasabah (Pelanggan) 16

3. Koperasi Jasa Keuangan Syariah 26

4. BMT 31

B. Penelitian yang Relevan 34

C. Hipotesis..... 35

BAB III METODE PENELITIAN 39

A. Jenis Penelitian..... 39

B. Waktu dan Tempat Penelitian 39

C. Metode Penelitian..... 40

1. Populasi dan Sempel 40

2. Sumber Data.....	42
3. Teknik Pengumpulan Data.....	42
4. Teknik Pengolahan Data	43
5. Uji Validitas dan Reliabilitas	43
D. Analisis Data	44
1. Analisis frekuensi.....	44
2. Metode Regresi Linear Berganda.....	44
3. Analisis determinasi (R^2)	45
4. Uji t.....	46
5. Uji F	46
E. Instrumen Penelitian.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Profil KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.....	48
1. Sejarah Berdirinya.....	48
2. Struktur Organisasi KJKS-BMT AL Makmur Tahun 2015-2020	49
3. Visi dan Misi KJKS BMT Al Makmur	50
4. Produk dan Pola Kerja KJKS - BMT Al Makmur	50
B. Pengujian Instrument Data	52
1. Uji Validitas	52
2. Uji Reliabilitas	57
C. Analisa Data	58
1. Analisa Frekuensi.....	58
2. Metode Regresi Linear Berganda.....	72
3. Uji Determinasi (R^2)	74
4. Uji t.....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
A. Kesimpulan.....	80
B. Implikasi Praktisi Penelitian.....	80
C. Saran.....	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah KJKS BMT Al Makmur	4
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian	41
Tabel 3.2 Jumlah Nasabah KJKS BMT Al Makmur.....	40
Tabel 4.1 Pengujian Validitas <i>Tangible</i>	57
Tabel 4.2 Pengujian Validitas <i>Reliability</i>	57
Tabel 4.3 Pengujian Validitas <i>Responsiveness</i>	58
Tabel 4.4 Pengujian Validitas <i>Assurance</i>	59
Tabel 4.5 Pengujian Validitas <i>Emphaty</i>	59
Tabel 4.6 Pengujian Validitas Kepuasan Nasabah.....	60
Tabel 4.7 Pengujian Reliabilitas	61
Tabel 4.8 Analisa Frekuensi <i>Tangible</i> item 1	62
Tabel 4.9 Analisa Frekuensi <i>Tangible</i> item 2.....	63
Tabel 4.10 Analisa Frekuensi <i>Tangible</i> item 3.....	63
Tabel 4.11 Analisa Frekuensi <i>Tangible</i> item 4.....	64
Tabel 4.12 Analisa Frekuensi <i>Reliability</i> item 1.....	65
Tabel 4.13 Analisa Frekuensi <i>Reliability</i> item 2	66
Tabel 4.14 Analisa Frekuensi <i>Reliability</i> item 3.....	67
Tabel 4.15 Analisa Frekuensi <i>Reliability</i> item 4	67
Tabel 4.16 Analisa Frekuensi <i>Responsiveness</i> item 1.....	68
Tabel 4.17 Analisa Frekuensi <i>Responsiveness</i> item 2.....	69
Tabel 4.18 Analisa Frekuensi <i>Responsiveness</i> item 3	70
Tabel 4.19 Analisa Frekuensi <i>Responsiveness</i> item 4	70
Tabel 4.20 Analisa Frekuensi <i>Assurance</i> item 1	71
Tabel 4.21 Analisa Frekuensi <i>Assurance</i> item 2	72
Tabel 4.22 Analisa Frekuensi <i>Assurance</i> item 3.....	73
Tabel 4.23 Analisa Frekuensi <i>Assurance</i> item 4	73
Tabel 4.24 Analisa Frekuensi <i>Emphaty</i> item 1	74

Tabel 4.25 Analisa Frekuensi <i>Emphaty</i> item 2	75
Tabel 4.26 Analisa Frekuensi <i>Emphaty</i> item 3	76
Tabel 4.27 Analisa Frekuensi <i>Emphaty</i> item 4.....	76
Tabel 4.29 Model Regresi Linear Berganda	77
Tabel 4.30 Model Summary	79
Tabel 4.31 Coefficients ^a	80
Tabel 4.32 ANOVA ^a	84

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam adalah agama yang bersifat *rahmatan lil' alamin* (menjadi rahmat bagi alam semesta). Setiap aspek kehidupan dalam Islam telah mendapatkan pengaturan dari sisi Allah SWT sebagaimana yang tertuang dalam Al-Quran, meskipun hanya secara umum. Pengaturan lebih lanjut dapat kita jumpai dalam berbagai sumber hukum Islam lain, walaupun demikian ternyata perkembangan manusia sangat cepat sehingga terkadang hukum tertinggal dibelakangnya. Untuk itu, maka dibutuhkan kemampuan dan keberanian setiap muslim untuk menggali hukum-hukum yang ada di dalam Al-Quran, hadis, ijma', qiyas yang sudah ada agar dapat diterapkan dalam situasi konkrit saat ini. Salah satu contoh kemajuan besar dalam muamalah, adalah munculnya keinginan dari sebagian besar umat Islam untuk menjalankan agamanya (Islam) secara *kaffah* (menyeluruh), termasuk dalam bidang ekonomi Islam. Hal ini tampak dalam dunia perbankan syariah (*Islamic banking*). (Anshori, 2007. p. 24)

Bank Syariah (*Islamic Banking*) berkembang secara pesat di dunia sejak didirikannya *Islamic Development Bank* (IDB) pada tahun 1975. Sejak saat itu diperkirakan telah berkembang ratusan bank syariah di seluruh dunia, bank di negara Islam maupun negara non Islam. Bank syariah dewasa ini telah dapat mengembangkan dananya seperti bank-bank konvensional umumnya (Martono, 2002. p. 94), tetapi perbedaannya perbankan syariah menggunakan prinsip bagi hasil sebagai landasan dasar bagi operasionalnya dengan konsep yang berbeda, yakni melarang penerapan bunga, karena bunga mengandung riba. Terkait dengan hal tersebut, terdapat dalil yang melarang sistem riba yakni dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 275, yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي
يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ
مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ
مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ
فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya:Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka bagi nya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.(Al-Quran TerjemahanCardova. Surah Al-Baqarah ayat 275)

Dalam lembaga keuangan tidak hanya perbankan yang menggunakan prinsip syariah tetapi masih banyak lembaga keuangan yang berbasis syariah yang berkembang di Indonesia, salah satunya adalah *Baitul Maal wat Tamwil* yang disingkat dengan BMT. Secara harfiah *lughowi baitul maal* berarti rumah dana dan *baitul Tamwil* berarti rumah usaha (Ridwan, 2004, p. 126). Dapat disimpulkan BMT merupakan balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan lembaga usaha masyarakat yang mengembangkan aspek-aspek produksi dan investasi untuk meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi dalam skala kecil dan menengah. Kurang lebih tujuh tahun lamanya terhitung sejak Indonesia mengalami krisis ekonomi dan moneter pada akhir tahun 1997, peranan *Baitul Maal*

wat *Tamwil* (BMT) cukup besar dalam membantu kalangan usaha kecil dan menengah. Peranan BMT tersebut sangat penting dalam membangun kembali iklim usaha yang sehat di Indonesia (Suhendi, 2004, p. 29).

BMT memiliki dua fungsi utama yakni *funding* atau penghimpunan dana dan *financing* atau pembiayaan. Dua fungsi ini memiliki keterkaitan yang sangat erat (Ridwan, 2004, p. 149). Upaya penghimpunan dana dan pembiayaan yang dilakukan harus dirancang sedemikian rupa dan produk yang ditawarkan kepada masyarakat juga harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah. Dalam menarik minat nasabah yang harus dijaga adalah kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah, agar terjaganya kepercayaan nasabah terhadap BMT tersebut. Karena BMT juga merupakan sebuah perusahaan jasa dan lembaga keuangan, agar dapat mencapai kejayaannya, maka BMT harus memperhatikan pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service* atau karyawan kepada nasabahnya (Syukri, 2012. p. 54)

Salah satu BMT yang ada di Tanah Datar adalah KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak. BMT ini telah beroperasi sejak tahun 2009 sampai saat sekarang ini. Dalam operasionalnya KJKS BMT Al Makmur juga telah banyak memberikan pelayanan terhadap nasabahnya. Berikut jumlah nasabah KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak dari tahun 2012-2015

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah KJKS BMT Al Makmur

Tahun	Jumlah Nasabah
2012	782
2013	787
2014	896
2015	1.177

Sumber : Data sekunder (Jumlah Nasabah KJKS BMT Al Makmur)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah KJKS BMT Al Makmur sudah berjumlah 1.177 orang. Penulis melihat jumlah pertumbuhan nasabah dari tahun 2012-2015 selalu mengalami peningkatan. Sebagai usaha mempertahankan nasabah, BMT harus bisa memilih dalam penggunaan bentuk kebijakan, maupun teknologi yang paling tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Hal tersebut akan mempengaruhi ketepatan, keakuratan, kemampuan, dan kecepatan BMT dalam memberi pelayanan terhadap nasabah. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan mencerminkan baik tidaknya BMT tersebut di mata nasabah. Salah satu faktor yang mendorong pangsa pasar suatu lembaga keuangan adalah kualitas pelayanan. Untuk mengetahui kepuasan nasabah kita dapat melihat dari perilaku nasabah itu sendiri, perilaku nasabah atau konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut (Swastha, 2000. p.10). Secara teorinya dapat diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah salah satunya adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh BMT tersebut.

KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak memiliki ukuran kantor yang tidak terlalu luas, letak dan bentuk bangunan kantornya sama dan sejajar dengan toko-toko lain. Untuk menemukan kantornya bisa dengan mengandalkan palang nama yang diletakan di atas atap BMT tersebut, dan jika dilihat dari tempat parkir, tempat parkir juga kurang memadai jika sewaktu-waktu nasabah yang datang ke BMT tersebut ramai maka akan kekurangan tempat parkir, dan juga bisa berpengaruh ke jalan raya. Dari segi pelayanan, untuk melayani nasabah di KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak merangkap untuk semua karyawan terutama bagian kasir dan bagian pembukuan, di BMT ini tidak ada bagian CS. Agar nasabah BMT merasa senang dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan semua

karyawan harus bisa melayani nasabahnya dengan baik (Survey awal tanggal 1 November 2017).

Dari latar belakang di atas, maka perlu dilakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan yang ada di KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak terhadap tingkat kepuasan nasabah yang dilihat dari segi dimensi-dimensi pelayanan, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*. Sehingga nantinya pelayanan yang diberikan dapat memenuhi keinginan nasabah dan dapat terhindar dari kualitas pelayanan yang kurang baik. dalam hal ini akan penulis tuangkan dalam judul proposal skripsi **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang masalah di atas maka dapat penulis identifikasi masalah:

1. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak pada dimensi fasilitas fisik (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah
2. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak pada dimensi fasilitas fisik (*reliability*) terhadap kepuasan nasabah
3. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak pada dimensi fasilitas fisik (*responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah
4. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak pada dimensi fasilitas fisik (*assurance*) terhadap kepuasan nasabah
5. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak pada dimensi fasilitas fisik (*emphaty*) terhadap kepuasan nasabah

6. Dimensi kualitas pelayanan mana yang paling mempengaruhi pada tingkat kepuasan nasabah.

C. Batasan Masalah dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas maka penulis membatasi masalah yang akan diteliti, yaitu pengaruh kualitas pelayanan (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*) terhadap kepuasan nasabah KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

2. Rumusan masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh dimensi-dimensi kualitas pelayanan (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*) secara simultan terhadap kepuasan nasabah di KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak ?
- b. Bagaimana pengaruh dimensi-dimensi kualitas pelayanan (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*) secara parsial terhadap kepuasan nasabah di KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak ?
- c. Dimensi mana yang paling dominan dari lima dimensi kualitas pelayanan (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*) mempengaruhi kepuasan nasabah di KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak ?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menjelaskan pengaruh dimensi-dimensi kualitas pelayanan (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*)

secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah di KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak

2. Untuk menjelaskan pengaruh dimensi-dimensi kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) secara parsial terhadap kepuasan nasabah di KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.
3. Untuk menjelaskan dimensi mana yang paling dominan dari lima dimensi kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) mempengaruhi kepuasan nasabah di KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Bagi KJKS BMT AL Makmur Nagari Cubadak hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dan gambaran dalam meningkatkan kualitas pelayanan.
2. Sebagai pengembangan wawasan yang sedang penulis tekuni khususnya dalam bidang perbankan syariah.
3. Dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh rekan-rekan sesama mahasiswa yang membutuhkan referensi tentang analisis tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan pada KJKS BMT AL Makmur.

F. Definisi Operasional

Ada beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini dan perlu diberikan penjelasan, hal ini dilakukan dengan maksud agar tidak terjadi kemungkinan adanya kesalah pahaman dalam memahami judul penelitian ini.

Kepuasan Nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kasmir,2004. p.202). Menurut penulis kepuasan nasabah

adalah perasaan puas atau tidak puas seseorang setelah melakukan perbandingan terhadap harapannya.

Kualitas Pelayanan adalah perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja kualitas jasa pelayanan (Zulian, 2001. p.22). Sedangkan menurut penulis kualitas pelayanan adalah harapan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

Jadi yang penulis maksud di judul ini adalah menguji bagaimana pengaruh dimensi kualitas pelayanan (*tangible, realibility, responsiveness, assurance, dan empathy*) terhadap kepuasan nasabah di KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR

A. Landasan Teori

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang mempengaruhi pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat (Kotler, 2003. p. 94). Sedangkan pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen (nasabah), yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki (Sutopo, 2009. p. 8). Menurut Philip Kotler (2003, p. 83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Sehubungan dengan kontak personal yang sangat penting dalam menentukan kualitas pelayanan, setiap perusahaan memerlukan *service excellence* maksudnya pelayanan unggul yaitu suatu sikap/cara karyawan dalam melayani konsumen secara memuaskan. Definisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampainya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof (dalam Tjiptono, 2000. p. 59) bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Sedangkan menurut Goetch and Davis (dalam Tjiptono, 2000, p. 51) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah penyampaian secara *excellence/superior* dibandingkan oleh harapan konsumen. Kualitas, dalam organisasi jasa tertentu bukanlah sesuatu yang mudah didefinisikan, karena hal tersebut sangat berhubungan erat dengan pandangan konsumen. Secara umum dikatakan bahwa kualitas adalah karakteristik produk/jasa, yang ditentukan oleh pemakai dan diperoleh melalui pengukuran proses serta melalui perbaikan yang berkelanjutan.

b. Dimensi-dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan tidak hanya memberi kepuasan pelanggan semata. Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah berdasarkan pada nilai-nilai keislaman atau syariat guna mewujudkan nilai ketakwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanannya dalam rangka menjalankan misi syariat Islam.

Dalam pandangan Islam yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan yaitu ketentuan syariat. Islam mensyariatkan kepada manusia agar selalu terikat kepada hukum syara' dalam menjalankan setiap aktivitas maupun memecahkan setiap perusahaan (Freddy, dalam Idris, 2013. p.17). Oleh karena itu variabel-variabel yang diuji tidaklah murni menggunakan teori konvensional saja. Namun menjadikan syariat sebagai standar penilaian atas teori tersebut.

Zeithami dan Parasuraman (dalam Tjiptono, 2012. p. 75) mengidentifikasi lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, yaitu:

1) *Tangible* (fasilitas fisik)

Tangible adalah bukti fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi (Fandy dan Gregorius, 2012. p. 75). Maksudnya adalah salah satu bentuk kelengkapan fisik mulai dari peralatan, perlengkapan, serta sarana dan prasarana lainnya. Merupakan bukti

nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi *tangible* ini akan menumbuhkan *image* penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Salah satu cacatan penting bagi pelaku pelayanan publik, bahwa dalam menjalankan operasionalnya haruslah memperhatikan sisi penampilan fisik para pengelola atau petugasnya dalam hal penampilan yang sesuai dengan tuntutan syariat.

Dimensi *tangibles* adalah suatu lingkungan fisik di mana jasa disampaikan dan di mana perusahaan dan konsumennya berinteraksi dan komponen-komponen *tangibles* akan memfasilitasi komunikasi jasa tersebut. Komponen-komponen dari dimensi *tangibles* meliputi penampilan fisik seperti gedung, ruangan *front-office*, tempat parkir, kebersihan, kerapian, kenyamanan ruangan, dan penampilan karyawan.

2) *Reliability* (Kehandalan)

Reliability atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu, atau *Reliability* adalah kemampuan untuk memberikan jasa dengan segera dan memuaskan (Fandy dan Gregorius, 2012. p. 75). Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan, jadi komponen atau unsur dimensi *reliability* ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat. Maksudnya adalah bagaimana keandalan untuk melakukan pelayanan dengan selalu bersikap sopan dan ramah sehingga memuaskan nasabah. Sebagai seorang muslim, telah ada contoh suri tauladan yang baik bagi umat yang bisa dijadikan sebagai pedoman dalam menjalankan aktivitas menurut Freddy (dalam Idris, 2013. p.18).

3) *Responsiveness* (Ketanggapan)

Responsiveness atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Maksudnya adalah keinginan dan kesediaan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap (Fandy dan Gregorius, 2012. p. 75). Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen, jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

4) *Assurance* (Jaminan)

Assurance mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya dan diandalkan yang dimiliki oleh karyawan, atau *Assurance* merupakan pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa (Fandy dan Gregorius, 2012. p. 75). Komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi keterampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain.

5) *Emphaty*

Emphaty yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang efektif, perhatian personal dan memahami kebutuhan pelanggan (Fandy dan Gregorius, 2012. p. 75). *Emphaty* Merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh

karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (*access*) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

c. Ciri-ciri pelayanan yang baik

Setiap lembaga keuangan selalu ingin dianggap yang terbaik dimata nasabahnya. Nasabah pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik. Ciri-ciri pelayan yang baik ini harus segera dapat dipenuhi oleh BMT sehingga keinginan nasabah dapat diberikan secara maksimal (Kasmir, 2005. p. 210)

Berikut ini beberapa ciri-ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh CS, yaitu:

1) Tersedia sarana dan prasaran yang baik

Nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasana yang dimiliki oleh bank. Meja dan kursi harus nyaman untuk diduduki. Udara dalam ruangan juga harus tenang tidak berisik dan sejuk. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan mengakibatkan nasabah betah untuk berurusan dengan bank.

2) Tersedia karyawan yang baik

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas CS yang melayaninya. Petugas CS harus ramah, sopan, dan menarik. Disamping itu, petugas CS harus cepat tanggap, pandai bicar, menyenangkan serta pintar. Petugas CS juga harus mampu memikat dan mengambil nasabah sehingga

nasabah semakin tertarik. Demikian juga cara kerja harus cepat dan cekatan. Untuk ini semua sebelum menjadi CS, harus melalui pendidikan dan pelatihan khusus.

- 3) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan petugas CS harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika nasabah bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu maka segera petugas CS yang dari semula mengajarkannya mengambil ahli tanggung jawabnya.

- 4) Mampu melayani secara cepat dan tepat

Dalam melayani nasabah diharapkan petugas CS harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

- 5) Mampu berkomunikasi

Petugas CS harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Petugas CS mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Artinya, petugas CS harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti, jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.

- 6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Menjaga rahasia bank sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Oleh karena itu, petugas CS harus mampu menjaga rahasia nasabah, terhadap siapapun. Rahasia bank merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada bank.

- 7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Untuk menjadi CS harus memiliki kemampuan dan pengetahuan tertentu. Karena tugas CS selalu berhubungan

dengan manusia, maka CS perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.

