

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN JASA
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA KOPERASI
SIMPAN PINJAM PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS)
BMT USAHA GABUNGAN TERPADU (UGT) PASURUAN**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh:

ACHMAD MAHARUDIN
NIM: E20151018

Dosen Pembimbing

Aminatus Zahriyah, SE.,M.Si
NIP. 201603139

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
APRIL 2019**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN JASA
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA KOPERASI
SIMPAN PINJAM PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS)
BMT USAHA GABUNGAN TERPADU (UGT) PASURUAN**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

ACHMAD MAHARUDIN
NIM: E20151018

Disetujui Pembimbing



Aminatus Zahriyah, SE.,M.Si
NIP. 201603139

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN JASA
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA KOPERASI
SIMPAN PINJAM PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS)
BMT USAHA GABUNGAN TERPADU (UGT) PASURUAN**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Pada

Hari : Jum'at

Tanggal : 5 April 2019

Tim Penguji

Ketua



Ahmadiono, S.Ag., M.EI
NIP: 197604012003121005

Sekertaris



Nur Hidavat, SE., M.M
NUP: 201603132

Anggota

1. Dr.Khamdan Rifai, SE.,M.Si
2. Aminatus Zahriyah, SE., M.Si



Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Much. Choib, S.Ag., M.M
NIP: 197107212002121003

MOTTO

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنفَضُوا مِن
حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ
عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya:“ Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”. (Q.S. Al-Imron Ayat : 159)¹

خير الناس أنفعهم للناس

Artinya: “Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lain” (HR. Bukhari Muslim)

¹ Al Qur'an Kementerian Agama Republik Indonesia, 3:159

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji dan syukur kupersembahkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga dengan segala kekurangan penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Dengan segala kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Ayah dan Ibu tercinta (Akiyat dan Maisaroh) yang telah membesarkanku, menyayangiku, yang selalu memotivasiku dan telah rela mengeluarkan keringat demi menjadikan anakmu mendapatkan pendidikan yang lebih baik darimu. Terima kasih atas doamu yang tak henti-hentinya engkau panjatkan dan terima kasih banyak memberi inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua adikku (Ayu Tusyalammah dan Nur Muhammad Chumaidi) yang selalu menghiburku, menguatkan, dan mendukungku dalam segala hal terkhusus dalam studiku saat ini.
3. Sahabat-sahabatku yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu memberikan dukungan semangat untuk cepat menyelesaikan skripsi ini semoga Allah membalas amal ibadahmu..
4. Teman-teman seperjuanganku PS1 Perbankan Syariah 2015 (Bahruddin Nur Salam, Dika Fahrina Asyari, Maliva Farah N, Ansita Dewi A, Nurul Awaliyah, Linda Agesta, Ummu Khudzaifah dan Windi Wahyuniati yang selalu memberikan dukungan hal positif yang saya lakukan.
5. Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua, akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua, orang-orang yang saya sayangi, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat serta berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Layanan jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Pasuruan*”. Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada Nabiyullah Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahilliyah atau kebodohan hingga zaman terang benderang yakni addinul Islam, serta para sahabt, tabi’in dan para ummat yang senantiasa berjalan dalam risalahnya. Sebagai tugas akhir dan sekaligus prasyarat dari kelulusan tingkat Strata satu di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember tahun akademik 2018/2019, tentunya dalam penyusunan skripsi ini juga tidak akan lupa penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Soeharto, S.E, M.M. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember serta Dosen Penasihat Akademik.
2. Bapak Dr. Moch. Chotib, S.Ag.,M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember
3. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.
4. Nurul Setianingrum, S.E.,M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.

5. Dr. Khamdan Rifai, S.E.,M.Si. selaku dosen pembimbing akademik (DPA) dan sekaligus Penguji utama sidang skripsi.
6. Ahmadiono, S.Ag., M.EI selaku ketua sidang skripsi.
7. Nur Hidayat, SE., M.M selaku sekretaris sidang skripsi.
8. Aminatus Zahriyah, SE.,M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi.
9. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya yang telah memberikan ilmu kepada penulis sehingga dapat mengetahui apa yang tidak diketahui.
10. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
11. Bapak Saiful Walid selaku karyawan BMT UGT Sidogiri Pasuruan yang telah banyak membantu selama penulisan penelitian.
12. Segenap manajemen BMT UGT Sidogiri Pasuruan yang bersedia menerima dan membantu selama penelitian.

Akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, sehingga masih perlu tahap penyempurnaan. Namun walau dengan referensi dan waktu yang terbatas, penulis miliki dan untuk lebih menyempurnakannya tentu tidak lepas dari kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari pembaca ini.

Jember, 07 April 2019

Achmad Maharudin
NIM. E201511018

ABSTRAK

Achmad Maharudin, Aminatus Zahriyah, 2019: “*Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Pasuruan.*”

Negara Indonesia adalah Negara satu-satunya yang memiliki lembaga keuangan mikro syariah yang disebut Baitul Maal Wa Tamwil (BMT). Melihat dari segi pertumbuhan BMT di Indonesia cukup signifikan, serta jumlah BMT bisa yang bersaing dengan lembaga keuangan lainnya, maka perlunya memperhatikan segi pelayanan agar tidak ketinggalan dengan lembaga keuangan yang lain, oleh karena itu salah satu hal yang penting dalam lembaga keuangan yaitu layanan jasa yang diberikan agar nasabah merasa aman.