8) Berusaha memahami kebutuhan nasabah

CS harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. Petugas CS yang lamban akan membuat nasabah lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

9) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan calon nasabah kepada BMT mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah BMT yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar tidak lari perlu dijaga kepercayaannya. Semua ini melalui pelayanan petugas CS khususnya dan seluruh karyawan BMT umumnya.

d. Etiket pelayanan nasabah

Pada saat memberikan pelayanan pegawai bank atau BMT selalu dituntut agar dapat memuaskan nasabah tanpa melanggar harga diri atau etika. Dalam memberikan pelayanan juga diperlukan etiket, sehingga kedua belah pihak baik tamu maupun pegawai BMT dapat saling menghargai.

Secara umum etiket pelayanan yang dapat diberikan oleh pegawai Bank atau BMT dalam rangka pelayanan adalah sebagai berikut (Kasmir, 2005. p. 196):

- 1) Mengucapkan salam pada saat bertemu dengan nasabah, seperti selamat pagi, selamat siang, atau selamat sore, jika kita sudah mengetahui agama nasabah, misalnya muslim ucapkan *assalamuallikum*.

- 2) Setelah mengucapkan salam, segera mempersilakan tamu untuk masuk atau duduk dengan sopan atau suruh menunggu sebentar.
- 3) Baik dalam mengucapkan salam maupun mempersilakan tamu masuk atau duduk selalu dengan ramah dan murah senyum.
- 4) Bertanya tentang keperluan nasabah, secara ramah, sopan, dan lemah lembut.
- 5) Biasakan dan mulai dengan mengucapkan tolong atau maaf untuk menyuruh nasabah mengisi formulir atau menunggu sesaat.
- 6) Ucapkan kata terimakasih apabila nasabah memberikan saran atau hendak pamit setelah menyelesaikan masalahnya.

2. Kepuasan Nasabah (Pelanggan)

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kata kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin *satis* (cukup baik, memadai) dan *facio* (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Namun, ditinjau dari perspektif perilaku konsumen, istilah kepuasan pelanggan (nasabah) lantas menjadi sesuatu yang kompleks bahkan, hingga saat ini belum dicapai kesepakatan atau consensus mengenai konsep kepuasan pelanggan: apakah kepuasan merupakan respon emosional ataukah evaluasi kognitif. Ini bisa dilihat dari beragam definisi yang di kemukaan banyak pakar (Tjiptono, 2014. p. 335).

Menurut Oliver (dalam Supranto, 2011. p. 233) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Howard & Sheth 1996 (Dalam Tjiptono, 2014. p. 335) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan

dengan kesepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Wilkie, (Dalam Tjiptono, 2003. p. 102) mendefinisikan kepuasan sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Menurut Kristianto (2011) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Harapan konsumen akan semakin berkembang seiring dengan banyaknya informasi yang didapatkan pascakonsumsi, atau kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pertemuan antara kedua kepentingan ini akan menentukan seberapa besar tingkat kepuasan konsumen pada suatu produk (Harun, 2013. p. 23)

Wilkie (1994) menyatakan bahwa terdapat lima indikator kepuasan konsumen, yaitu:

- 1) *Expectations* merupakan harapan yang dibangun konsumen selama fase pra-pembelian
- 2) *Performance* yaitu bagaimana konsumen menyadari dan menerima kinerja pelayanan jasa tersebut
- 3) *Comparison* yaitu perbandingan yang dilakukan konsumen setelah mengkonsumsi pelayanan jasa
- 4) *Confirmation/disconfirmation* merupakan hasil perbandingan yang akan menghasilkan *confirmation of expectation* atau menghasilkan *disconfirmation of expectation*
- 5) *Discrepancy*, mengindikasikan bagaimana perbedaan antara level kinerja dengan harapan. Ketika kinerja aktual berada dibawah harapan, kesenjangan yang lebih luas akan mengakibatkan tingginya level ketidak-puasan.

Pelanggan seperti nasabah bank, pasien rumah sakit, penumpang bus, pembeli di swalayan bisa merasa tidak puas kalau kebutuhan dan harapannya tidak terpenuhi. Kalau mereka merasa tidak puas maka mereka akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pihak pesaing, dengan hal tersebut maka penjualan akan menurun dan laba pun juga akan menurun, hal itu disebabkan laba berasal dari hasil penjualan. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pada para pesaingnya (Supranto. 2011. p. 1).

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Menurut Lopiyoadi (2001, p. 201) dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah antara lain:

- 1) Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- 3) Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.

- 4) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
- 5) Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2006, p. 61) faktor-faktor yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen atau pelanggan adalah:

- 1) Produk

Layanan produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen. Produk dapat menciptakan kepuasan konsumen.

- 2) Harga

Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut.

- 3) Promosi

Dasar penelitian promosi yang mengenai informasi produk dan jasa perusahaan dalam usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada konsumen sasaran.

- 4) Lokasi

Tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen.

- 5) Pelayanan Karyawan

Pelayanan karyawan merupakan pelayanan yang diberikan karyawan dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam usaha memuaskan konsumen.

- 6) Fasilitas

Fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancaran operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen.

7) Suasana

Suasana merupakan faktor pendukung, karena apabila perusahaan mengesankan maka konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri.

c. Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Islam

Kepuasan nasabah dalam perspektif Islam berbeda dengan konsep kepuasan konvensional. Dalam konvensional kepuasan dapat diraih ketika seseorang mendapatkan manfaat dari produk yang diterimanya, sedangkan dalam perspektif Islam, kepuasan seseorang dapat diraih karena kemaslahatan dari produk tersebut. Hal ini sesuai dengan pernyataan Heri Sudarsono (dalam Siti, 2011, p. 36) yang menyatakan bahwa kepuasan seseorang dapat diraih manakala kebutuhan fisik maupun nonfisik seseorang terpenuhi. Kebutuhan fisik bukan berarti keinginan semata, tetapi kebutuhan yang memiliki nilai manfaat tertentu (berdasarkan pada tingkat kemaslahatan). Sedangkan kebutuhan nonfisik berupa nilai ibadah yang didapati dari apa yang telah dilakukan. Menurut Heri Sudarsono (dalam Siti Ati, 2011, p. 36) Untuk mencapai tingkat kepuasan dalam kegiatan konsumsi, Islam memberikan panduan, yaitu:

1) Barang yang dikonsumsi tidak haram

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالْدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا بِهِ أَهْلٌ لِّغَيْرِ
 اللَّهُ فَمَنْ أَضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ

رَحِيمٌ

Artinya: Sesungguhnya Allah Hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya)

sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, Maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. (Al-Baqarah : 173).

2) Cara memperolehnya tidak dengan spekulasi

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَمُ

رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٩٠﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan. (Al-Maidah : 90)

3) Tidak menimbun barang dan melakukan kegiatan pasar gelap

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ

إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ

إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (An-Nisa : 29)

4) Tidak mengandung riba

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي

يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ

الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن

رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ
 أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Arinya: Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. (Al-Baqarah :275).

5) Memperhitungkan zakat dan infak.

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنفُسِكُمْ مِّنْ
 خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿١١٠﴾

Artinya: Dan Dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. dan kebaikan apa saja yang kamu usahakan bagi dirimu, tentu kamu akan mendapat pahala nya pada sisi Allah. Sesungguhnya Alah Maha melihat apa-apa yang kamu kerjakan. (Al-Baqarah : 110)

d. Strategi Pemasaran Untuk Memuaskan Nasabah

Kepuasan nasabah berhubungan erat dengan keandalan produk jasa bank yang ditawarkan dan pelayanan yang diberikan bank. Keandalan produk terkait dengan kualitas produk tersebut, dalam hal ini, kualitas merupakan jaminan terbaik kesetiaan nasabah. Kualitas yang lebih tinggi menghasilkan kepuasan nasabah yang lebih tinggi, sekaligus mendukung harga lebih tinggi dan sering juga biaya yang lebih rendah. Oleh karena itu, program penyempurnaan kualitas pada umumnya meningkatkan

profitabilitas. Strategi yang perlu dilakukan bank adalah (Sumarni, 2002. p. 229) :

1. Bank harus mendengarkan suara nasabah sehingga kualitas produk/jasa bank tepat seperti yang diinginkan nasabah. Penyempurnaan kualitas jasa bank hanya akan berarti jika disadari dan dirasakan oleh nasabah. Kualitas produk ini harus diikuti dengan kualitas promosi, pelayanan dan lain-lain.
2. Perbaikan kualitas memerlukan komitmen total dari para petugas bank. Karyawan harus bekerja selaku *team work* untuk memuaskan nasabah internal dan nasabah eksternal.
3. Melalui *bench marking*, yaitu mengukur kinerja bank dibandingkan dengan pesaing terbaik dikelasnya dan berupaya meniru bahkan melampauinya, penyempurnaan kualitas produk/jasa bank dapat ditingkatkan. Jadi kualitas tidak dapat diperiksa saja tetapi harus direncanakan semenjak awal.

e. Pengukuran Kepuasan Nasabah

Bank harus melakukan pemantauan kepuasan pelanggan atau nasabah agar selalu terjalin hubungan kenasabahan yang memuaskan (Sumarni, 2002. p. 228). Menurut Kotler & Keller 2012 (dalam Tjiptono, 2014. p. 369) paling tidak ada empat metode yang banyak di pergunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan /nasabah yaitu:

1) Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi jasa yang berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka (Tjiptono. 2014. p. 369). Misalnya dengan bank menyediakan kotak saran ditempat yang mudah dijangkau nasabah. Lebih baik lagi, bagi nasabah yang ingin memberikan saran setelah disediakan formulir sehingga nasabah tinggal mengisi. Beberapa bank yang berwawasan

nasabah, menyediakan telpon bebas pulsa yang memudahkan nasabah untuk melakukan kontak dengan bank. Arus informasi seperti ini membuat bank dapat bertindak cepat guna menyelesaikan masalah yang terjadi (Sumarni, 2002. p. 228)

2) Survey kepuasan nasabah

Tingkat keluhan nasabah belum mencerminkan ukuran kepuasan pelanggan (nasabah). Bank yang responsive mengukur kepuasan nasabah dengan mengadakan survey berkala atau mengirim daftar pertanyaan atau juga menelpon para nasabah baru untuk mendengar reaksi mereka terhadap kinerja bank dan kinerja pesaing bank. Disini bank dapat sekaligus menanyakan kemungkinan nasabah melakukan transaksi ulang. Hal ini akan dilakukan nasabah apabila mereka mendapatkan kepuasan yang tinggi (Sumarni, 2002. p. 228)

3) Pembelian hantu

Bank dapat mengirimkan petugas untuk berpura-pura menjadi nasabah bank pesaing dan kemudian membandingkan layanan bank pesaing dengan layanan bank sendiri (Sumarni, 2002. p. 229), dengan cara mengobservasi cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan, dan menangani setiap masalah/keluhan pelanggan (Tjiptono, 2014. p. 369)

4) Nasabah yang sudah tidak membeli lagi

Apabila bank kehilangan pelanggan maka bank harus berupaya untuk mengetahui mengapa mereka tidak loyal lagi kepada bank. Apakah tarif jasa terlalu mahal, produk kurang dapat diandalkan atau pelayanan kurang memuaskan. Selain melakukan wawancara, bank perlu memantau tingkat kehilangan pelanggan, yang apabila mengikat maka berarti bank gagal dalam memuaskan nasabahnya.

f. Hubungan Pelayanan dengan Kepuasan Nasabah

Kotler dan Keller mengungkapkan kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan nasabah dapat diukur dengan kesesuaian dengan harapan dari pelanggan atau nasabah, maka dapat disimpulkan bahwasanya pelayanan yang baik akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah. (Panjaitan, 2016, p. 272). Menurut Kristianto (2011) mengungkapkan bahwa kepuasan nasabah mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pertemuan antara kedua kepentingan ini akan menentukan seberapa besar tingkat kepuasan nasabah pada suatu produk. Kepercayaan nasabah merupakan hal yang ingin didapat oleh berbagai perusahaan dari para konsumennya. Kepercayaan akan sikap terhadap merek, kualitas layanan, dan masih banyak lagi kepercayaan yang lain yang menjadi motivasi dari perusahaan untuk mengembangkan produknya. Namun, kepercayaan konsumen bukan hal yang mudah untuk kita dapatkan serta menanamkan pemikiran yang positif pada kognitif konsumen bukan hal yang gampang (Harun, 2013. p. 28).

Salah satu indikator yang cukup handal yang dapat mempengaruhi konsumen adalah kualitas pelayanan. kualitas pelayanan sendiri adalah persepsi keseluruhan kinerja pelayanan perusahaan dan sering berubah-ubah. Seperti yang dikemukakan Kotler (1997) bahwa kualitas harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Terdapat lima determinan kualitas jasa yang dapat dirincikan sebagai berikut (Harun, 2013. p. 30):

- 1) Bukti fisik (*tangible*), yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan media komunikasi.

- 2) Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
- 3) Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
- 4) Kepercayaan (*assurance*), yaitu pengetahuan dan kesopanan pegawai serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan atau *assurance*.
- 5) Empati (*emphaty*), yaitu syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.

3. Koperasi Jasa Keuangan Syariah

a. Pengertian Koperasi Jasa Keuangan Syariah

Keluarnya Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia No. 91/kep/IV/KUKM/IX/2004 tentang petunjuk pelaksanaan kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah merupakan realisasi yang tumbuh dalam masyarakat ekonomi Indonesia terutama dalam lingkungan Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. Pada ketentuan keputusan ini dijelaskan bahwa yang dimaksud Koperasi Jasa Keuangan Syariah selanjutnya disebut KJKS adalah koperasi yang kegiatan usahanya bergerak dibidang pembiayaan, investasi, dan simpanan sesuai pola syariah. Sedangkan unit jasa keuangan syariah selanjutnya disebut UJKS adalah koperasi yang bergerak dibidang usaha pembiayaan, investasi, dan simpanan dengan pola bagi hasil sebagai bagian dari kegiatan koperasi yang bersangkutan. Bentuk koperasi ini adalah simpan pinjam, dikenal dengan istilah pembiayaan dan investasi. Pola hubungan yang dikembangkan adalah bukan kreditor-debitur, yaitu resiko sepenuhnya oleh peminjam dengan adanya penambahan bunga, tetapi menggunakan pola hubungan *shahibul maal* (pemilik modal) dan *mudharib* (pengelola) atau pola kerjasama (*syirkah*) yang

kedua beah pihak memiliki kontribusi modal. Melihat dari tujuan dan pola yang dikembangkan KJKS lebih berorientasi pada sector riil dari pada fungsinya hanya pinjam-meminjam. (Amalia, 2009. p. 253)

b. Permodalan Koperasi Jasa Keuangan Syariah

Untuk sumber permodalan tidak ada perbedaan dengan koperasi konvensional terutama adalah dari partisipasi anggota. Adapun jika bersumber dari bank atau lembaga keuangan nonbank lainyatiidak dapat digunakan pola konvensional tetapi harus dengan akad syariah. Pengaturan yang berbeda juga dalam hal besarnya modal disetor pada koperasi syariah ada pembatasan sedangkan dalam Undang-Undang perkoperasian tidak dijelaskan dan diatur dalam anggaran Rumah Tangga (ART) koperasi, artinya sesuai kesepakatan anggota. Pada KJKS tentang permodalan dijelaskan pada pasal 21 huruf b, yaitu modal yang disetor pada awal pendirian Koperasi Jasa Keuangan Syariah dan pembentukan Unit Jasa Keuangan Syariah disebut modal disetor (Amalia, 2009. p. 253). Besarnya modal ditetapkan sekurang-kurangnya sebagai berikut:

- 1) Rp.15.000.000 (lima belas juta rupiah) untuk Koperasi Jasa Keuangan Syariah Koperasi Primer
- 2) Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) untuk Koperasi Jasa Keuangan Syariah/ Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi sekunder
- 3) Modal yang disetor pada awal pendirian Koperasi Jasa Keuangan Syariah dapat berupa simpanan pokok, simpanan wajib dan dapat ditambah dengan hiba, modal penyertaan dan simpanan pokok.

Peraturan di atas memberikan batasan tentang ketentuan minimal modal awal KJKS dan sumbernya yang dapat diperoleh

dari para anggotanya, disetor pada awal pendirian koperasi berupa simpanan, hibah maupun modal penyertaan yang tidak boleh berkurang jumlahnya. Ketentuan ini menjadi penting agar ketercadangan modal dapat terjaga (Amalia, 2009. p. 256). Akan tetapi, untuk kondisi saat ini berdasarkan kebutuhan di lapangan sebainya modal disetor untuk sebuah BMT adalah minimal Rp. 100.000.000 sampai Rp. 200.000.000, disamping sarana dan prasana, *software* untuk transaksi agar lebih transparan dan terjaga akuntabilitasnya serta pembiayaan yang dapat diberikan agar agar di peroleh laba dan lembaga dapat bejalan. Upah layak bagi pengelola juga perlu menjadi pertimbangan, untuk itu diperlukan komitmen yang tinggi disamping juga *leadership*, visi yang kuat dan budaya *entrepreneur* dari para pendiri, pengelola maupun anggota (Amalia, 2009. p. 256).

c. Dasar hukum Koperasi Jasa Keuangan Syariah

Peran koperasi sangat penting dalam dalam menumbuhkan dan mengembangkan potensi ekonomi rakyat dalam mewujudkan kehidupan demomkrasi ekonomi yang mempunyai ciri-ciri demokratis, kebersamaan, kekeluargaan, dan keterbukaan. Hal demikian semakin diperkuat bahwa prinsip dan cirri-ciri koperasi tersebut secara substantif sejalan engan ekonomi syariah walaupun dalam teknis operasional terdapat hal-hal yang berbeda anggota (Amalia, 2009. p. 251).

BMT dengan badan hukum koperasi secara prinsip juga harus tunduk pada Undang-Undang perkoperasian. Peraturan tentang hal-hal yang spesifik terutama aspek kesyariahan diatur dalam Keputusan Menteri Negara Koperasi dan UKM No. 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tentang petunjuk pelaksanaan kegiatan usaha koperasi jasa keuangan syariah (KJKS). Dengan terbitnya keputusan menteri tersebut secara umum, pemerintah telah memberikan perhatian terhadap UKM termasuk di dalamnya

LKMS/BMT. Hal ini dapat dilihat dari telah dikeluarkannya kebijakan pemberdayaan UMKM melalui beberapa perundang-undangan seperti, peraturan Presiden (Perpres) RI Nomor 7 Tahun 2005 tentang Rencana Jangka Menengah Nasional Tahun 2004-2009 menetapkan sasaran umum pemberdayaan umum Koperasi dan UMKM Dalam Lima tahun mendatang, Perpres RI nomor 9 Tahun 2005 tentang Kedudukan dan, Tugas, Fungsi, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Kementrian Negara RI. Selain itu untuk UMKM yang berbadan hukum koperasi melalui Undang-Undang Nomor 9 tahun 1995 tentang usaha kecil. Eksistensi LKMS sebagai bagian dari Koperasi dan UMKM tersebut diakui secara hukum walaupun tebtu saja masih banyak kekurangan disana-sini anggota (Amalia. 2009. p.271). Adapun beberapa peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang koperasi adalah sebagai berikut:

1. Undang-undang No. 25 tahun 1992 tentang Koperasi.
2. Peraturan Pemerintah (PP) No.4 tahun 1994 tentang Kelembagaan Koperasi.
3. Peraturan Pemerintah (PP) No.9 tahun 1995 tentang Pengembangan Usaha Kecil Menengah dan Koperasi.
4. Instruksi Presiden (Inpres) No.18 Tahun 1998, tentang Penghimpunan Kelembagaan Koperasi.
5. Keputusan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Nomor 91/Kep/M. KUKM/IX/2004 tetang Petunjuk Pelaksanaan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah.
6. Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor 35.2/Per/M.KUKM/X/2007 tentang Pedoman Standar Operasional Manajemen Koperasi Jasa Keuangan Syariah dan Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi.
7. Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor 39/Per/M.KUKM/XII/2007 tentang

Pedoman Pengawasan Koperasi Jasa Keuangan Syariah dan Unit Jasa Keuangan Syariah.

d. Pembubaran Koperasi Jasa Keuangan Syariah

- 1) Koperasi Jasa Keuangan Syariah dapat dibubarkan oleh anggota berdasarkan Keputusan Rapat Anggota sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian (Nomor : 91/Kep/M.KUKM/IX/2004. Pasal 44).
- 2) Pembubaran Koperasi Syariah oleh anggota, dilaksanakan melalui tata cara sebagai berikut :
 - a) Koperasi Jasa Keuangan Syariah menyelenggarakan Rapat Anggota pembubaran koperasi yang antara lain menetapkan kuasa Rapat Anggota dan membentuk Tim Penyelesaian yang bertanggungjawab kepada kuasa Rapat Anggota
 - b) Kuasa Rapat Anggota memberitahukan keputusan pembubaran koperasi tersebut secara tertulis kepada semua kreditor dan Instansi yang membidangi Pembinaan Koperasi
 - c) Kreditor dan Pemerintah berhak mengajukan keberatan terhadap rencana pembubaran koperasi dalam jangka waktu 2 (dua) bulan sejak tanggal diterimanya pemberitahuan dari kuasa Rapat Anggota dan selama pemberitahuan pembubaran koperasi tersebut belum diterima oleh pemerintah dan kreditor, maka pembubaran koperasi belum berlaku
 - d) Kuasa Rapat Anggota mengeluarkan keputusan tentang diterima atau ditolaknya keberatan atas rencana pembubaran, paling lambat 1 (satu) bulan sejak tanggal

diterimanya pernyataan keberatan dari Pemerintah dan atau kreditor

- e) Tim penyelesai mempunyai hak, wewenang dan kewajiban untuk menyelesaikan seluruh permasalahan dan hal-hal yang berkaitan dengan hak dan kewajiban Koperasi Jasa Keuangan Syariah
- f) Kuasa Rapat Anggota menyampaikan hasil penyelesaian pembubaran kepada Instansi yang membidangi koperasi di tempat kedudukan koperasi yang bersangkutan
- g) Instansi sebagaimana dimaksud pada huruf f menyampaikan keputusan Rapat Anggota pembubaran koperasi dan laporan penyelesaian pembubaran koperasi di daerahnya kepada Deputy Bidang Kelembagaan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah
- h) Deputy Bidang Kelembagaan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah mengumumkan pembubaran Koperasi yang bersangkutan melalui Berita Negara (Nomor: 91/Kep/M.KUKM/IX/2004. Pasal 44)

4. BMT

a. Pengertian Baitul Mal Wa Tamwil

BMT merupakan kependekan dari *Baitul Mal wa Tamwil*, secara *harfiah/lughowi baitul mal* berarti rumah dana dan *baitul tamwil* berarti rumah usaha. *Baitul mal* dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya, yakni dari masa nabi sampai abad pertengahan perkembangan Islam. Dimana *baitul mal* berfungsi untuk mengumpulkan sekaligus *mentasyarufkan* dana sosial. Sedangkan *baitul tamwil* merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba (Ridwan, 2004 . p. 125)

Baitul Mal wa Tamwil (BMT) adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuhkan kembangkan bisnis usaha mikro, dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin, yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadist. *Baitul Mal wa Tamwil* (BMT) beroperasi mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam (Azis et. al, 2010. p. 115)

Baitul Mal (BMT) berupaya menghimpun dana dari anggota masyarakat yang berupa zakat, infak, shodaqoh (ZIS) dan disalurkan kembali kepada yang berhak menerimanya, atau dipinjamkan kepada anggota yang benar-benar membutuhkan melalui produk pembiayaan qordhul hasan. Sementara *baitul tamwil*, berupaya menghimpun dana masyarakat yang berupa simpan pokok, simpanan wajib, suka rela dan simpanan berjangka serta pernyataan pihak lain, yang sifatnya merupakan kewajiban BMT untuk mengembalikannya. Dana ini diputar secara produktif dalam bisnis kepada para anggota dengan menggunakan pola syariah. Dalam pengembangan selanjutnya, BMT mengembangkan “triangle” yaitu, *baitul mal*, *baitul tamwil*, dan sector riil BMT. Untuk yang ketiga ini, BMT didirikan untuk mengoptimalkan dana masyarakat (Ilmi, 2001. p. 65).

b. Prinsip Utama BMT

Dalam melaksanakan usahanya BMT, berpegang teguh pada prinsip utama sebagai berikut (Ridwan, 2004 . p. 130):

- 1) Keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT dengan mengimplementasikannya pada prinsip-prinsip syariah dan muamalah Islam kedalam kehidupan nyata.

- 2) Keterpaduan, yakni nilai-nilai sepiritual dan moral menggerakkan dan mengarahkan etika bisnis yang dinamis, proaktif, progresif adil dan berakhlak mulia.
- 3) Kekeluargaan, yakni mengutamakan kepentingan bersama di atas kepentingan pribadi. Semua pengelola pada setiap tingkatan, pengurus dengan semua lininya serta anggota, dibangun rasa kekeluargaan, sehingga akan tumbuh rasa saling melindungi dan menanggung.
- 4) Kebersamaan, yakni kesatuan pola pikir, dan sikap cita-cita antar semua elemen BMT, antara pengelola dengan pengurus harus memiliki satu visi dan bersama-sama anggota untuk memperbaiki kondisi ekonomi dan sosial.
- 5) Kemandirian, yakni mandiri diatas semua golongan politik. Mandiri berarti juga tidak tergantung dengan dana-dana pinjaman, bantuan, tetapi senantiasa proaktif untuk menggalang dana masyarakat sebanyak-banyaknya.
- 6) Profesionalisme, yakni semangat kerja yang tinggi ('amalus sholih/ahsanu amala), yakni dilandasi dengan dasar keimanan kerja yang tidak hanya berorientasi pada kehidupan dunia saja, tetapi juga kenikmatan dan kepuasan ruhani dan akherat kerja keras dan cerdas yang dilandasi dengan bekal pengetahuan yang cukup, keterampilan yang harus ditingkatkan, serta niat dan ghirah yang kuat.
- 7) Istiqomah, konsiten, konsekuen, kontinuitas/berkelsnjutan tanpa henti dan tanpa pernah putus asa. Setelah mencapai satu tahap maka maju lagi ke tahap berikutnya dan hanya kepada Allah SWT kita berharap.

B. Penelitian yang Relevan

Adapun mengenai penelitian ini, ada beberapa penelitian dan karya ilmiah yang berkaitan dengan pembahasan yang penulis bahas. Adapun diantaranya :

Penelitian yang ditulis oleh **Putri Lestari**, Nim 11 202 051, mahasiswi Program Studi Perbankan Syariah STAIN Batusangkar tahun 2015 dengan judul skripsi “*Pengaruh Sistem Pelayanan Terhadap loyalitas Nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Padang*”. Dengan hasil penelitiannya bahwa variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* secara bersamaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Padang dengan uji determinasi 75% loyalitas nasabah dipengaruhi oleh variabel diatas dan 24,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan penelitian di atas, dapat dilihat bahwa penelitian yang penulis lakukan berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian sebelumnya meneliti tentang sistem pelayanan terhadap loyalitas nasabah, pada penelitian ini penulis lebih memfokuskan kepada kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah yang dilihat dari dimensi-dimensi pelayanan, yaitu, dimensi *tangible*, dimensi *realibility*, dimensi *responsiveness*, dimensi *assurance*, dimensi *emphaty* dan tempat penelitiannya juga berbeda dari penelitian yang terdahulu.

Penelitian **Prasetyo Adi**, mahasiswa jurusan Ekonomi Islam STAIN Surakarta-SEM Institute Yogyakarta dengan judul “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan TerhadapKepuasan Nasabah BMT Kaffah Yogyakarta*”. Diterbitkan tahun 2008, dengan jumlah nasabah yang ditelitinya sebanyak 97 orang dengan metode pengambilan sampelnya tidak secara acak melainkan secara kebetulan saja yang ada di BMT tersebut, dengan hasil analisis penelitiannya adalah dengan menggunakan analisis regresi bahwa kualitas pelayanan dari segi *assurance* dan *tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dari kelima dimensi kualitas pelayanan (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*,

assurance, empathy). Perbedaan penelitian ini dengan yang penulis lakukan yaitu penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan penelitian yang penulis lakukan hanya melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, dan tempat penelitiannya juga berbeda.

Penelitian **Hiliyati Min Ummaya**, Mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2009, dengan judul “***Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah BMT Berbasis Pelayanan***”. Dengan hasil penelitian peneliti ini menggunakan dimensi SERVQUAL untuk mengetahui kualitas pelayanan, berdasarkan hasil survey kuisioner terhadap 30 responden pada KS-BMT Masjid Al Azhar diketahui bahwa respon nasabah dari aspek *tangible* memiliki rata-rata 4,33, dari aspek *reliability* memiliki rata-rata 4,04, dari aspek *responsiveness* memiliki rata-rata 4,10, dari aspek *assurance* memiliki rata-rata 4,10 maka ini berarti pelayanan yang diberikan oleh KS-BMT Masjid Al Azhar dilihat dari respon nasabah terhadap harapan kepuasan nasabah memiliki rata-rata 4,11, yang berarti pelayanan yang diberikan oleh KS-BMT Masjid Al Azhar saat ini sudah sangat sesuai dengan harapan nasabah. Berdasarkan penelitian di atas, dapat dilihat bahwa penelitian yang penulis lakukan berbeda dengan penelitian sebelumnya, pada penelitian ini penulis lebih memfokuskan kepada kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan tempat penelitiannya juga berbeda dari penelitian yang terdahulu.

C. Hipotesis

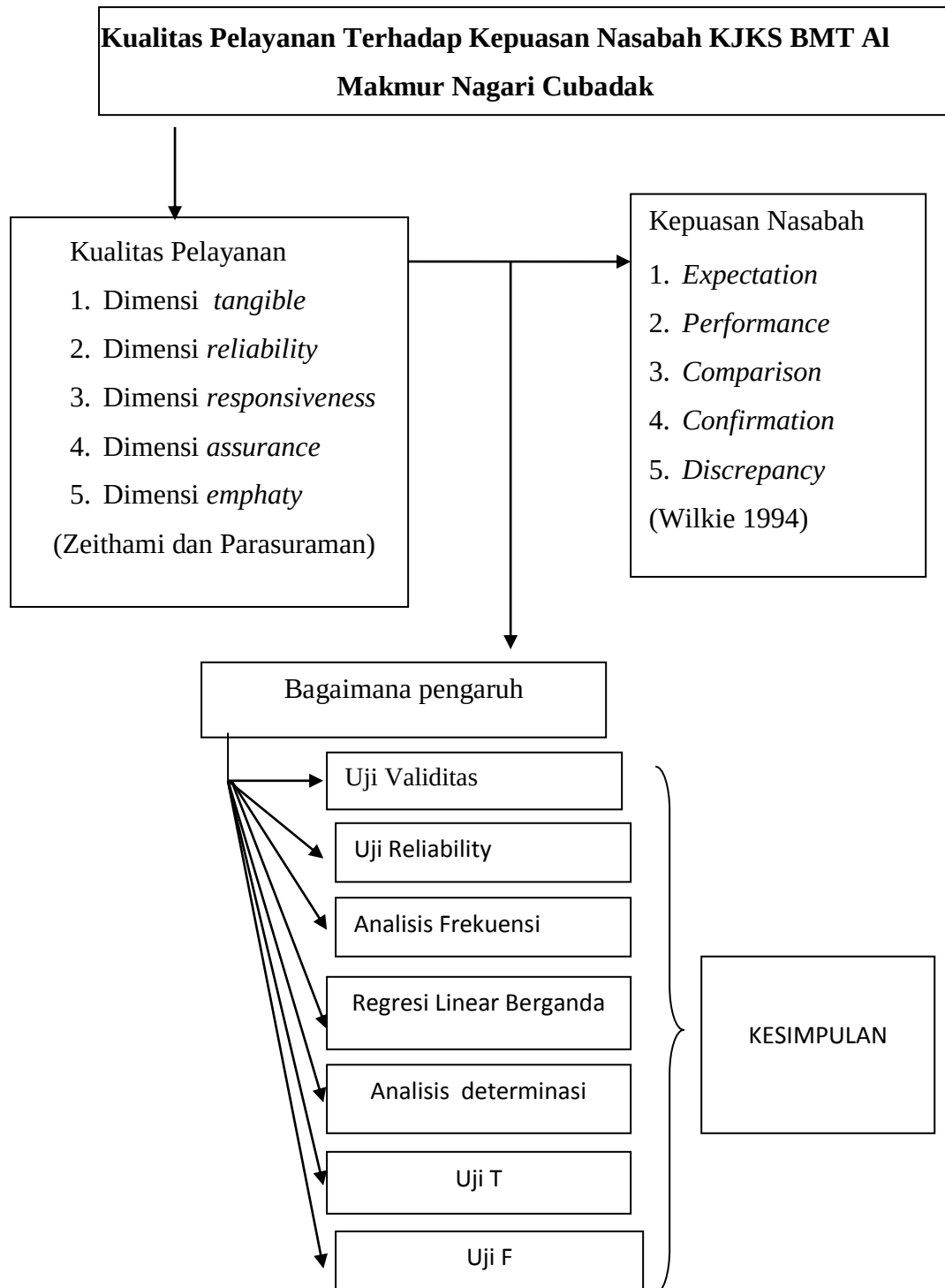
Hipotesis diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul (Suharsimi, 2005. p. 45).

H₀₁: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

- Ha₁ : Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.
- H₀₂: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.
- Ha₂ : Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.
- H₀₃: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan ketanggapan (*responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.
- Ha₃: Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan ketanggapan (*responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.
- H₀₄: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan keamanan bertransaksi (*assurance*), terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.
- Ha₄ : Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan keamanan bertransaksi (*assurance*) terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.
- H₀₅: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan empati (*emphaty*), terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.
- Ha₅ : Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan empati (*emphaty*) terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

- H_{06} : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.
- H_{a6} : Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

D. Kerangka Berfikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu sumber penelitian yang digunakan untuk mengungkapkan dan menggambarkan kejadian-kejadian, fenomena-fenomena dan faktor-faktor yang terjadi di lapangan sesuai dengan kenyataan yang ada di tempat penelitian tersebut. penelitian ini dilakukan di KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak dengan menggunakan metode kuantitatif yaitu menjelaskan kualitas pelayanan dan bagaimana pengaruh kualitas pelayanan tersebut terhadap kepuasan nasabah KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan yaitu mulai dari bulan November 2017 sampai bulan Februari 2018 yang bertempat di KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak, untuk memudahkan kegiatan penelitian hingga pembuatan skripsi peneliti membuat *time schedule* sebagai berikut :

Tabel 3.1

Jadwal Kegiatan Penelitian

Kegiatan	Tahun 2017 – 2018															
	NOV				DES				JAN				FEB			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Observasi Awal																
Bimbingan Proposal skripsi																

Sumber: Data sekunder (Data Jumlah Nasabah KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak)

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa total nasabah KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak sampai pada tahun 2015 mencapai 1.177 orang. Pada tahun 2012 berjumlah 782 orang, pada tahun 2013 meningkat menjadi 787 orang, pada tahun 2014 meningkat menjadi 896 orang, dan pada tahun 2015 berjumlah 1.177 orang.

Mengingat jumlah yang diteliti banyak, maka dalam hal ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel secara random (*random sampling*), dimana setiap nasabah sasaran memiliki kesempatan yang sama besar untuk terpilih menjadi responden (Arikunto, 2005. p. 95). Dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu (Umar, 2010. p. 69):

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan : n = Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

e = Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang akan ditelorir 15% (Tony,2013. p.29)

Sehingga :

$$n = \frac{1177}{1 + 1177(15\%)^2}$$

$$n = 44,41 \text{ orang}$$

Dengan jumlah populasi nasabah yang terdapat di KJKS BMT Al Makmur sebanyak 1.177 orang dan persentase kelonggaran penelitian karena kesalahan pengambilan sampel (e) sebesar 0,15 atau 15% maka jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 44 responden sebagaimana perhitungan dengan rumus Solvin di atas. Setelah didapatkan jumlah populasi maka penulis menggunakan teknik sampling insidental untuk memilih 44 reponden tersebut, yaitunya teknik penentuan sampel secara

kebetulan, atau siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti di BMT yang dianggap cocok dengan karakteristik sampel yang akan ditentukanakan dijadikan sampel.

2. Sumber Data

a. Sumber data primer

Sumber data primer adalah sumber data utama yang diperoleh secara langsung dari lapangan /lokasi penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu memperoleh secara langsung dari pimpinan yaitu Bapak Suhatri Mariko serta karyawan dan nasabah yang ada di KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari data kedua yang merupakan data pelengkap. Sumber data sekunder diharapkan dapat berperan membantu memberi keterangan atau data pelengkap sebagai bahan pembanding (Bungin, 2011. p. 132). sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah berupa jumlah data nasabah KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket, yaitu metode pengumpulan data dengan serangkaian atau daftar pertanyaan secara tertulis yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden. Setelah diisi, angket dikirim kembali atau dikembalikan ke peneliti (Bungin, 2011. p. 133). Disini penulis memberikan pertanyaan terstruktur dengan sudah ada jawaban alternatifnya dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif (Sugiyono, 2011. p. 80) seperti:

No	Jawaban	Nilai
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Kemudian penulis juga melakukan pengamatan secara langsung untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

4. Teknik Pengolahan Data

Dari data yang penulis peroleh kemudian diolah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah dengan menggunakan program SPSS 22 (*Statistic Produk And Service Solution*). Dalam penelitian ini data yang akan diolah berupa data sekunder yang penulis peroleh dari angket yang diberikan kepada nasabah KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

5. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevaliditan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrumen yang valid dan sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah (Suharsimi, 2010. p.211). Uji validitas dilakukan melalui perbandingan antara nilai r_{hitung} terhadap r_{tabel} . Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pertanyaan didalam angket dinyatakan valid (Priyatno, 2014. p. 51).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama. Dengan kata lain, kuesioner

harus konsisten, misalnya seorang yang mengisi lagi karena kuesioner pertama hilang. Isian kuesioner pertama dan kedua haruslah sama atau dianggap sama (Husein, 2010. p. 65).

Teknik uji reliabilitas yang penulis gunakan disini adalah uji *Cronbach Alpha* dan variabel dikatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6, menurut Sekaran reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik (Priyatno, 2014. p. 64), dengan menggunakan rumus (Husein, 2010. p. 65)

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

k = Banyak butiran pertanyaan

σt^2 = Varian total

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varians butir

D. Analisis Data

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan analisis kuantitatif deskriptif, yaitu penafsiran dan pemecahan masalah penelitian dengan menggunakan statistik (Teguh, 1999. p. 27)

1. Analisis frekuensi

Analisa frekuensi (Frequencies) digunakan untuk menghitung frekuensi data pada variabel (Priyatno, 2014. p. 23), analisis frekuensi disini digunakan untuk melihat besarnya *percentile values* dari jawaban responden di setiap responden.