Penelitian ini menganalisa pengaruh kualitas layanan jasa yang terdiri atas kualitas interaksi, kualitas lingkungan, dan kualitas hasil terhadap kepuasan pengguna jasa BMT UGT Sidogiri Pasuruan. Rumusan masalah penelitian dalam skripsi ini adalah: (1) Apakah ada pengaruh signifikan variabel interaksi terhadap kepuasan nasabah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri Pasuruan secara Parsial? (2) Apakah ada pengaruh signifikan variabel lingkungan terhadap kepuasan nasabah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri Pasuruan secara Parsial? (3) Apakah ada pengaruh signifikan variabel hasil terhadap kepuasan nasabah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri Pasuruan secara Parsial? (4) Apakah ada pengaruh signifikan variabel dimensi interaksi, dimensi lingkungan dan dimensi produk jasa itu sendiri terhadap kepuasan nasabah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri Pasuruan secara simultan?

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif dengan jenis penelitian studi kasus. Sumber data yang diperoleh dari penelitian ini yaitu menggunakan angket, observasi dan dokumentasi. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik menggunakan normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastisitas sedangkan analisis regresi berganda menggunakan uji t, uji f dan R^2 . Dari analisis regresi berganda dapat disimpulkan bahwa: (1) Berdasarkan uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,397, karena nilai signifikansi di atas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kualitas interaksi berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. (2) Berdasarkan uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,756, karena nilai signifikansi di atas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kualitas lingkungan tidak berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. (3) Berdasarkan uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000, karena nilai signifikansi di bawah 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kualitas hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. (4) Kualitas interaksi, kualitas lingkungan dan kualitas hasil menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan ialah lebih kecil dari 0,05, yaitu sebesar 0,000. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh.

Kata kunci: *Kualitas Layanan, Kualitas Interaksi, Kualitas Lingkungan, Kualitas Hasil, Kepuasan Pelanggan,*

ABSTRACT

Achmad Maharudin, Aminatus Zahriyah, 2019: *"The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at the Syariah Financing Savings and Loan Cooperative (KSPPS) BMT Integrated Joint Venture (UGT) Pasuruan."*

The Indonesian is the one of nation that has a sharia microfinance institution called Baitul Maal Wa Tamwil (BMT). BMT 's growth is quite significant, and the of BMT that can compete with other financial institutions, the need to pay attention to service aspects so as not to lag with other financial institutions, therefore one of the important things in financial institutions is service given so customers feel safe.

This study analyzes the influence of service quality which consists of interaction quality, environmental quality, and quality of results towards the user satisfaction of BMT UGT services in Sidogiri Pasuruan. The research problem formulation in this thesis are: (1) Is there a significant influence of the interaction variable on customer satisfaction Sharia Financing Savings and Loan Cooperative (KSPPS) Integrated Joint Venture (UGT) Sidogiri Pasuruan Partially? (2) Is there a significant effect of environmental variables on customer satisfaction Sharia Financing Savings and Loan Cooperative (KSPPS) Integrated Joint Venture (UGT) Sidogiri Pasuruan Partially? (3) Is there a significant effect variable results on customer satisfaction Sharia Financing Savings and Loan Cooperative (KSPPS) Integrated Joint Venture (UGT) Sidogiri Pasuruan Partially? (4) Is there a significant influence of interaction dimension variables, environmental dimensions and dimensions of service products themselves on customer satisfaction Sharia Financing Savings and Loan Cooperative (KSPPS) BMT Integrated Joint Venture (UGT) Sidogiri Pasuruan simultaneously?

This research is quantitative descriptive research with a type of case study research. Sources of data obtained from this study are using questionnaires, observation and documentation. In this study using the method of analysis of validity and reliability, classical assumption test using normalization, multicollinearity and heteroscedasticity while multiple regression analysis using t test, f test and R². From the multiple regression analysis it can be concluded that: (1) Based on the t test obtained a significance value of 0.397, because the significance value is above 0.05, it can be concluded that the quality of the interaction is influential but not significant to customer satisfaction. (2) Based on the t test obtained a significance value of 0.756, because the significance value is above 0.05, it can be concluded that environmental quality has no effect but not significant to customer satisfaction. (3) Based on the t test obtained a significance value of 0,000, because the significance value is below 0.05, it can be concluded that the quality of the results has a significant effect on customer satisfaction. (4) Quality of interaction, environmental quality and quality of results indicate that the resulting value is smaller than 0.05, which is equal to 0,000. It can be concluded that the quality of service is jointly influential.