2. Metode Regresi Linear Berganda

Metode regresi linear berganda adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen, dan memprediksi variabel dependen dengan

menggunakan variabel independen (Priyatno, 2012. p. 127) digunakan untuk memperkirakan atau menghitung nilai variabel X_1 (kualitas pelayanan berdasarkan *tangible*), X_2 (kualitas pelayanan berdasarkan *reliability*), X_3 (kualitas pelayanan berdasarkan *responsiveness*), X_4 (kualitas pelayanan berdasarkan *assurance*), X_5 (kualitas pelayanan berdasarkan *emphaty*) yang mempengaruhi variabel Y (kepuasan nasabah KJKS BMT AL Makmur Nagari Cubadak). untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 dengan variabel Y , dengan persamaan regresi linear berganda. Dengan rumus :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5$$

Dimana :

Y = Tingkat kepuasan nasabah KJKS BMT AL Makmur Nagari Cubadak

a = Konstanta

X_1 = kualitas pelayanan berdasarkan *tangible*

X_2 = kualitas pelayanan berdasarkan *reliability*

X_3 = kualitas pelayanan berdasarkan *responsiveness*

X_4 = kualitas pelayanan berdasarkan *assurance*

X_5 = kualitas pelayanan berdasarkan *emphaty*

$b_1, \dots, b_5$ = Koefisien regresi

3. Analisis determinasi (R^2)

Analisis determinasi (R^2) dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Dalam hal ini digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh kualitas pelayan terhadap kepuasan nasabah KJKS BMT AL Makmur Nagari Cubadak. Dengan menggunakan rumus (Syofyan, 2013. p. 141).:

$$R^2 = \left[\frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2] [n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \right]^2$$

4. Uji t

Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah parsial masing-masing variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen (Priyatno, 2012. p. 139).

Untuk uji t, penelitian ini membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} dan dengan tingkat signifikan 5% (0.05). apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan rumus (Sugiyono, 2011. p.80) :

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

Keterangan:

$T_o = t$ tes

r = koefisien korelasi

n = jumlah data

5. Uji F

Uji F atau uji koefisien regresi bersama-sama digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini apakah variabel kualitas pelayanan berdasarkan *tangible*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap tingkat kepuasan nasabah. Pengujian menggunakan tingkat signifikan (0.05) (Priyatno, 2012. p. 137). Apabila nilai signifikan < 0.05 (5%), maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yang diteliti secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, atau sistematis sehingga akan lebih mudah untuk diolah. Instrumen dalam penelitian ini yaitu berupa kuisisioner yang berisi sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang diketahuinya, sehingga responden tinggal memberi tanda centang (✓) pada salah satu alternatif jawaban yang dianggap paling sesuai dengan keadaan responden (Arikunto, 2010. p. 136) Angket ini disusun dengan model *Likert* yang menggunakan lima alternatif pilihan jawaban yaitu sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju sangat tidak setuju.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak

1. Sejarah Berdirinya

Pendirian KJKS BMT Al Makmur diprakarsai oleh beberapa orang calon pendiri yang memiliki satu presepsi yang sama untuk membangun perekonomian umat yang madani dibawa Ridho Allah SWT, karena Allah tidak akan mengubah keadaan ekonomi suatu bangsa hingga kita mau berusaha sekuat tenaga untuk mengubahnya. Dengan nama Allah kami mulai melangkah meskipun dengan merangkak, berjalan tertatih-tatih, jatuh bangun, itu lebih baik dari pada kita duduk bermenung menunggu perubahan yang tidak jelas (Data Sekunder diperoleh dari data BMT).

Suatu kewajiban bagi kita untuk merubah taraf ekonomi kearah yang lebih baik dari keterpurukan, karena kemiskinan itu akan menyeret kepada kekafiran. Kita mulai hari ini dari diri kita sendiri, kalau tidak siapa lagi untuk mengubah kondisi ekonomi umat pada taraf yang lebih baik. Allah menurunkan hujan untuk kesuburan bumi agar kita berfikir dan bekerja.

Berdasarkan hal diatas kami para pendiri mencoba berusaha mewujudkannya dengan mendirikan sebuah lembaga keuangan Syari'ah berbentuk dan berbadan hukum Koperasi, maka berdasarkan hasil rapat Pendiri beserta ninik mamak dan pemuka masyarakat yang berada di Jorong Supanjang Nagari Cubadak Kec. Lima Kaum yang juga dihadiri oleh Dinas Koperintam Kabupaten Tanah Datar beserta Pimpinan BPRS Haji Miskin Padang Panjang dan Dosen STAIN Batusangkar dalam hal ini selaku motifator bagi para pendiri untuk mendirikan sebuah Lembaga Keuangan Mikro yang berbasis Syari'ah di Kabupaten Tanah Datar. Pertemuan itu dihadiri lebih kurang 40 orang yang diselenggarakan pada hari Jum'at tanggal 29 Mei 2009 yang bertempat di Masjid Baitul Makmur Supajang, maka secara musyawarah dan mufakat diputuskan membentuk dan mendirikan Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah- *Baitul*

Maal Wat Tamwil (KJKS-BMT) dengan nama BMT Al Makmur, yang langsung dioperasikan pada tanggal 1 Juni 2009 (Data Sekunder diperoleh dari data BMT).

Adapun identitas lengkap dan dasar hukum dari KKS BMT Al Makmur adalah sebagai berikut:

- Nama : **KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH
BMT AL MAKMUR**
- Kantor : Jl. Raya Batusangkar- Padang Panjang KM 5 Jor.
Supanjang Nag. Cubadak Kec. Lima Kaum Kab.
Tanah Datar
- HP : 081363194220-081267290979
- Status : Koperasi Simpan Pinjam Pola Syariah
- Bidang Usaha : Simpan Pinjam
- Izin Usaha :
- a) Badan Hukum berdasarkan Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, Bupati Tanah Datar, Dinas Koperintam Kabupaten Tanah Datar, No : 95/BH/KPT-TD/KOP/I/2010 tanggal 19 Januari 2010.
 - b) Tanda Daftar Perusahaan No: 03.12.2.64.00027
 - c) NPWP No: 31.598.6745-204.000
 - d) SITU No : 510/SITU/KPPT/X/2012

2. Struktur Organisasi KJKS-BMT AL Makmur Tahun 2015-2020

PEMBINA

DINAS KOPERINDAGPASTAM KAB. TANAH DATAR

DEWAN PENGAWAS SYARIAH

- RIZAL FAHLEPFI M.Si

PENGAWAS MANAJEMEN

1. RIDWAN, SE.I (Koordinator)
2. M.SABRI, SE (Anggota)
3. KARMA DONI, SE (Anggota)

PENGURUS

KETUA : SUHATRI MARIKO, SE.I, M.Sy
 SEKRETARIS : SAWIRMAN
 BENDAHARA : ARDINAL

PENGELOLA

MANAGER : SAWIRMAN
 KASIR & PEMBUKUAN : MISDAYAI, SE.I
 MARKETING : JANUARIF

3. Visi dan Misi KJKS BMT Al Makmur

a. Visi KJKS - BMT Al Makmur

Menjadi BMT terdepan, bermamfaat, bermartabat dan setia dalam pelayanan untuk semua kalangan masyarakat

b. Misi KJKS - BMT Al Makmur

Meningkatkan kinerja BMT yang Islami, sehat, profesional dalam membantu dan mendorong perubahan perekonomian dan pembangunan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat, sesuai harapan dan kebijakan pemerintah, selaras dengan cita-cita para pendiri dan pemilik KJKS - BMT AL MAKMUR.

4. Produk dan Pola Kerja KJKS - BMT Al Makmur

a. Produk

1) Pembiayaan/ Pinjaman

- I. Pembiayaan Murabahah (Aqad pembiayaan Jual beli pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati.
- II. Pembiayaan Mudharabah (Aqad kerjasama usaha antara dua pihak, dimana pihak pertama (*Sahibul Maal*) menyediakan modal, sedangkan pihak lain sebagai pengelola (*Mudharib*), dan keuntungan dibagi sama besar

2) Simpanan/Tabungan

- I. Simpanan wadiah/ Deposito Berjangka Adalah titipan dalam bentuk Deposito berjangka yang dapat ditarik oleh pemilik dana atau anggota/ nasabah BMT sesuai dengan Aqad / perjanjian yang telah disepakati. Simpanan dengan akad wadiah terdapat dua bentuk: Wadiah amanah, titipan dana zakat, infak dan shadaqah
 - II. Wadiah yadhamah, simpanan ini akan mendapat bonus dalam bentuk bagi hasil (mudharabah) dari keuntungan yang yang diperoleh BMT Al-Makmur yang dibagikan sesuai dengan jangka waktu yang disepakati berdasarkan saldo simpanan nasabah BMT
- a) Simpanan/ Tabungan
- I. Simpanan/ Tabungan Mudharabah Umum yang dikhususkan untuk masyarakat umum yang ingin menyimpan dananya yang dapat ditarik kapanpun setiap jam kerja.
 - II. Simpanan/ Tabungan Qurban dan Akikah yang dikhususkan untuk masyarakat umum yang punya niat ingin menjadi peserta Qurban dan Akikah dapat menitipkan dananya di BMT Al-Makmur yang dapat ditarik kapanpun menjelang pelaksanaan Qurban dan Akikah.
 - III. Simpanan/ tabungan Pendidikan / Pelajar yang dikhususkan untuk para pelajar mulai dari tingkat Taman Kanak-kanak sampai dengan pelajar SLTA yang dapat ditarik kapanpun selama jam kerja

Produk Simpanan ini sudah direalisasikan seluruhnya oleh BMT Al Makmur sejak tahun 2009 dan 2010

b. Pola Kerja

- 1) Pengolahan keuangan
 - a) Diputarkan dan dikelola pada sektor yang berpotensi dan punya prospek yang halal dan bagus. Model pengolahan keuangan ini akan dikelola langsung oleh BMT Al Makmur.

- b) Pembiayaan atau pinjaman kepada anggota dengan sistem mudaharabah (bagi hasil).
- 2) Pembagian keuntungan
 - a) Setiap keuntungan yang diperoleh BMT Al Makmur dengan modal penyertaan atau investasi dari pihak ketiga serta keuntungan dari pihak anggota, maka bagi hasil yang dapat dilakukan dengan alternative kesepakatan antara lain:
 - 50% -50%
 - 60%- 40%
 - 70%- 30%
 - b) Setiap bagian keuntungan yang diperoleh BMT Al-Makmur dilaporkan dan dimasukkan dalam Sisa Hasil Usaha (SHU).
 - c) Setiap simpanan yang berasal dari anggota (simpanan pokok, simpanan wajib dan simpanan sukarela) dikelola oleh BMT Al-Makmur dibidang usaha perdagangan, perindustrian dan pembiayaan yang halal.
 - d) Pembagian hasil simpanan anggota tersebut ditetapkan berdasarkan ART (Anggaran Rumah Tangga) BMT Al-Makmur. (Data Sekunder diperoleh dari data BMT).

B. Pengujian Instrument Data

1. Uji Validitas

Uji validitas ini bertujuan untuk mengukur kebenaran dari angket yang disebarkan, yaitunya mengukur kebenaran atau ketetapan item pertanyaan yang mendukung setiap variabel. Untuk mengetahui dan menilai validnya masing-masing item pertanyaan dengan membandingkan r_{hitung} (nilai *Pearson Correlation*) dengan r_{tabel} (di dapat dari tabel r), jika nilai positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item dapat dinyatakan valid, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item dinyatakan tidak valid. Atau bisa juga dengan melihat nilai signifikansi, jika nilai signifikansi <

0,05 maka item valid, tetapi jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka item tidak valid. Berdasarkan hasil pengujian validaitas yang diperoleh terdapat ringkasan hasil sebagai berikut:

a. Kualitas Pelayanan (Variabel X)

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah pelayanan nasabah akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang maksimal. Pada penelitian ini untuk mengukur pelayanan digunakan 20 pertanyaan dari 5 variabel X.

1) *Tangible* (X_1)

Variabel ini dapat dinilai dengan melihat bukti fisik dari karyawan, seperti kelengkapan yang dimilikinya mulai dari peralatan, perlengkapan, serta sarana dan prasana lainnya. Berdasarkan hasil pengolahan data yang diperoleh ringkasan item-item pertanyaan yang terlihat pada tabel 4.1 di bawah ini dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel}

Tabel 4.1
Pengujian Validitas *Tangible*

No	Nama Item	<i>Pearson Correlation</i>	r_{tabel}	Kesimpulan
1	Tangible 1	0.883	0.297	Valid
2	Tangible 2	0.810	0.297	Valid
3	Tangible 3	0.807	0.297	Valid
4	Tangible 4	0.838	0.297	Valid

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Pada tabel terlihat bahwa semua item dinyatakan valid karena pada tabel 4.1 nilai *Pearson Correlation* $> r_{tabel}$, jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut dapat terus digunakan ke dalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

2) *Reliability* (X_2)

Reliability dapat dinilai salah satunya dengan cara melihat bagaimana keandalan karyawan untuk melakukan

pelayanan dengan memberikan informasi yang jelas kepada nasabah sehingga memuaskan nasabah. Berdasarkan hasil pengolahan data yang diperoleh ringkasan item-item pertanyaan yang terlihat pada tabel 4.2 di bawah ini dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel}

Tabel 4.2
Pengujian Validitas *Reliability*

No	Nama Item	<i>Pearson Correlation</i>	r_{tabel}	Kesimpulan
1	<i>Reliability 1</i>	0.875	0.297	Valid
2	<i>Reliability 2</i>	0.918	0.297	Valid
3	<i>Reliability 3</i>	0.909	0.297	Valid
4	<i>Reliability 4</i>	0.934	0.297	Valid

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Dalam tabel di atas dapat dilihat bahwa semua item dinyatakan valid karena pada tabel 4.2 nilai *Pearson Correlation* $> r_{tabel}$, jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut dapat terus digunakan ke dalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

3) *Responsiveness* (X_3)

Variabel ini dapat dinilai dengan melihat ketanggapan karyawan dalam melayani nasabah. Untuk menilai dimensi *Responsiveness* pada kualitas pelayanan dalam penelitian di gunakan 4 item pertanyaan. Berdasarkan hasil pengolahan data yang diperoleh ringkasan item-item pertanyaan yang terlihat pada tabel 4.3 di bawah ini dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel}

Tabel 4.3
Pengujian Validitas *Responsiveness*

No	Nama Item	<i>Pearson Correlation</i>	r_{tabel}	Kesimpulan
1	<i>Responsiveness 1</i>	0.898	0.297	Valid
2	<i>Responsiveness 2</i>	0.882	0.297	Valid

3	<i>Responsiveness 3</i>	0.848	0.297	Valid
4	<i>Responsiveness 4</i>	0.765	0.297	Valid

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Pada tabel terlihat bahwa semua item dinyatakan valid karena pada tabel 4.3 nilai *Pearson Correlation* > r_{tabel} , jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut dapat terus digunakan ke dalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

4) Assurance (X_4)

Assurance dapat dinilai dengan salah satunya dengan melihat pengetahuan yang dimiliki karyawan dalam menjawab pertanyaan nasabah sehingga memuaskan nasabah. Berdasarkan hasil pengolahan data yang diperoleh ringkasan item-item pertanyaan yang terlihat pada tabel 4.4 di bawah ini dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel}

Tabel 4.4
Pengujian Validitas Assurance

No	Nama Item	<i>Pearson Correlation</i>	r_{tabel}	Kesimpulan
1	<i>Assurance 1</i>	0.789	0.297	Valid
2	<i>Assurance 2</i>	0.787	0.297	Valid
3	<i>Assurance 3</i>	0.768	0.297	Valid
4	<i>Assurance 4</i>	0.758	0.297	Valid

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Dalam tabel di atas dapat dilihat bahwa semua item dinyatakan valid karena pada tabel 4.4 nilai *Pearson Correlation* > r_{tabel} , jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut dapat terus di gunakan ke dalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

5) Emphaty (X_5)

Variabel *Emphaty* dapat dinilai dengan melihat setiap karyawan dapat memberikan perhatian secara individual terhadap permasalahan nasabah nasabah sehingga memuaskan

nasabah. Berdasarkan hasil pengolahan data yang diperoleh ringkasan item-item pertanyaan yang terlihat pada tabel 4.5 di bawah ini dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel}

Tabel 4.5
Pengujian Validitas *Emphaty*

No	Nama Item	<i>Pearson Correlation</i>	r_{tabel}	Kesimpulan
1	<i>Emphaty 1</i>	0.941	0.297	Valid
2	<i>Emphaty 2</i>	0.947	0.297	Valid
3	<i>Emphaty 3</i>	0.815	0.297	Valid
4	<i>Emphaty 4</i>	0.971	0.297	Valid

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Pada tabel terlihat bahwa semua item dinyatakan valid karena pada tabel 4.4 nilai *Pearson Correlation* > r_{tabel} , jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut dapat terus digunakan ke dalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

b. Kepuasan Nasabah

Kepuasan sebagai variabel dependen juga diukur sama halnya dengan variabel independen, total item pertanyaan yang digunakan adalah sebanyak 5 item. Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil terlihat pada tabel 4.6 dibawah ini:

Tabel 4.6
Uji Validitas Kepuasan Nasabah

No	Nama Item	<i>Pearson Correlation</i>	r_{tabel}	Kesimpulan
1	Kepuasan 1	0.861	0.297	Valid
2	Kepuasan 2	0.917	0.297	Valid
3	Kepuasan 3	0.901	0.297	Valid
4	Kepuasan 4	0.935	0.297	Valid
5	Kepuasan 5	0.791	0.297	Valid

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Pada tabel di atas dapat terlihat bahwa 5 item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah valid. Hal ini disebabkan karena masing-masing pertanyaan yang valid menghasilkan nilai *pearson Correlation* yang lebih besar dari r_{tabel} pada tabel 4.6, jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut dapat terus digunakan ke dalam tahapan pengolahan data lebih lanjut.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini adalah kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid. Untuk mengetahui instrumen reliable atau tidak menggunakan batasan 0,6. Menurut teori reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan di atas 0,8 adalah baik.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil terlihat sebagai berikut :

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas

No	Nama Item	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Batas	Kesimpulan
1	<i>Tangible</i>	0.855	0.60	Reliabel
2	<i>Reliability</i>	0.930	0.60	Reliabel
3	<i>Responsiveness</i>	0.858	0.60	Reliabel
4	<i>Assurance</i>	0.776	0.60	Reliabel
5	<i>Emphaty</i>	0.936	0.60	Reliabel

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Pada tabel 4.7 terlihat masing-masing item pertanyaan yang mendukung variabel pelayanan dan kepuasan nasabah telah menghasilkan *cronbach alpha* di atas 0,60. Jadi dapat disimpulkan masing-masing variabel tersebut telah reliabel atau handal dan bisa digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

C. Analisa Data

1. Analisa Frekuensi

Setelah dilakukan penyebaran angket kepada nasabah KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak, maka dapat dilihat kualitas pelayanan pada dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*.

- a. Pada dimensi *tangible* item 1 “ketersediaan ruang tunggu yang nyaman” didapatkan output sebagai berikut :

Tabel 4.8
Tangible item 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Vali kurang setuju	5	11,4	11,4	11,4
d setuju	8	18,2	18,2	29,5
sangat setuju	31	70,5	70,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang kurang setuju dengan ketersediaan ruang tunggu yang nyaman sebanyak 5 orang dan persentase 11,4%, kemudian nasabah yang setuju ada sebanyak 8 orang dengan persentase 18,2%, untuk nasabah yang sangat setuju dengan ketersediaan ruang tunggu yang nyaman ada sebanyak 31 orang dengan persentase 70,5%.

Dapat diambil kesimpulan, bahwa persentase yang paling besar mengatakan sangat setuju dengan adanya ketersediaan ruang tunggu yang nyaman. Ruang tunggu nasabah dinilai sudah sangat baik walaupun ada beberapa bagian yang dinilai kurang baik. setelah penulis amati kelapangan untuk ruang tunggu nasabah memang sudah bersih dan tertata rapi tapi, tempatnya kecil yang membuatnya dinilai kurang.

- b. Pada dimensi *tangible* item 2 “setiap karyawan berpakaian rapi dan sopan” didapatkan output sebagai berikut :

Tabel 4.9
Tangible item 2

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid kurang setuju	3	6,8	6,8	6,8
setuju	13	29,5	29,5	36,4
sangat setuju	28	63,6	63,6	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang kurang setuju dengan setiap karyawan berpakaian rapi dan sopan sebanyak 3 orang dan persentase 6,8%, kemudian nasabah yang setuju ada sebanyak 13 orang dengan persentase 29,5%, untuk nasabah yang sangat setuju dengan karyawan berpakaian rapi dan sopan ada sebanyak 28 orang dengan persentase 63,6%.

Dapat diambil kesimpulan bahwa persentase tertinggi yang mengatakan sangat setuju dengan karyawan berpakaian rapi dan sopan. Hal ini sesuai dengan hasil pengamatan yang penulis lakukan setiap karyawan di KJKS BMT Al Makmur Nagari cubadak sudah berpakaian rapi dan sopan, untuk karyawan laki-laki selalu memakai baju kemeja atau batik dengan dimasukkan kedalam, dan tatanan rambut yang pendek, untuk karyawan perempuan selalu memakai baju kurung yang rapi, sopan dan menutup aurat.

- c. Pada dimensi *tangible* item 3 “setiap karyawan selalu ramah dan baik dalam melayani nasabah” didapatkan output sebagai berikut :

Tabel 4.10
Tangible item 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid kurang setuju	5	11,4	11,4	11,4
Setuju	19	43,2	43,2	54,5
sangat setuju	20	45,5	45,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang kurang setuju dengan setiap karyawan selalu ramah dan baik dalam melayani nasabah sebanyak 5 orang dan persentase 11,4%, kemudian nasabah yang setuju ada sebanyak 19 orang dengan persentase 43,2%, untuk nasabah yang sangat setuju dengan setiap karyawan selalu ramah dan baik dalam melayani nasabah ada sebanyak 20 orang dengan persentase 45,5%. Dan tidak adanya nasabah yang berpendapat tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan setiap karyawan selalu ramah dan baik dalam melayani nasabah. Hal ini sesuai dengan pengamatan penulis, setiap karyawan yang melayani nasabah selalu ramah dan baik dalam melayani nasabah.

- d. Pada dimensi *tangible* item 4 “lokasi BMT mudah ditemukan” didapatkan output sebagai berikut :

Tabel 4.11
Tangible item 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid kurang setuju	4	9,1	9,1	9,1
setuju	18	40,9	40,9	50,0
sangat setuju	22	50,0	50,0	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang kurang setuju dengan item 4 tentang lokasi BMT mudah ditemukan

ada sebanyak 4 orang dan persentase 9,1%, kemudian nasabah yang setuju ada sebanyak 18 orang dengan persentase 40,9%, untuk nasabah yang sangat setuju ada sebanyak 22 orang dengan persentase 50,0%.

Dapat disimpulkan bahwa persentase yang tertinggi mengatakan sangat setuju untuk item 4 tentang lokasi BMT mudah ditemukan, sama halnya dengan yang penulis amati, karena lokasi BMT Mudah ditemukan karena berada di pinggir jalan raya, dan untuk memudahkan kita menemukan lokasi BMT dapat dengan memanfaatkan palang nama BMT yang berada di atas atapnya.

- e. Pada dimensi *Reliability* item 1 “setiap karyawan dapat memberikan informasi yang jelas kepada nasabah ” didapatkan output sebagai berikut :

Tabel 4.12
Reliability item 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	6	13,6	13,6	13,6
Setuju	25	56,8	56,8	70,5
Sangat Setuju	13	29,5	29,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang kurang setuju dengan item 1 tentang setiap karyawan dapat memberikan informasi yang jelas kepada nasabah ada sebanyak 6 orang dan persentase 13,6%, kemudian nasabah yang setuju ada sebanyak 25 orang dengan persentase 56,8%, untuk nasabah yang sangat setuju ada sebanyak 13 orang dengan persentase 29,5%.

Dapat diambil kesimpulan bahwa persentase yang tertinggi mengatakan setuju dengan setiap karyawan dapat memberikan informasi yang jelas kepada nasabah. Dan pada item ini tidak ada

terdapat pendapat nasabah yang mengatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

- f. Pada dimensi *Reliability* item 2 “setiap karyawan bersungguh-sungguh untuk memecahkan masalah nasabah” didapatkan output sebagai berikut :

Tabel 4.13
***Reliability* item 2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	2,3	2,3	2,3
	Kurang Setuju	6	13,6	13,6	15,9
	Setuju	23	52,3	52,3	68,2
	Sangat Setuju	14	31,8	31,8	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Dari output diatas dapat dilihat bahwa ada responden yang tidak setuju dengan setiap karyawan bersungguh-sungguh untuk memecahkan masalah nasabah ada 1 orang dengan persentase 2,3%, kemudian nasabah yang kurang setuju ada 6 orang dengan persentase 13,6%, untuk nasabah yang setuju merupakan jumlah yang paling banyak yaitu ada sebanyak 23 orang dengan persentase 52,3%, dan untuk nasabah yang berpendapat sangat setuju ada sebanyak 14 orang dengan persentase 31,8%, untuk item 2 tentang setiap karyawan bersungguh-sungguh untuk memecahkan masalah nasabah.

- g. Pada dimensi *Reliability* item 3 “setiap karyawan memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan” didapatkan output sebagai berikut :

Tabel 4.14
Reliability item 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	2,3	2,3	2,3
Kurang Setuju	9	20,5	20,5	22,7
Setuju	24	54,5	54,5	77,3
Sangat Setuju	10	22,7	22,7	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Dari output diatas dapat dilihat bahwa ada responden yang tidak setuju dengan item 3 tentang setiap karyawan memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan yaitu ada 1 orang dengan persentase 2,3%, kemudian nasabah yang kurang setuju ada 9 orang dengan persentase 20,5%, untuk nasabah yang setuju merupakan jumlah yang paling banyak yaitu ada sebanyak 24 orang dengan persentase 54,5%, dan untuk nasabah yang berpendapat sangat setuju ada sebanyak 10 orang dengan persentase 22,7%, untuk item 3 tentang setiap karyawan memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan. Dan tidak adanya nasabah yang berpendapat sangat tidak setuju.

- h. Pada dimensi *Reliability* item 4 “setiap karyawan selalu mengupayakan layanan yang bebas dari kesalahan” didapatkan output sebagai berikut :

Tabel 4.15
Reliability item 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	2,3	2,3	2,3
Kurang Setuju	9	20,5	20,5	22,7
Setuju	23	52,3	52,3	75,0
Sangat Setuju	11	25,0	25,0	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Dari output diatas dapat dilihat bahwa ada responden yang tidak setuju dengan item 4 tentang setiap karyawan selalu mengupayakan layanan yang bebas dari kesalahan yaitu ada 1 orang dengan persentase 2,3%, kemudian nasabah yang kurang setuju ada 9 orang dengan persentase 20,5%, untuk nasabah yang setuju merupakan jumlah yang paling banyak yaitu ada sebanyak 23 orang dengan persentase 52,3%, dan untuk nasabah yang berpendapat sangat setuju ada sebanyak 11 orang dengan persentase 25,0%, untuk item 4 tentang setiap karyawan selalu mengupayakan layanan yang bebas dari kesalahan. Dan tidak adanya nasabah yang berpendapat sangat tidak setuju.

- i. Pada dimensi *responsiveness* item 1 “setiap karyawan tanggap dalam melayani nasabah” didapatkan output sebagai berikut :

Tabel 4.16
Responsiveness item 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	5	11,4	11,4	11,4
Kurang Setuju	15	34,1	34,1	45,5
Setuju	18	40,9	40,9	86,4
Sangat Setuju	6	13,6	13,6	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Dari output diatas dapat dilihat bahwa ada responden yang tidak setuju dengan item 1 tentang setiap karyawan tanggap dalam melayani nasabah yaitu ada 5 orang dengan persentase 11,4%, kemudian nasabah yang kurang setuju ada 15 orang dengan persentase 34,1%, untuk nasabah yang setuju merupakan jumlah yang paling banyak yaitu ada sebanyak 18 orang dengan persentase 40,9%, dan untuk nasabah yang berpendapat sangat setuju ada sebanyak 6 orang dengan persentase 13,6%, untuk item 1 tentang setiap karyawan

tanggap dalam melayani nasabah. Dan tidak adanya nasabah yang berpendapat sangat tidak setuju.

- j. Pada dimensi *responsiveness* item 2 “setiap karyawan tanggap terhadap keluhan nasabah” didapatkan output sebagai berikut :

Tabel 4.17
Responsiveness item 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	4	9,1	9,1	9,1
Setuju	26	59,1	59,1	68,2
Sangat Setuju	14	31,8	31,8	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang kurang setuju dengan item 2 tentang setiap karyawan tanggap terhadap keluhan nasabah ada sebanyak 4 orang dan persentase 9,1%, kemudian nasabah yang setuju ada sebanyak 26 orang dengan persentase 59,1%, untuk nasabah yang sangat setuju ada sebanyak 14 orang dengan persentase 31,8%.

Dapat diambil kesimpulan bahwa persentase yang tertinggi mengatakan setuju setiap karyawan tanggap terhadap keluhan nasabah. Dan pada item ini tidak ada terdapat pendapat nasabah yang mengatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

- k. Pada dimensi *responsiveness* item 3 “setiap karyawan tanggap terhadap kebutuhan nasabah” didapatkan output sebagai berikut :

Tabel 4.18
responsiveness item 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	1	2,3	2,3	2,3
Setuju	23	52,3	52,3	54,5

Sangat Setuju	20	45,5	45,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang kurang setuju dengan item 3 tentang setiap karyawan tanggap terhadap kebutuhan nasabah ada 1 orang dan persentase 2,3%, kemudian nasabah yang setuju ada sebanyak 23 orang dengan persentase 52,3%, untuk nasabah yang sangat setuju ada sebanyak 20 orang dengan persentase 45,5%.

Dapat diambil kesimpulan bahwa persentase yang tertinggi mengatakan setuju setiap karyawan tanggap terhadap kebutuhan nasabah. Dan pada item ini tidak ada terdapat pendapat nasabah yang mengatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

- l. Pada dimensi *responsiveness* item 4 “kecepatan dalam memproses keluhan nasabah” didapatkan output sebagai berikut :

Tabel 4.19
Responsiveness item 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	1	2,3	2,3	2,3
Setuju	19	43,2	43,2	45,5
Sangat Setuju	24	54,5	54,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang kurang setuju dengan item 4 tentang kecepatan dalam memproses keluhan nasabah ada 1 orang dan persentase 2,3%, kemudian nasabah yang setuju ada sebanyak 19 orang dengan persentase 43,2%, untuk nasabah yang sangat setuju ada sebanyak 24 orang dengan persentase 54,5%.

Dapat diambil kesimpulan bahwa persentase yang tertinggi mengatakan sangat setuju dengan kecepatan dalam memproses keluhan nasabah. Dan pada item ini tidak ada terdapat pendapat nasabah yang mengatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

- m. Pada dimensi *assurance* item 1 “setiap karyawan dapat menumbuhkan kepercayaan nasabah” didapatkan output sebagai berikut :

Tabel 4.20
Assurance item 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	7	15,9	15,9	15,9
Setuju	21	47,7	47,7	63,6
Sangat Setuju	16	36,4	36,4	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang kurang setuju dengan setiap karyawan dapat menumbuhkan kepercayaan nasabah ada 7 orang dan persentase 15,9%, kemudian nasabah yang setuju ada sebanyak 21 orang dengan persentase 47,7%, untuk nasabah yang sangat setuju ada sebanyak 16 orang dengan persentase 36,4%, untuk setiap karyawan dapat menumbuhkan kepercayaan nasabah, dan tidak adanya nasabah yang berpendapat tidak setuju dan sangat tidak setuju.

- n. Pada dimensi *assurance* item 2 “seluruh karyawan mempunyai pengetahuan yang luas untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari nasabah” didapatkan output sebagai berikut :

Tabel 4.21
Assurance item 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	9	20,5	20,5	20,5
Setuju	16	36,4	36,4	56,8

Sangat Setuju	19	43,2	43,2	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang kurang setuju dengan seluruh karyawan mempunyai pengetahuan yang luas untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari nasabah ada 9 orang dan persentase 20,5%, kemudian nasabah yang setuju ada sebanyak 16 orang dengan persentase 36,4%, untuk nasabah yang sangat setuju ada sebanyak 19 orang dengan persentase 43,2%, untuk seluruh karyawan mempunyai pengetahuan yang luas untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari nasabah, dan tidak adanya nasabah yang berpendapat tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dapat diambil kesimpulan bahwa persentase yang tertinggi mengatakan sangat setuju dengan seluruh karyawan mempunyai pengetahuan yang luas untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari nasabah. Dan pada item ini tidak ada terdapat pendapat nasabah yang mengatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

- o. Pada dimensi *assurance* item 3 “Nasabah dalam bertransaksi merasa aman” didapatkan output sebagai berikut :

Tabel 4.22
Assurance item 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kurang Setuju	5	11,4	11,4	11,4
Setuju	26	59,1	59,1	70,5
Sangat Setuju	13	29,5	29,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang kurang setuju dengan Nasabah dalam bertransaksi merasa aman ada 5

orang dan persentase 11,4%, kemudian nasabah yang setuju ada sebanyak 26 orang dengan persentase 51,1%, untuk nasabah yang sangat setuju ada sebanyak 13 orang dengan persentase 29,5%, untuk Nasabah dalam bertransaksi merasa aman, dan tidak adanya nasabah yang berpendapat tidak setuju dan sangat tidak setuju.

- p. Pada dimensi *assurance* item 4 “setiap karyawan dapat melayani nasabah tanpa ada kesalahan ” didapatkan output sebagai berikut :

Tabel 4.23
Assurance item 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	7	15,9	15,9	15,9
Setuju	21	47,7	47,7	63,6
Sangat Setuju	16	36,4	36,4	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang kurang setuju dengan setiap karyawan dapat melayani nasabah tanpa ada kesalahan ada 7 orang dan persentase 15,9%, kemudian nasabah yang setuju ada sebanyak 21 orang dengan persentase 47,7%, untuk nasabah yang sangat setuju ada sebanyak 16 orang dengan persentase 36,4%, untuk setiap karyawan dapat melayani nasabah tanpa ada kesalahan.

Dapat diambil kesimpulan bahwa persentase yang tertinggi mengatakan setuju dengan setiap karyawan dapat melayani nasabah tanpa ada kesalahan. Sama halnya dengan yang penulis amati pada waktu penelitian penulis melihat setiap karyawan sangat berhati-hati pada saat melayani dan bertransaksi dengan nasabah. Dan pada item ini tidak ada terdapat pendapat nasabah yang mengatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

- q. Pada dimensi *emphaty* item 1 “setiap karyawan memberikan perhatian secara individual terhadap permasalahan nasabah ” didapatkan output sebagai berikut :

Tabel 4.24
Emphaty item 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak Setuju	2	4,5	4,5	4,5
Kurang Setuju	8	18,2	18,2	22,7
Setuju	22	50,0	50,0	72,7
Sangat Setuju	12	27,3	27,3	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang tidak setuju dengan setiap karyawan memberikan perhatian secara individual terhadap permasalahan nasabah ada 2 orang dengan persentase 4,5%, kemudian nasabah yang Kurang setuju ada sebanyak 8 orang dengan persentase 18,2%, untuk nasabah yang setuju ada sebanyak 22 orang dengan persentase 50%, dan untuk nasabah yang memilih sangat setuju ada sebanyak 12 orang dengan persentase 27,3% untuk setiap karyawan memberikan perhatian secara individual terhadap permasalahan nasabah.

- r. Pada dimensi *emphaty* item 2 “setiap karyawan dapat memberikan kemudahan dalam bertransaksi” didapatkan output sebagai berikut :

Tabel 4.25
Emphaty item 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S.Tidak Setuju	2	4,5	4,5	4,5
Kurang Setuju	6	13,6	13,6	18,2
Setuju	22	50,0	50,0	68,2
Sangat Setuju	14	31,8	31,8	100,0

Total	44	100,0	100,0	
-------	----	-------	-------	--

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak setuju dengan setiap karyawan dapat memberikan kemudahan dalam bertransaksi ada 2 orang dengan persentase 4,5%, kemudian nasabah yang Kurang setuju ada sebanyak 6 orang dengan persentase 13,6%, untuk nasabah yang setuju ada sebanyak 22 orang dengan persentase 50%, dan untuk nasabah yang memilih sangat setuju ada sebanyak 14 orang dengan persentase 31,8% untuk setiap karyawan dapat memberikan kemudahan dalam bertransaksi.

- s. Pada dimensi *emphaty* item 3 “setiap karywan melayani nasabah dengan penuh perhatian” didapatkan output sebagai berikut :

Tabel 4.26
Emphaty item 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	4	9,1	9,1	9,1
Setuju	24	54,5	54,5	63,6
Sangat Setuju	16	36,4	36,4	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang kurang setuju dengan setiap karywan melayani nasabah dengan penuh perhatian ada 4 orang dengan persentase 9,1%, kemudian nasabah yang setuju ada sebanyak 24 orang dengan persentase 54,5%, untuk nasabah yang sangat setuju ada sebanyak 16 orang dengan persentase 36,4%, untuk setiap karywan melayani nasabah dengan penuh perhatian.

Dapat diambil kesimpulan bahwa persentase yang tertinggi mengatakan setuju dengan setiap karywan melayani nasabah dengan

perhatian. Dan pada item ini tidak terdapat jawaban nasabah yang tidak setuju dan sangat tidak setuju.

- t. Pada dimensi *emphaty* item 4 “seluruh karyawan memahami akan kebutuhan nasabah” didapatkan output sebagai berikut :

Tabel 4.27
Emphaty item 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	4,5	4,5	4,5
	Kurang Setuju	6	13,6	13,6	18,2
	Setuju	24	54,5	54,5	72,7
	Sangat Setuju	12	27,3	27,3	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang Tidak setuju dengan seluruh karyawan memahami akan kebutuhan nasabah ada 2 orang dengan persentase 4,5%, kemudian nasabah yang kurang setuju ada 6 orang dengan persentase 13,6%, untuk nasabah yang setuju ada sebanyak 24 orang dengan persentase 54,5%, dan yang sangat setuju ada sebanyak 12 orang dengan persentase 27,3%, seluruh karyawan memahami akan kebutuhan nasabah.

Dapat diambil kesimpulan bahwa persentase yang tertinggi mengatakan setuju dengan seluruh karyawan memahami akan kebutuhan nasabah. Dan pada item ini tidak terdapat jawaban nasabah yang sangat tidak setuju.

2. Metode Regresi Linear Berganda

Untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ini ringkasan hasil setelah dilakukan uji regersi linear berganda:

Tabel 4.29
Model Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Sig
Kostanta (a)	2,497	0,141
<i>Tangible</i> (b ₁)	0,031	0,585
<i>Reliability</i> (b ₂)	1,035	0,000
<i>Responsiveness</i> (b ₃)	0,094	0,231
<i>Assurance</i> (b ₄)	-0,099	0,084
<i>Emphaty</i> (b ₅)	0,036	0,550

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Dari tabel 4.29 dapat dimasukkan kedalam rumus :

$$Y = 2,497 + 0,031 X_1 + 1,035 X_2 + 0,094 X_3 - 0,099 X_4 + 0,036 X_5$$

Dalam tabel dapat diketahui nilai kostanta (a) 2,497. Artinya : jika kualitas pelayanan nilainya 0, maka besar nilai kepuasan nasabah akan sama dengan konstanta yaitu 2,497.

Nilai koefisien regresi variabel *Tangible* (b₁) bernilai positif yaitu 0,031. Artinya: bahwa setiap kenaikan kualitas pelayanan dimensi *Tangible* sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,031 satuan dengan asumsi nilai variabel independen lainnya tetap. Maksudnya dengan adanya bukti fisik dalam melayani nasabah maka nasabah akan merasa lebih puas dan akan tetap loyal kepada BMT tersebut.

Nilai koefisien regresi variabel *Reliability* (b₂) bernilai positif yaitu 1,035. Artinya: bahwa setiap kenaikan kualitas pelayanan dimensi *Reliability* sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 1,035 satuan dengan asumsi nilai variabel independen lainnya tetap. Maksudnya dengan bersungguh-sungguhnya karyawan dalam melayani nasabah maka nasabah akan merasa lebih puas dan akan tetap loyal kepada BMT tersebut.

Nilai koefisien regresi variabel *Responsiveness* (b₃) bernilai positif yaitu 0,094. Artinya: bahwa setiap kenaikan kualitas pelayanan dimensi *Responsiveness* sebesar 1 satuan maka akan

meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,094 satuan dengan asumsi nilai variabel independen lainnya tetap. Maksudnya dengan tanggapnya karyawan dalam melayani nasabah maka nasabah akan merasa lebih puas dan akan tetap loyal kepada BMT tersebut.

Nilai koefisien regresi variabel *Assurance* (b_4) bernilai negatif yaitu -0,099. Artinya: bahwa setiap penurunan nilai kualitas pelayanan dimensi *Assurance* sebesar 1 satuan maka akan menurunkan kepuasan nasabah sebesar -0,099 satuan dengan asumsi nilai variabel independen lainnya tetap. Maksudnya hubungan koefisien *assurance* dengan kepuasan nasabah yaitu berhubungan negatif, yang mana setiap koefisien *assurance* bernilai negatif maka akan menurunkan kepuasan nasabah sebesar nilai koefisiennya.

Nilai koefisien regresi variabel *Emphaty* (b_5) bernilai positif yaitu 0,036. Artinya: bahwa setiap kenaikan kualitas pelayanan dimensi *Emphaty* sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,036 satuan dengan asumsi nilai variabel independen lainnya tetap. Maksudnya dengan adanya sikap perhatian dan mudahnya seorang karyawan dalam memahami kemauan nasabah maka nasabah akan merasa lebih puas dan akan tetap loyal kepada BMT tersebut.

3. Uji Determinasi (R^2)

Tabel 4.30
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,970 ^a	,942	,934	,77860

- a. Predictors: (Constant), *Emphaty*, *Tangible*, *Assurance*, *Responsiveness*, *Reliability*
- b. Dependent variable : Kepuasan Nasabah

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Di dalam output dapat dilihat koefisien korelasi yang diperoleh antara 0-1, jika mendekati 1 maka hubungan semakin erat, tetapi jika mendekati 0 maka hubungan semakin lemah. Angka r didapat 0,970 artinya korelasi antara variabel kualitas pelayanan (*Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*) terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,970. Hal ini berarti terjadi hubungan yang erat karena nilai mendekati 1 yang menunjukkan bahwa nasabah sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

Hasil yang diperoleh diperkuat dengan R Square (R^2) sebesar 0,942. Angka ini akan diubah ke bentuk persen artinya persentase pengaruh kualitas pelayanan (*Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*) terhadap kepuasan nasabah sebesar 94,2% sedangkan sisanya sebesar 5,8% di pengaruhi oleh faktor lain seperti produk, harga, biaya dan kemudahan dalam mendapatkan produk atau jasa yang tidak dimasukkan dalam model ini.

4. Uji t

Untuk mengetahui lebih lanjut mana diantara variabel independen yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Setelah dilakukan pengujian dengan system SPSS 22, maka didapat output seperti tabel 4.31 sebagai berikut:

Tabel 4.31

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,497	1,662		1,503	,141
Tangible	,031	,056	,023	,550	,585

Reliability	1,035	,078	,888	13,261	,000
Responsiveness	,094	,077	,069	1,218	,231
Assurance	-,099	,056	-,071	-1,772	,084
Emphaty	,036	,059	,034	,603	,550

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Dari tabel di atas, maka didapat hasil sebagai berikut:

a. Hipotesis 1

Dengan hipotesis statistik pertama akan diuji sebagai berikut :

H_{01} : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

H_{a1} : Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

Variabel pelayanan bukti fisik (*tangible*) memiliki t_{hitung} 0,550 dengan sig. 0,585. Sedangkan t_{tabel} pada signifikansi $0,05/2 = 0,025$ dengan derajat $df = n-k-1(44-5-1=38)$ adalah 2,024 (*lampiran*). Dengan demikian $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,550 < 2,024$). Sehingga dapat disimpulkan H_{a1} ditolak yang berarti bukti fisik (*tangible*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

Hal tersebut disebabkan karena nasabah tidak terlalu mementingkan aspek yang ada pada dimensi *tangible* (seperti ruang tunggu yang kecil, dan sarana prasarana lainnya) namun nasabah tersebut tetap loyal karena baiknya pelayanan karyawan pada dimensi lainnya.

b. Hipotesis 2

Dengan hipotesis statistik kedua akan diuji sebagai berikut :

H_{02} : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

H_{a2} : Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

Variabel pelayanan kehandalan (*Reliability*) memiliki t_{hitung} 13,261 dengan sig. 0,000. Sedangkan t_{tabel} pada signifikansi $0,05/2 = 0,025$ dengan derajat $df = n-k-1(44-5-1=38)$ adalah 2,024 (*lampiran*). Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($13,261 > 2,024$). Sehingga dapat disimpulkan H_{a2} diterima yang berarti kehandalan (*Reliability*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak. Hal ini disebabkan karena karyawan BMT mampu melayani nasabah sesuai dengan yang dijanjikan dan mampu memberikan informasi dengan jelas kepada nasabah sehingga nasabah merasa puas dan tetap loyal terhadap KJKS BMT Nagari Cubadak.

c. Hipotesis 3

Dengan hipotesis statistik ketiga akan diuji sebagai berikut :

H_{03} : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan ketanggapan (*responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

H_{a3} : Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan ketanggapan (*responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

Variabel pelayanan ketanggapan (*responsiveness*) memiliki t_{hitung} 1,218 dengan sig. 0,231. Sedangkan t_{tabel} pada signifikansi $0,05/2 = 0,025$ dengan derajat $df = n-k-1(44-5-1=38)$ adalah 2,024 (*lampiran*). Dengan demikian $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,218 < 2,024$). Sehingga dapat

disimpulkan bahwa H_{03} diterima dan H_{a3} ditolak yang berarti ketanggapan (*responsiveness*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

d. Hipotesis 4

Dengan hipotesis statistik ke empat akan diuji sebagai berikut :

H_{04} : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan keamanan bertransaksi (*assurance*), terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

H_{a4} : Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan keamanan bertransaksi (*assurance*) terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

Variabel pelayanan keamanan bertransaksi (*assurance*) memiliki t_{hitung} 1,772 dengan sig. 0,084. Sedangkan t_{tabel} pada signifikansi $0,05/2 = 0,025$ dengan derajat $df = n-k-1(44-5-1=38)$ adalah 2,024 (*lampiran*). Dengan demikian $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,772 < 2,024$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{04} diterima dan H_{a4} ditolak yang berarti keamanan bertransaksi (*assurance*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak. hal ini sejalan dengan penelitian Putri Lestari yang mana pada penelitiannya juga menemukan bahwa dimensi *assurance* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Syariah Padang.

e. Hipotesis 5

Dengan hipotesis statistik pertama akan diuji sebagai berikut :

H_{05} : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan empati (*emphaty*), terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

H_{a5} : Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan empati (*emphaty*) terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

Variabel pelayanan *emphaty* memiliki t_{hitung} 0,603 dengan sig. 0,550. Sedangkan t_{tabel} pada signifikansi $0,05/2 = 0,025$ dengan derajat $df = n-k-1(44-5-1=38)$ adalah 2,024 (*lampiran*). Dengan demikian $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,603 < 2,024$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{05} diterima dan H_{a5} ditolak yang *emphaty* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.

5. Uji f

Untuk menguji signifikansi pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05.

Tabel 4.32
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	371,396	5	74,279	122,530	,000 ^b
Residual	23,036	38	,606		
Total	394,432	43			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), *Emphaty*, *Tangible*, *Assurance*, *Responsiveness*, *Reliability*

Sumber : Hasil Data Olahan, 2018

Berdasarkan tabel 4.32 terlihat bahwa nilai f_{hitung} sebesar 122,530 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan f_{tabel} adalah 2,450 (*lampiran*). Karena $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitunya $122,530 > 2,450$ dan signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka disimpulkan H_{06} ditolak dan H_{a6} diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan dimensi *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak, sedangkan kualitas pelayanan dimensi *reliability* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.
2. Kualitas pelayanan dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara bersamaan menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak, dengan hasil yang diperoleh melalui uji F nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $F_{hitung} 122,530 > F_{tabel} 2,450$. Hal ini diperkuat dengan perhitungan uji determinasi yang didapatkan sebesar 0,942, dimensi kualitas pelayanan (*Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*) mempengaruhi sebesar 94,2% tingkat kepuasan nasabah dan sisanya sebesar 5,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

B. Implikasi Praktisi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa secara bersamaan dimensi kualitas pelayanan *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Putri Lestari, bahwa variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* secara bersamaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Nagari Cabang Syariah Padang dengan uji determinasi 75% loyalitas nasabah dipengaruhi oleh variabel diatas dan 24,9% di pengaruhi

oleh faktor lain. Hal ini juga sejalan dengan teori yang dikemukakan Kotler (1997) bahwa kualitas harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Terdapat lima determinan/dimensi yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*.

C. Saran

Saran yang penulis sampaikan dari hasil penelitian ini yaitu :

1. Penulis menyarankan agar KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak untuk terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan karyawan terhadap nasabah, agar nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan sehingga nasabah akan tetap loyal dan bisa meningkatkan jumlah nasabah KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak.
2. Disarankan untuk penelitian selanjutnya untuk menambahkan beberapa variabel baru yang belum digunakan didalam model penelitian ini, dan mencoba memperluas objek pembahasannya yang dilakukan pada waktu dan lokasi yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 1992. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Amalia, Euis. 2009. *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Anshori ,Abdul Ghofur. 2007. *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Arikunto, Suharsimi. 2005. *Manajemen Penelitian* . Jakarta : PT. Rineka Cipta
- _____,2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Bungin,Burhan. 2011. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Departemen Agama RI. 1995. Al-Quran Surah Al-Baqarah ayat 275 Semarang: PT. Karya Toha Putra Semarang
- Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur Dan Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002. dikutip dari Idris, Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Pegawai PT. BPR Syariah Haji Miskin Pandai sikek (Skripsi Sarjana, Jurusan Syariah STAIN Batusangkar, 2013)
- Iska, Syukri. 2012. *Sistem Perbankan Di Indonesia Dalam Prespektif Fikih Ekonomi*. Batusangkar: STAIN Batusangkar Perss
- Kasmir. 2010. *Pemasaran Bank*, Cet. Ke-4. Jakarta: Kencana
- Keputusan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia Nomor: 91/Kep/M.KUKM/IX/2004. Pasal 44
- Kotler, Philip. dkk. 2003. *Manajemen Pemasaran : prespektif Asia, terjemahan Zein Isa, Marketting Management: An Asian Perspective , third Edition*, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Harun, Isra, Haerul, J.E. 2013. *Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Pengguna Game Pointblank*. Journal Psikologi

- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, Jakarta: Salemba Empat
- Martono. 2002. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain*. Yogyakarta: Ekonisia
- Muhammad. 2008. *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam: pendekatan kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Prayitno, Duwi. 2012. *Cara Kiat Belajar Analisa Data Dengan SPSS 20*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- _____, 2014. *Cara Kiat Belajar Analisa Data Dengan SPSS 22*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Ridwan, Muhammad. 2004. *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*. Yogyakarta: UII Press
- Shihab, M. Quraishy . 2008. *Tafsir Al- Misbah : Pesan Kesan Dan Keserasian Al-Quran*, Tangerang : Lantera Hati
- Siti Ati Almar'atus Solihah, "Analisis Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Peningkatan Dana Pihak Ketiga (DPK) Dan Pembiayaan Yang Diberikan (PYD) (Studi Di Bank Syariah Mandiri Cabang Serang)", Skripsi Sarjana Ekonomi Syariah (Jakarta: <http://repository.uinjkt.ac.id/>, 2011).
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sumarni, Murti. 2002. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: liberty Yogyakarta
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, cet. Ke-4. Jakarta: Rineka Cipta
- Sutopo dan Adi Suryanto. 2009. *Pelayanan Prima*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara
- Swastha, Basu. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku konsumen*. Yogyakarta: BPFEE
- Syofian, Siregar. 2013. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Teguh, Muhammad. 1999. *Metodelogi Penelitian Ekonomi : Teori dan Aplikasi* . Jakarta: PT.Raja Grafindo persada
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: CV. Andi Offset

- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan Dan Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. dan Anastasia Diana, 2003. *Total Quality Management*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Umar, Husein. 2010. *Desain Penelitian Manajemen Strategis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Yamit, Zulian. 2001. *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia

L
A
M
P
I
R
A
N



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BATUSANGKAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Sudirman No. 137 Lima Kaum Batusangkar Telp. (0752) 71150, 574221, 71890 Fax. (0752) 71879
Website : www.iainbatusangkar.ac.id e-mail : info@iainbatusangkar.ac.id

Nomor : B-264 /In.27/F.IV.1/TL.00/04/2017
Sifat : Biasa
Lamp. : -
Hal : Mohon Izin Survei Awal
Penulisan Proposal Skripsi

17 April 2017

Yth. Pimpinan KJKS BMT AL-Makmur Nagari Cubadak

Di
Batusangkar

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat,

Sehubungan dengan proses pembuatan proposal skripsi mahasiswa, dengan ini dimohon kesediaannya memberikan izin kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : **Windi Putri Sasmita**
NIM : 14 202 188
Semester : VI (Enam)
Jurusan : Perbankan Syariah

untuk melakukan survei awal dan mengumpulkan data pada instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan proposal skripsi yang bersangkutan, dengan judul **"Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Pada KJKS BMT AL-Makmur Nagari Cubadak"**.

Demikian disampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

Nailur Rahmi, M.Ag
NIP. 19730603 200501 2 0064



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BATUSANGKAR
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Jl. Sudirman No.137 Kuburajo Lima Kaum Batusangkar 27213, Telp. (0752) 71150, Ext 135, Fax. (0752) 71879
Website : www.iaibatusangkar.ac.id e-mail: lpdm@iaibatusangkar.ac.id

20 Desember 2017

Nomor : B- 411 /In.27/L.I/TL.00/ 12 /2017
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 Rangkap
Perihal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan BMT Al Makmur
Cubadak

Assalamu'alaikum Wr. Wb.
Dengan hormat,

Bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

Nama/NIM : WINDI PUTRI SASMITA / 14202188
Tempat/Tgl. Lahir : Taluk, 19 Juni 1996, 19 Juni 1996
NIK : KTP. 1304065906960003
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Alamat : Simpang Bundung Jorong Tigo Tumpuk Nagari Taluk Kecamatan
Lintau Buo Kabupaten Tanah Datar

akan melakukan pengumpulan data untuk proses penulisan laporan hasil penelitiannya sebagai berikut:

Judul Penelitian : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada KJKS BMT Al Makmur Nagari Cubadak**
Lokasi : BMT Al Makmur Nagari Cubadak
Waktu : 21 Desember 2017 s.d 21 Februari 2018
Pembimbing 1 : Dr. H. Alimin, Lc., M.Ag.
2 : Elfadhli, S.E.I., M.Si.

untuk itu, diharapkan kiranya Bapak/Ibu berkenan memberi izin dalam rangka pelaksanaan penelitian mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian disampaikan, atas bantuan dan Kerjasamanya diucapkan terimakasih.

an. Ketua
Kepala Pusat Penelitian dan
Penerbitan
[Signature]
Ika Metiza Maris, M. Si.



Tembusan:

1. Rektor IAIN Batusangkar (Sebagai Laporan).
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar (Sebagai Laporan).



**KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH
BMT - AL MAKMUR**

Alamat : Jl. Raya Eatus argi kar – Padang Panjang (Depan Kantor PSTW / Pantai Jompo Sayang Ibu)
Jkr. Supanjang Nag. Cubadak Kec. Lima Kaum Kab. Tanah Datar
HP. 081267290979 - 081363194220 KODE POS. 27216
BADAN HUKUM NOMOR : 95 BH/KPT-TD/KOP/1/2010



SURAT KETERANGAN PELITIAN

Nomor : 01/KJKS-BMT-AM/I-2018

Yang bertanda tangan di bawah ini Pengurus KJKS – BMT AL MAKMUR menerangkan bahwa:

Nama : Windi Putri Sasmita
NIM : 14 202 188
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada
KJKS BMT AL Makmur Nagari Cubadak

Dengan ini menerangkan bahwa nama yang tersebut diatas di izinkan untuk melakuakn survei awal dan mengumpulkan data di KJKS – BMT AL MAKMUR.

Demikianlah surat ini dibuat agar dapat digunakan oleh yang bersangkutan sebagaimana mestinya.

Cubadak, 19 April 2018

SUHATRI MARIKO, SEI, M.Sy
Ketua

**PENGURUS
KJKS BMT AL MAKMUR**

SAWIRMAN
Sekretaris





**KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH
BMT - AL MAKMUR**

Alamat : Jl. Raya Eatus ang kar – Padang Panjang (Depan Kantor PSTW / Panti Jompo Sayang Ibu)
Jer. Supanjang Nag. Cubadak Kec. Lima Kaum Kab. Tanah Datar
HP 081267290979 - 081363194220 KODE POS 27216
BADAN HUKUM NOMOR : 95/BH/KPT-TD/KOP/1/2010



SURAT KETERANGAN PELITIAN

Nomor : 01/KJKS-BMT-AM/I-2018

Yang bertanda tangan di bawah ini Pengurus KJKS – BMT AL MAKMUR menerangkan bahwa:

Nama : Windi Putri Sasmita
NIM : 14 202 188
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada
KJKS BMT AL Makmur Nagari Cubadak

Dengan ini menerangkan bahwa nama yang tersebut diatas benar telah melakukan penelitian pada KJKS – BMT AL MAKMUR di Nagari Cubadak dengan melakukan penyebaran angket kepada Nasabah KJKS – BMT AL MAKMUR.

Demikianlah surat ini dibuat agar dapat digunakan oleh yang bersangkutan sebagaimana mestinya.

Cubadak, 24 Januari 2018

PENGURUS

KJKS BMT AL MAKMUR

SUHATRI MARIKO, SEI, M.Sy
Ketua

SAWIRMAN
Sekretaris

ANGKET PENELITIAN TENTANG PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH
KJKS BMT AL MAKMUR NAGARI CUBADAK

A. PENGANTAR

Sehubung dengan tugas akhir untuk menyelesaikan studi (S1) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar, saya Windi Putri Sasmita akan melakukan penelitian untuk skripsi saya yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada KJKS BMT Almakmur Nagari Cubadak.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis adakah pengaruh dari kualitas pelayanan yang diberikan yang dilihat dari dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* terhadap kepuasan nasabah KJKS BMT Almakmur Nagari Cubadak. saya berharap bapak atau ibu, saudara/i bersedia membantu saya untuk mengisi angket ini dengan sungguh-sungguh dan sejujurnya.

Pengisian angket ini semata-mata untuk kepentingan penulisan skripsi saya dan dijaga kerahasiaan bapak ibu, saudara saudari. Jawaban yang diberikan kepada peneliti merupakan penghargaan yang tak ternilai harganya bagi penelitian ini, untuk itu saya ucapkan terimakasih.

B. Identitas Responden

Nama :
Alamat :

C. Karakteristik Responden

Berikan tanda (X) pada jawaban sesuai dengan keadaan anda

1. Jenis kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Anda menjadi nasabah KJKS BMT almakmur
 - a. < 1 Tahun
 - b. 1 Tahun
 - c. 2 Tahun
 - d. 3 Tahun
 - e. > 3 Tahun

D. Penilaian Nasabah Terhadap *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, Dan *Emphaty* (variabel X1, X2,X3,X4,X5 dan Y)

(Berikan tanda √pada jawaban yang dipilih)

Ket.

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak

E. Angket Penelitian

NO	DAFTAR PERNYATAAN	KUALITAS PELAYANAN				
		SS	S	KS	TS	STS
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)						
1	Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman					
2	Setiap karyawan berpakaian rapi dan sopan					
3	Setiap karyawan selalu ramah dan baik dalam melayani nasabah					
4	Lokasi BMT mudah untuk ditemukan					
Kehandalan (<i>Reliability</i>)						
5	Setiap karyawan dapat memberikan informasi dengan jelas kepada nasabah					
6	Setiap karyawan bersungguh-sungguh untuk membantu memecahkan masalah nasabah					

7	Setiap karyawan memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan					
8	Setiap karyawan selalu mengupayakan layanan yang bebas dari kesalahan					
Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)						
9	Setiap karyawan tanggap dalam melayani nasabah					
10	Setiap karyawan tanggap terhadap keluhan nasabah					
11	Setiap karyawan tanggap terhadap kebutuhan nasabah					
12	Kecepatan dalam pemrosesan keluhan nasabah					
Jaminan (<i>Assurance</i>)						
13	Setiap karyawan dapat menumbuhkan kepercayaan nasabah					
14	Seluruh karyawan mempunyai pengetahuan yang luas untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari nasabah					
15	Nasabah dalam bertransaksi merasa aman					
16	Setiap karyawan dapat melayani nasabah tanpa ada kesalahan					
Empati (<i>Emphaty</i>)						
17	Setiap karyawan memberikan perhatian					

	secara individual terhadap permasalahan nasabah					
18	Setiap karyawan dapat memberikan kemudahan dalam bertransaksi					
19	Setiap karyawan melayani nasabah dengan penuh perhatian					
20	Seluruh karyawan memahami akan kebutuhan nasabah					

(Asri Tesa Wulandari)

F. Penilaian Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Variabel (Y)

NO	DAFTAR PERNYATAAN	KUALITAS PELAYANAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya merasa pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan Nasabah					
2	Saya mendapatkan pelayanan yang cepat					
3	Saya mendapatkan fasilitas pelayanan yang memadai					
4	Saya merekomendasikan KJKS BMT AL Makmur Nagari Cubadak kepada orang lain agar menjadi nasabah di KJKS BMT AL Makmur Nagari Cubadak					

5	Saya selalu berminat untuk melakukan transaksi kembali di KJKS BMT AL Makmur Nagari Cubadak					
---	---	--	--	--	--	--

(Asri Tesa Wulandari)

NO	NAMA	TANGIBLE				Total Skor
		1	2	3	4	
1	Yasrizal	5	5	5	5	20
2	Raflison	5	5	4	4	18
3	Syamsiarmis	5	5	5	5	20
4	Yuliza Anggraini	5	5	5	5	20
5	Irnia Derianti	5	5	5	5	20
6	Bambang Hermanto	5	4	5	5	19
7	Ema	5	5	5	4	19
8	Gusneli	4	5	5	5	19
9	Sri Zahra Annisa Fitri	5	5	5	5	20
10	Budi Kurniawan	4	5	4	4	17
11	Suardi	5	5	5	4	19
12	Dalis	5	5	5	5	20
13	Aditia Warman	5	5	4	5	19
14	Yesni Deswita	5	5	5	5	20
15	Titin Sumanti	5	5	4	4	18
16	Saswinda	5	4	5	5	19
17	Nasrul	5	5	5	5	20
18	Bustamam	5	5	5	5	20
19	Yusmanidar	5	5	5	4	19

20	Rinaldi	5	5	5	4	19
21	Adrinia Dewi	5	5	5	5	20
22	Syafrinaldi	5	5	4	4	18
23	Ledi Fitriah	5	5	4	4	18
24	Daroji	5	5	5	5	20
25	Mezi	5	5	4	4	18
26	Musliadi	5	5	5	5	20
27	Elpi Marnis	5	5	4	5	19
28	Niswinta	5	5	4	4	18
29	Syafrida	5	4	4	5	18
30	Desmawati	5	5	4	5	19
31	Syafrial	5	5	4	5	19
32	Indra Peni	5	5	5	5	20
33	Fitri Hayani	5	5	5	4	19
34	Tarmailis	5	4	5	5	19
35	Nofrianti	4	5	5	4	18
36	Ridwan	5	5	5	5	20
37	Irmaderianti	5	5	5	4	19
38	Imelda	5	5	4	5	19
39	Reni Linas	4	5	5	5	19
40	Nelmi Efrita	5	5	5	5	20
41	HJ. Aslinar Wetri	5	5	5	5	20
42	Asna Wilis	5	5	4	5	19
43	Bujang	5	4	4	5	18
44	Sawirman	5	4	5	5	19

NO	NAMA	Reliability				Total Skor
		1	2	3	4	
1	Yasrizal	4	5	5	5	19
2	Raflison	4	5	4	4	17
3	Syamsiarmis	4	4	4	4	16
4	Yuliza Anggraini	4	5	4	5	18
5	Irnia Derianti	4	5	5	4	18
6	Bambang Hermanto	5	5	5	4	19
7	Ema	5	5	5	4	19
8	Gusneli	5	4	5	4	18
9	Sri Zahra Annisa Fitri	4	5	5	5	19
10	Budi Kurniawan	5	4	4	5	18
11	Suardi	5	5	4	5	19
12	Dalis	4	4	5	5	18
13	Aditia Warman	4	5	4	5	18
14	Yesni Deswita	4	5	4	4	17
15	Titin Sumanti	5	5	5	4	19
16	Saswinda	4	5	4	5	18
17	Nasrul	5	5	5	5	20
18	Bustamam	5	4	5	4	18
19	Yusmanidar	4	4	4	5	17
20	Rinaldi	5	4	5	4	18
21	Adrinia Dewi	4	4	4	5	17
22	Syafrinaldi	4	5	5	4	18
23	Ledi Fitriah	5	4	4	5	18
24	Daroji	4	5	4	5	18
25	Mezi	4	5	4	5	18

26	Musliadi	4	5	5	4	18
27	Elpi Marnis	5	4	5	4	18
28	Niswinta	4	4	4	4	16
29	Syafrida	4	5	4	4	17
30	Desmawati	4	5	4	4	17
31	Syafrial	4	4	4	5	17
32	Indra Peni	4	4	5	5	18
33	Fitri Hayani	5	5	5	4	19
34	Tarmailis	4	5	4	5	18
35	Nofrianti	5	4	5	5	19
36	Ridwan	4	4	5	4	17
37	Irmaderianti	4	4	5	5	18
38	Imelda	4	5	4	4	17
39	Reni Linas	5	4	5	4	18
40	Nelmi Efrita	4	5	5	5	19
41	HJ. Aslinar Wetri	4	4	4	5	17
42	Asna Wilis	5	5	5	5	20
43	Bujang	4	5	5	4	18
44	Sawirman	4	4	5	5	18

NO	NAMA	Responsiveness				Total Skor
		1	2	3	4	
1	Yasrizal	4	4	4	4	16
2	Raflison	4	5	4	4	17
3	Syamsiarmis	5	5	4	4	18
4	Yuliza Anggraini	4	5	4	5	18

5	Irnia Derianti	5	5	5	5	20
6	Bambang Hermanto	5	5	5	5	20
7	Ema	5	4	5	4	18
8	Gusneli	5	4	5	5	19
9	Sri Zahra Annisa Fitri	5	5	4	5	19
10	Budi Kurniawan	4	4	5	5	18
11	Suardi	5	5	5	5	20
12	Dalis	5	4	5	4	18
13	Aditia Warman	4	5	4	5	18
14	Yesni Deswita	4	5	5	4	18
15	Titin Sumanti	5	4	5	4	18
16	Saswinda	4	5	4	4	17
17	Nasrul	4	5	5	5	19
18	Bustamam	5	4	4	4	17
19	Yusmanidar	4	5	4	5	18
20	Rinaldi	5	4	5	5	19
21	Adrinia Dewi	4	5	5	4	18
22	Syafrinaldi	5	4	4	5	18
23	Ledi Fitriah	5	4	4	4	17
24	Daroji	5	4	4	5	18
25	Mezi	5	4	4	5	18
26	Musliadi	4	5	4	4	17
27	Elpi Marnis	4	5	4	4	17
28	Niswinta	5	5	4	4	18
29	Syafrida	4	4	5	4	17
30	Desmawati	5	4	5	5	19
31	Syafrial	4	4	5	4	17

32	Indra Peni	4	5	4	5	18
33	Fitri Hayani	5	4	5	4	18
34	Tarmailis	4	5	5	5	19
35	Nofrianti	4	5	4	5	18
36	Ridwan	5	4	5	5	19
37	Irmaderianti	4	4	4	5	19
38	Imelda	4	5	5	4	18
39	Reni Linas	5	4	4	4	19
40	Nelmi Efrita	4	5	5	4	18
41	HJ. Aslinar Wetri	5	5	5	4	19
42	Asna Wilis	4	4	5	5	18
43	Bujang	5	4	5	4	18
44	Sawirman	5	5	5	4	19

NO	NAMA	Assurance				Total Skor
		1	2	3	4	
1	Yasrizal	5	5	4	5	19
2	Raflison	4	4	5	5	18
3	Syamsiarmis	4	5	4	5	18
4	Yuliza Anggraini	4	4	5	4	17
5	Irnia Derianti	5	4	5	4	18
6	Bambang Hermanto	5	4	5	5	19
7	Ema	5	5	5	5	20
8	Gusneli	4	5	5	5	19
9	Sri Zahra Annisa Fitri	5	5	5	5	20
10	Budi Kurniawan	5	5	5	5	20
11	Suardi	5	5	5	5	20

12	Dalis	5	5	5	5	20
13	Aditia Warman	5	5	5	5	20
14	Yesni Deswita	4	4	5	4	17
15	Titin Sumanti	4	5	4	5	18
16	Saswinda	4	5	4	5	18
17	Nasrul	5	5	5	5	20
18	Bustamam	4	4	4	4	16
19	Yusmanidar	4	5	4	4	17
20	Rinaldi	5	5	5	5	20
21	Adrinia Dewi	4	5	4	5	18
22	Syafrinaldi	5	4	4	5	18
23	Ledi Fitriah	4	4	4	4	16
24	Daroji	4	5	4	4	17
25	Mezi	4	5	4	4	17
26	Musliadi	4	4	4	4	16
27	Elpi Marnis	4	5	4	4	17
28	Niswinta	4	4	4	4	16
29	Syafrida	5	4	5	4	18
30	Desmawati	4	5	4	4	17
31	Syafrial	5	4	5	4	18
32	Indra Peni	5	5	5	4	19
33	Fitri Hayani	5	4	4	5	18
34	Tarmailis	5	5	4	5	19
35	Nofrianti	5	5	4	5	19
36	Ridwan	4	4	5	5	18
37	Irmaderianti	5	5	4	5	19
38	Imelda	5	4	5	4	18

39	Reni Linas	4	4	4	4	16
40	Nelmi Efrita	5	5	5	5	20
41	HJ. Aslinar Wetri	5	5	4	4	18
42	Asna Wilis	5	5	5	5	20
43	Bujang	5	4	4	5	18
44	Sawirman	5	5	4	5	19

NO	NAMA	Emphaty				Total Skor
		1	2	3	4	
1	Yasrizal	4	5	5	5	19
2	Raflison	4	5	4	4	17
3	Syamsiarmis	4	5	5	4	18
4	Yuliza Anggraini	4	5	5	5	19
5	Irnia Derianti	5	5	5	4	19
6	Bambang Hermanto	5	5	5	4	19
7	Ema	5	5	4	5	19
8	Gusneli	4	5	4	5	18
9	Sri Zahra Annisa Fitri	5	4	5	5	19
10	Budi Kurniawan	5	4	4	4	17
11	Suardi	5	5	4	5	19
12	Dalis	4	5	5	4	18
13	Aditia Warman	4	5	4	5	18
14	Yesni Deswita	4	5	4	5	18
15	Titin Sumanti	5	4	5	5	19
16	Saswinda	4	5	5	5	19
17	Nasrul	5	4	5	5	19

18	Bustamam	4	5	5	5	19
19	Yusmanidar	5	4	5	5	19
20	Rinaldi	5	4	5	5	19
21	Adrinia Dewi	4	5	4	5	18
22	Syafrinaldi	4	4	4	5	17
23	Ledi Fitriah	4	5	4	4	17
24	Daroji	5	4	4	5	18
25	Mezi	5	4	4	5	18
26	Musliadi	5	4	4	5	18
27	Elpi Marnis	5	4	4	5	18
28	Niswinta	5	5	5	4	19
29	Syafrida	5	5	4	4	18
30	Desmawati	4	5	4	5	18
31	Syafrial	5	5	4	5	19
32	Indra Peni	5	4	5	4	18
33	Fitri Hayani	4	4	5	5	18
34	Tarmailis	4	5	5	5	19
35	Nofrianti	4	5	5	5	19
36	Ridwan	4	4	5	4	17
37	Irmaderianti	4	5	5	5	19
38	Imelda	4	4	5	5	18
39	Reni Linas	4	4	4	5	17
40	Nelmi Efrita	4	4	5	5	18
41	HJ. Aslinar Wetri	4	5	5	4	18
42	Asna Wilis	5	5	4	4	18
43	Bujang	5	4	5	5	19
44	Sawirman	4	5	5	4	18

No	Nama	Kepuasan Nasabah (Y)					Total skor
		1	2	3	4	5	
1	Yasrizal	4	5	5	4	5	23
2	Raflison	4	4	4	4	5	21
3	Syamsiarmis	5	4	5	4	5	23
4	Yuliza Anggraini	4	5	5	5	5	24
5	Irnia Derianti	4	4	4	5	5	22
6	Bambang Hermanto	4	5	5	4	4	22
7	Ema	5	4	5	5	4	23
8	Gusneli	4	5	5	5	5	24
9	Sri Zahra Annisa Fitri	5	5	5	4	5	24
10	Budi Kurniawan	5	4	5	4	5	23
11	Suardi	5	5	5	4	5	24
12	Dalis	5	5	4	5	5	24
13	Aditia Warman	4	4	5	5	5	23
14	Yesni Deswita	4	4	5	5	5	23
15	Titin Sumanti	5	5	4	4	5	23
16	Saswinda	4	5	4	4	4	21
17	Nasrul	5	5	5	4	5	24
18	Bustamam	5	5	5	5	4	24
19	Yusmanidar	4	5	5	5	4	23
20	Rinaldi	5	5	5	5	4	24
21	Adrinia Dewi	4	4	4	4	4	20
22	Syafrinaldi	5	4	4	5	4	22
23	Ledi Fitriah	5	5	4	5	5	24
24	Daroji	4	4	4	5	4	21
25	Mezi	4	4	4	5	4	21

26	Musliadi	5	4	4	5	5	23
27	Elpi Marnis	5	4	5	5	5	24
28	Niswinta	4	4	4	4	5	21
29	Syafrida	4	5	5	4	5	23
30	Desmawati	4	4	5	4	5	22
31	Syafrial	4	5	5	5	5	24
32	Indra Peni	5	4	5	4	4	22
33	Fitri Hayani	5	4	4	5	5	23
34	Tarmailis	4	5	4	5	5	23
35	Nofrianti	5	4	5	5	4	23
36	Ridwan	5	4	5	5	5	24
37	Irmaderianti	4	5	5	5	4	23
38	Imelda	4	4	5	5	5	23
39	Reni Linas	5	4	5	4	5	23
40	Nelmi Efrita	5	5	5	5	4	24
41	HJ. Aslinar Wetri	4	4	4	5	4	21
42	Asna Wilis	5	5	5	4	5	24
43	Bujang	5	5	5	4	5	24
44	Sawirman	4	5	5	4	5	23

Lampiran Hasil Olahan SPSS

TABEL 4.1
Pengujian Validitas *Tangible*

		Correlations				
		P_1	P_2	P_3	P_4	Skor_t
P_1	Pearson Correlation	1	,657**	,648**	,630**	,883**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	44	44	44	44	44
P_2	Pearson Correlation	,657**	1	,464**	,609**	,810**
	Sig. (2-tailed)	,000		,002	,000	,000
	N	44	44	44	44	44
P_3	Pearson Correlation	,648**	,464**	1	,564**	,807**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002		,000	,000
	N	44	44	44	44	44
P_4	Pearson Correlation	,630**	,609**	,564**	1	,838**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	44	44	44	44	44
Skor_t	Pearson Correlation	,883**	,810**	,807**	,838**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	44	44	44	44	44

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,855	4

TABEL 4.2
Pengujian Validitas *Reliability*

		Correlations				
		P_1	P_2	P_3	P_4	Skor_t
P_1	Pearson Correlation	1	,739**	,698**	,772**	,875**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	44	44	44	44	44
P_2	Pearson Correlation	,739**	1	,786**	,806**	,918**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	44	44	44	44	44
P_3	Pearson Correlation	,698**	,786**	1	,809**	,909**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	44	44	44	44	44
P_4	Pearson Correlation	,772**	,806**	,809**	1	,934**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	44	44	44	44	44
Skor_t	Pearson Correlation	,875**	,918**	,909**	,934**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	44	44	44	44	44

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,930	4

TABEL 4.3
Pengujian Validitas *Responsiveness*

Correlations

		P_1	P_2	P_3	P_4	Skor_T
P_1	Pearson Correlation	1	,719**	,645**	,578**	,898**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	44	44	44	44	44
P_2	Pearson Correlation	,719**	1	,753**	,544**	,882**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	44	44	44	44	44
P_3	Pearson Correlation	,645**	,753**	1	,549**	,848**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	44	44	44	44	44
P_4	Pearson Correlation	,578**	,544**	,549**	1	,765**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	44	44	44	44	44
Skor_T	Pearson Correlation	,898**	,882**	,848**	,765**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	44	44	44	44	44

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,858	4

TABEL 4.4
Pengujian Validitas Assurance

Correlations

		P_1	P_2	P_3	P_4	skor_t
P_1	Pearson Correlation	1	,512**	,500**	,433**	,789**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,003	,000
	N	44	44	44	44	44
P_2	Pearson Correlation	,512**	1	,445**	,427**	,787**
	Sig. (2-tailed)	,000		,002	,004	,000
	N	44	44	44	44	44
P_3	Pearson Correlation	,500**	,445**	1	,500**	,768**
	Sig. (2-tailed)	,001	,002		,001	,000
	N	44	44	44	44	44
P_4	Pearson Correlation	,433**	,427**	,500**	1	,758**
	Sig. (2-tailed)	,003	,004	,001		,000
	N	44	44	44	44	44
skor_t	Pearson Correlation	,789**	,787**	,768**	,758**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	44	44	44	44	44

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,776	4

TABEL 4.5
Pengujian Validitas *Emphaty*

		Correlations				
		P_1	P_2	P_3	P_4	Skor_t
P_1	Pearson Correlation	1	,859**	,693**	,891**	,941**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	44	44	44	44	44
P_2	Pearson Correlation	,859**	1	,653**	,922**	,947**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	44	44	44	44	44
P_3	Pearson Correlation	,693**	,653**	1	,742**	,815**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	44	44	44	44	44
P_4	Pearson Correlation	,891**	,922**	,742**	1	,971**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	44	44	44	44	44
Skor_t	Pearson Correlation	,941**	,947**	,815**	,971**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	44	44	44	44	44

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,936	4

Tabel 4.6
Kepuasan Nasabah

		Correlations				
		P_1	P_2	P_3	P_4	Skor_t
P_1	Pearson Correlation	1	,739**	,723**	,789**	,861*
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	44	44	44	44	44

P_2	Pearson Correlation	,739**	1	,811**	,819**	,649**	,917*
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	44	44	44	44	44	44
P_3	Pearson Correlation	,723**	,811**	1	,782**	,637**	,901*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	44	44	44	44	44	44
P_4	Pearson Correlation	,789**	,819**	,782**	1	,717**	,935*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	44	44	44	44	44	44
P_5	Pearson Correlation	,541**	,649**	,637**	,717**	1	,791*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	44	44	44	44	44	44
Skor	Pearson Correlation	,861**	,917**	,901**	,935**	,791**	1
_t	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	44	44	44	44	44	44

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,929	5

Analisa Frekuensi *Tangible*

P_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	5	11,4	11,4	11,4
Setuju	8	18,2	18,2	29,5
Sangat Setuju	31	70,5	70,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

P_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	3	6,8	6,8	6,8
Setuju	13	29,5	29,5	36,4
Sangat setuju	28	63,6	63,6	100,0
Total	44	100,0	100,0	

P_3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	5	11,4	11,4	11,4
Setuju	19	43,2	43,2	54,5
Sangat setuju	20	45,5	45,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

P_4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	4	9,1	9,1	9,1
Setuju	18	40,9	40,9	50,0
Sangat setuju	22	50,0	50,0	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Analisa Frekuensi Reliability**P_1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	6	13,6	13,6	13,6
Setuju	25	56,8	56,8	70,5
Sangat setuju	13	29,5	29,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

P_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	2,3	2,3	2,3

Kurang Setuju	6	13,6	13,6	15,9
Setuju	23	52,3	52,3	68,2
Sangat Setuju	14	31,8	31,8	100,0
Total	44	100,0	100,0	

P_3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	2,3	2,3	2,3
Kurang Setuju	9	20,5	20,5	22,7
Setuju	24	54,5	54,5	77,3
Sangat Setuju	10	22,7	22,7	100,0
Total	44	100,0	100,0	

P_4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	2,3	2,3	2,3
Kurang Setuju	9	20,5	20,5	22,7
Setuju	23	52,3	52,3	75,0
Sangat Setuju	11	25,0	25,0	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Analisa Frekuensi Responsiveness

P_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak setuju	5	11,4	11,4	11,4
Kurang Setuju	15	34,1	34,1	45,5
Setuju	18	40,9	40,9	86,4
Sangat Setuju	6	13,6	13,6	100,0
Total	44	100,0	100,0	

P_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	4	9,1	9,1	9,1
Setuju	26	59,1	59,1	68,2
Sangat Setuju	14	31,8	31,8	100,0

Total	44	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

P_3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	1	2,3	2,3	2,3
Setuju	23	52,3	52,3	54,5
Sangat Setuju	20	45,5	45,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

P_4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	1	2,3	2,3	2,3
Setuju	19	43,2	43,2	45,5
Sangat Setuju	24	54,5	54,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Analisa Frekuensi Assurance

P_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	7	15,9	15,9	15,9
Setuju	21	47,7	47,7	63,6
Sangat Setuju	16	36,4	36,4	100,0
Total	44	100,0	100,0	

P_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	9	20,5	20,5	20,5
Setuju	16	36,4	36,4	56,8
Sangat Setuju	19	43,2	43,2	100,0
Total	44	100,0	100,0	

P_3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Kurang Setuju	5	11,4	11,4	11,4
	Setuju	26	59,1	59,1	70,5
	Sangat Setuju	13	29,5	29,5	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

P_4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	7	15,9	15,9
	Setuju	21	47,7	63,6
	Sangat Setuju	16	36,4	100,0
	Total	44	100,0	

Analisa Frekuensi *Emphaty*

P_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	4,5	4,5
	Kurang Setuju	8	18,2	22,7
	Setuju	22	50,0	72,7
	Sangat Setuju	12	27,3	100,0
	Total	44	100,0	

P_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S. Tidak setuju	2	4,5	4,5
	Kurang Setuju	6	13,6	18,2
	Setuju	22	50,0	68,2
	Sangat Setuju	14	31,8	100,0
	Total	44	100,0	

P_3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	9,1	9,1
	Setuju	24	54,5	63,6
	Sangat Setuju	16	36,4	100,0
	Total	44	100,0	

P_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S. Tidak setuju	2	4,5	4,5	4,5
	Kurang Setuju	6	13,6	13,6	18,2
	Setuju	24	54,5	54,5	72,7
	Sangat Setuju	12	27,3	27,3	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Tabel 4.30
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,970 ^a	,942	,934	,77860

a. Predictors: (Constant), Emphaty, Tangible, Assurance, Responsiveness, Reliability

Tabel 4.32

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	371,396	5	74,279	122,530	,000 ^b
	Residual	23,036	38	,606		
	Total	394,432	43			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Emphaty, Tangible, Assurance, Responsiveness, Reliability

Tabel 4.31

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,497	1,662		1,503	,141
	Tangible	,031	,056	,023	,550	,585
	Reliability	1,035	,078	,888	13,261	,000
	Responsiveness	,094	,077	,069	1,218	,231
	Assurance	-,099	,056	-,071	-1,772	,084
	Emphaty	,036	,059	,034	,603	,550

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

DISTRIBUSI NILAI t_{tabel}

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$
1	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750
31	1.309	1.696	2.040	2.453	2.744
32	1.309	1.694	2.037	2.449	2.738
33	1.308	1.692	2.035	2.445	2.733
34	1.307	1.691	2.032	2.441	2.728
35	1.306	1.690	2.030	2.438	2.724
36	1.306	1.688	2.028	2.434	2.719
37	1.305	1.687	2.026	2.431	2.715
38	1.304	1.686	2.024	2.429	2.712
39	1.304	1.685	2.023	2.426	2.708
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704
41	1.303	1.683	2.020	2.421	2.701
42	1.302	1.682	2.018	2.418	2.698
43	1.302	1.681	2.017	2.416	2.695
44	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692
45	1.301	1.679	2.014	2.412	2.690
46	1.300	1.679	2.013	2.410	2.687
47	1.300	1.678	2.012	2.408	2.685
48	1.299	1.677	2.011	2.407	2.682
49	1.299	1.677	2.010	2.405	2.680
50	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678
51	1.298	1.675	2.008	2.402	2.676
52	1.298	1.675	2.007	2.400	2.674
53	1.298	1.674	2.006	2.399	2.672
54	1.297	1.674	2.005	2.397	2.670
55	1.297	1.673	2.004	2.396	2.668
56	1.297	1.673	2.003	2.395	2.667
57	1.297	1.672	2.002	2.394	2.665
58	1.296	1.672	2.002	2.392	2.663
59	1.296	1.671	2.001	2.391	2.662
60	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$
61	1.296	1.671	2.000	2.390	2.659
62	1.296	1.671	1.999	2.389	2.659
63	1.296	1.670	1.999	2.389	2.658
64	1.296	1.670	1.999	2.388	2.657
65	1.296	1.670	1.998	2.388	2.657
66	1.295	1.670	1.998	2.387	2.656
67	1.295	1.670	1.998	2.387	2.655
68	1.295	1.670	1.997	2.386	2.655
69	1.295	1.669	1.997	2.386	2.654
70	1.295	1.669	1.997	2.385	2.653
71	1.295	1.669	1.996	2.385	2.653
72	1.295	1.669	1.996	2.384	2.652
73	1.295	1.669	1.996	2.384	2.651
74	1.295	1.668	1.995	2.383	2.651
75	1.295	1.668	1.995	2.383	2.650
76	1.294	1.668	1.995	2.382	2.649
77	1.294	1.668	1.994	2.382	2.649
78	1.294	1.668	1.994	2.381	2.648
79	1.294	1.668	1.994	2.381	2.647
80	1.294	1.667	1.993	2.380	2.647
81	1.294	1.667	1.993	2.380	2.646
82	1.294	1.667	1.993	2.379	2.645
83	1.294	1.667	1.992	2.379	2.645
84	1.294	1.667	1.992	2.378	2.644
85	1.294	1.666	1.992	2.378	2.643
86	1.293	1.666	1.991	2.377	2.643
87	1.293	1.666	1.991	2.377	2.642
88	1.293	1.666	1.991	2.376	2.641
89	1.293	1.666	1.990	2.376	2.641
90	1.293	1.666	1.990	2.375	2.640
91	1.293	1.665	1.990	2.374	2.639
92	1.293	1.665	1.989	2.374	2.639
93	1.293	1.665	1.989	2.373	2.638
94	1.293	1.665	1.989	2.373	2.637
95	1.293	1.665	1.988	2.372	2.637
96	1.292	1.664	1.988	2.372	2.636
97	1.292	1.664	1.988	2.371	2.635
98	1.292	1.664	1.987	2.371	2.635
99	1.292	1.664	1.987	2.370	2.634
100	1.292	1.664	1.987	2.370	2.633
101	1.292	1.663	1.986	2.369	2.633
102	1.292	1.663	1.986	2.369	2.632
103	1.292	1.663	1.986	2.368	2.631
104	1.292	1.663	1.985	2.368	2.631
105	1.292	1.663	1.985	2.367	2.630
106	1.291	1.663	1.985	2.367	2.629
107	1.291	1.662	1.984	2.366	2.629
108	1.291	1.662	1.984	2.366	2.628
109	1.291	1.662	1.984	2.365	2.627
110	1.291	1.662	1.983	2.365	2.627
111	1.291	1.662	1.983	2.364	2.626
112	1.291	1.661	1.983	2.364	2.625
113	1.291	1.661	1.982	2.363	2.625
114	1.291	1.661	1.982	2.363	2.624
115	1.291	1.661	1.982	2.362	2.623
116	1.290	1.661	1.981	2.362	2.623
117	1.290	1.661	1.981	2.361	2.622
118	1.290	1.660	1.981	2.361	2.621
119	1.290	1.660	1.980	2.360	2.621
120	1.290	1.660	1.980	2.360	2.620

Dari "Table of Percentage Points of the t-Distribution." Biometrika, Vol. 32. (1941), p. 300. Reproduced by permission of the Biometrika Trustess.

DISTRIBUTION TABEL
NILAI $F_{0,05}$
DEGREES OF FREEDOM FOR
NOMINATOR

Degrees of freedom for Denominator

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	15	20	24	30	40	60	120	∞
1	161	200	216	225	230	234	237	239	241	242	244	246	248	249	250	251	252	253	254
2	18,5	19,0	19,2	19,2	19,3	19,3	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4	19,5	19,5	19,5	19,5	19,5	19,5
3	10,1	9,55	9,28	9,12	9,01	8,94	8,89	8,85	8,81	8,79	8,74	8,70	8,66	8,64	8,62	8,59	8,57	8,55	8,53
4	7,71	6,94	6,59	6,39	6,26	6,16	6,09	6,04	6,00	5,96	5,91	5,86	5,80	5,77	5,75	5,72	5,69	5,66	5,63
5	6,61	5,79	5,41	5,19	5,05	4,95	4,88	4,82	4,77	4,74	4,68	4,62	4,56	4,53	4,50	4,46	4,43	4,40	4,37
6	5,99	5,14	4,76	4,53	4,39	4,28	4,21	4,15	4,10	4,06	4,00	3,94	3,87	3,84	3,81	3,77	3,74	3,70	3,67
7	5,59	4,74	4,35	4,12	3,97	3,87	3,79	3,73	3,68	3,64	3,57	3,51	3,44	3,41	3,38	3,34	3,30	3,27	3,23
8	5,32	4,46	4,07	3,84	3,69	3,58	3,50	3,44	3,39	3,35	3,28	3,22	3,15	3,12	3,08	3,04	3,01	2,97	2,93
9	5,12	4,26	3,86	3,63	3,48	3,37	3,29	3,23	3,18	3,14	3,07	3,01	2,94	2,90	2,86	2,83	2,79	2,75	2,71
10	4,96	4,10	3,71	3,48	3,33	3,22	3,14	3,07	3,02	2,98	2,91	2,85	2,77	2,74	2,70	2,66	2,62	2,58	2,54
11	4,84	3,98	3,59	3,36	3,20	3,09	3,01	2,95	2,90	2,85	2,79	2,72	2,65	2,61	2,57	2,53	2,49	2,45	2,40
12	4,75	3,89	3,49	3,26	3,11	3,00	2,91	2,85	2,80	2,75	2,69	2,62	2,54	2,51	2,47	2,43	2,38	2,34	2,30
13	4,67	3,81	3,41	3,13	3,03	2,92	2,83	2,77	2,71	2,67	2,60	2,53	2,46	2,42	2,38	2,34	2,30	2,25	2,21
14	4,60	3,74	3,34	3,11	2,96	2,85	2,76	2,70	2,65	2,60	2,53	2,46	2,39	2,35	2,31	2,27	2,22	2,18	2,13
15	4,54	3,68	3,29	3,06	2,90	2,79	2,71	2,64	2,59	2,54	2,48	2,40	2,33	2,29	2,25	2,20	2,16	2,11	2,07
16	4,49	3,63	3,24	3,01	2,85	2,74	2,66	2,59	2,54	2,49	2,42	2,35	2,28	2,24	2,19	2,15	2,11	2,06	2,01
17	4,45	3,59	3,20	2,96	2,81	2,70	2,61	2,55	2,49	2,45	2,38	2,31	2,23	2,19	2,15	2,10	2,06	2,01	1,96
18	4,41	3,55	3,16	2,93	2,77	2,66	2,58	2,51	2,46	2,41	2,34	2,27	2,19	2,15	2,11	2,06	2,02	1,97	1,92
19	4,38	3,52	3,13	2,90	2,74	2,63	2,54	2,48	2,42	2,38	2,31	2,23	2,16	2,11	2,07	2,03	1,98	1,93	1,88
20	4,35	3,49	3,10	2,87	2,71	2,60	2,51	2,45	2,39	2,35	2,28	2,20	2,12	2,08	2,04	1,99	1,95	1,90	1,84
21	4,32	3,47	3,07	2,84	2,68	2,57	2,49	2,42	2,37	2,32	2,25	2,18	2,10	2,05	2,01	1,96	1,92	1,87	1,81
22	4,30	3,44	3,05	2,82	2,66	2,55	2,46	2,40	2,34	2,30	2,23	2,15	2,07	2,03	1,98	1,94	1,89	1,84	1,78
23	4,28	3,42	3,03	2,80	2,64	2,53	2,44	2,37	2,32	2,27	2,20	2,13	2,05	2,01	1,96	1,91	1,86	1,81	1,76
24	4,26	3,40	3,01	2,78	2,62	2,51	2,42	2,36	2,30	2,25	2,18	2,11	2,03	1,98	1,94	1,89	1,84	1,79	1,73
25	4,24	3,39	2,99	2,76	2,60	2,49	2,40	2,34	2,28	2,24	2,16	2,09	2,01	1,96	1,92	1,87	1,82	1,77	1,71
30	4,17	3,32	2,92	2,69	2,53	2,42	2,33	2,27	2,21	2,16	2,09	2,01	1,93	1,89	1,84	1,79	1,74	1,68	1,62
40	4,08	3,23	2,84	2,61	2,45	2,34	2,25	2,18	2,12	2,08	2,00	1,92	1,84	1,79	1,74	1,69	1,64	1,58	1,51
50	4,08	3,18	2,79	2,56	2,40	2,29	2,20	2,13	2,07	2,02	1,95	1,87	1,78	1,74	1,69	1,63	1,56	1,50	1,41
60	4,00	3,15	2,76	2,53	2,37	2,25	2,17	2,10	2,04	1,99	1,92	1,84	1,75	1,70	1,65	1,59	1,53	1,47	1,39
100	3,94	3,09	2,70	2,46	2,30	2,19	2,10	2,03	1,97	1,92	1,85	1,80	1,68	1,63	1,57	1,51	1,46	1,40	1,28
120	3,92	3,07	2,68	2,45	2,29	2,18	2,09	2,02	1,96	1,91	1,83	1,75	1,66	1,61	1,55	1,50	1,43	1,35	1,22
∞	3,84	3,00	2,60	2,37	2,21	2,10	2,01	1,94	1,88	1,83	1,75	1,67	1,57	1,52	1,46	1,39	1,32	1,22	1,00

NILAI-NILAI r PRODUCT MOMENT

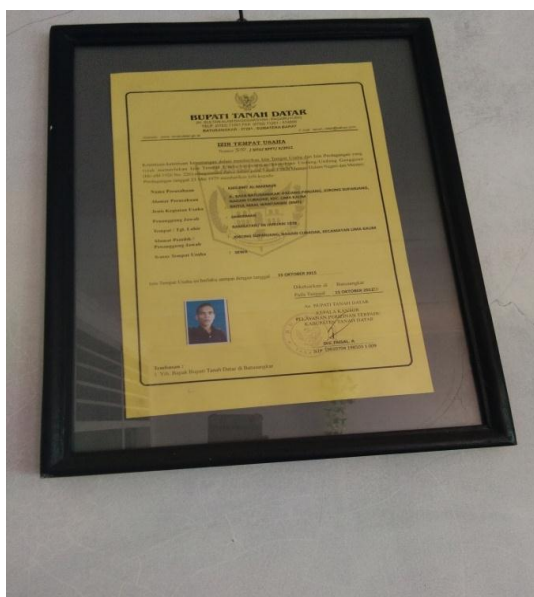
N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

Sumber: Sugiyono.2008. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta. Hal. 373

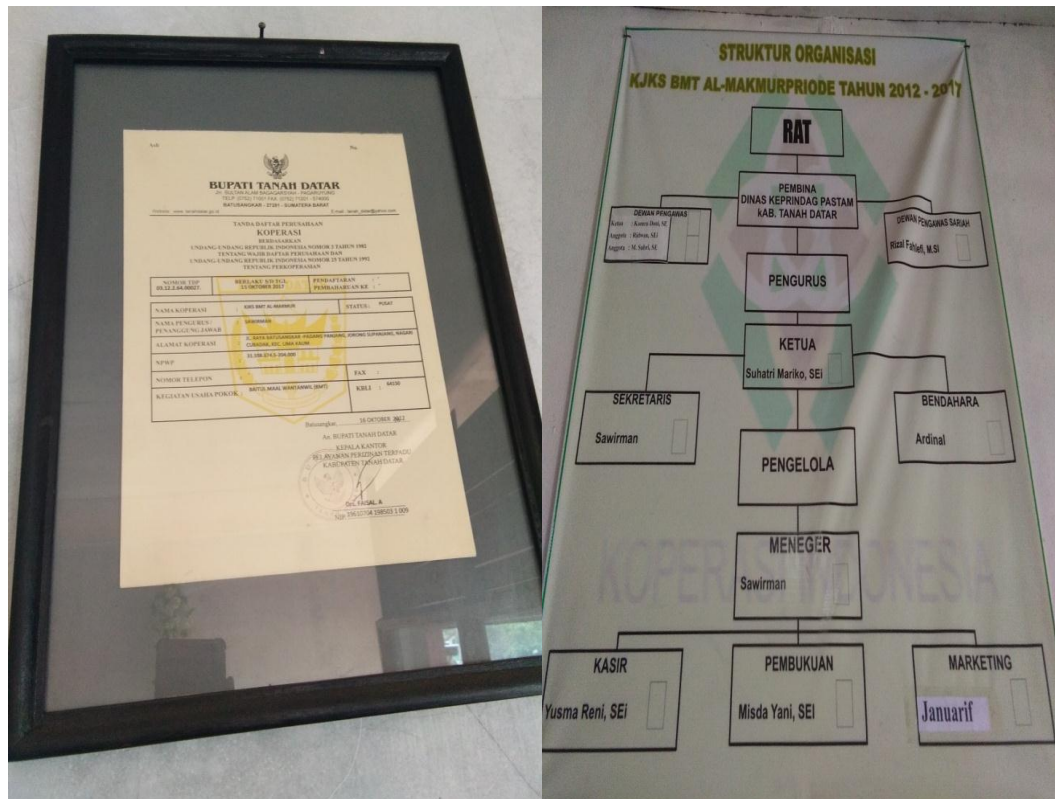
Lampiran dokumentasi

Dokumentasi Assurance

Sertifikat Izin usaha dan hasil penilaian klasifikasi koperasi



Tanda daftar perusahaan koperasi dan Struktur Organisasi



Dokumentasi Tangible

Tampak Depan



kasir



Ruang Tunggu