Keywords: Service Quality, Interaction Quality, Environmental Quality, Results Quality, Customer Satisfaction,

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	10
F. Definisi Operasional	12
G. Kerangka Konseptual	16
H. Hipotesis	18
I. Metode Penelitian	19
J. Sistematika Pembahasan	30

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu	31
B. Kajian Teori	43
1. Kualitas Layanan.....	43
2. Perkembangan Teori Jasa dan Presepsi konsumen	46
3. Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa (Brandy dan Cronin)	49
4. Kepuasan Pelanggan	55

BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian.....	59
B. Penyajian Data.....	72
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis	81
D. Pembahasan.....	89

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	95
B. Saran-Saran	96

DAFTAR PUSTAKA	98
-----------------------------	-----------

PERNYATAAN KEASLIHAN TULISAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Kerangka Konseptual
2. Kuesioner Penelitian, Data Responden dan Data SPSS
3. Foto Penelitian
4. Dena Lokasi Penelitian
5. Surat Permohonan Izin penelitian
6. Surat Balasan Izin Penelitian
7. Surat Keterangan Selesai Penelitian
8. Jurnal Penelitian
9. Biodata Penulis

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Hal
1.1	Tabel Indikator Variabel	12
2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	37
3.1	Pemberian Data Skor (<i>Skala Likert</i>).....	73
3.2	Jenis Kelamin Responden	73
3.3	Umur Responden.....	74
3.4	Lama Menjadi Nasabah.....	75
3.5	Distribusi Frekuensi Kualitas Interaksi	76
3.6	Distribusi Frekuensi Kualitas Lingkungan.....	76
3.7	Distribusi Frekuensi Kualitas Hasil.....	77
3.8	Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan.....	78
3.9	Uji Validitas	79
3.10	Hasil Uji Reabilitas	80
3.11	Hasil Regresi Linier Berganda	84
3.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	86
3.13	Hasil Uji Kepuasan Nasabah.....	86
3.14	Uji Signifikansi F (Uji F)	89

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Hal
1.1	Kerangka Konseptual	17
3.1	Struktur Organisasi Kantor pusat BMT Sidogiri Pasuruan	65
3.2	Hasil Uji Normalitas Data	81
3.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	83



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Kasmir lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang bergerak dibidang keuangan, menghimpun dana dan menyalurkan dana atau kedua-duanya.² Artinya kegiatan yang dilakukan oleh lembaga keuangan selalu berkaitan dengan bidang keuangan, apakah kegiatannya hanya menghimpun dana atau hanya menyalurkan dana atau kedua-duanya menghimpun dan menyalurkan dana. Secara umum lembaga keuangan berperan sebagai lembaga intermediasi keuangan. Intermediasi keuangan merupakan proses penyerapan dana dari surplus ekonomi, baik usaha lembaga pemerintah maupun individu (rumah tangga) untuk penyediaan dana bagi unit ekonomi lain. Intermediasi keuangan merupakan kegiatan pengalihan dana dari unit ekonomi *surplus* ke unit ekonomi *deficit*.³

Lembaga keuangan terbagi menjadi dua yaitu lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan konvensional yaitu lembaga dengan sistem keuangan didasarkan pada tingkat suku bunga (*interest rate*) sedangkan lembaga keuangan syariah syariah memiliki visi mewujudkan sistem keuangan yang berlandaskan keadilan, kemanfaatan (*mashlahat*) kebersamaan, kejujuran, kebenaran, keseimbangan, transparansi, anti eksploitasi, anti penindasan dan anti kezaliman melalui

² Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 2

³ Veithzal Rivai Dkk, *Bank and Financial Institution Management* (Yogyakarta: Sinarmas, 2012), 20.

lembaga keuangan perbankan syariah dan lembaga keuangan non bank syariah.⁴ Lembaga keuangan syariah bisa dikatakan menggunakan sistem bagi hasil (*nisbah*) dalam transaksinya.

Lembaga keuangan syariah terdiri dari lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Lembaga keuangan bank yaitu Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Sedangkan lembaga non bank diantara lain seperti pasar modal syariah, pasar uang syariah, perusahaan asuransi syariah, dana pensiun syariah, perusahaan modal ventura, lembaga pembiayaan syariah, lembaga pegadaian syariah dan lembaga keuangan syariah mikro yang terbagi menjadi dua yaitu lembaga pengelolah zakat, lembaga pengelolah wakaf dan BMT.

Lembaga keuangan syariah juga harus bersaing dengan lembaga keuangan konvensional diantaranya harus memenuhi aturan ataupun standar operasional setiap lembaga keuangan serta juga dituntut untuk terus berinovasi dalam segala hal dikarena di era modern ini semua semua lembaga keuangan berlomba-lomba untuk bersaing untuk menjadi yang terbaik mulai dari persaingan tingkat lokal maupun asing sampai berlomba-lomba untuk obral suku bunga dan hadiah-hadiah/*souvenir*. Salah satu yang harus diperhatikan adalah kualitas pelayanan karena kepuasan maupun ketidakpuasan nasabah adalah hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya oleh nasabah yang menggunakan suatu produk-pruduk jasa pada bank. Nasabah adalah raja atau bisa disebut *Customer is King* maka dari itu nasabah harus diberikan

⁴ Soemetra Andri , *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Grup, 2015), 25.

perelayanan yang baik dan cepat yang berkaitan dengan transaksi, apabila itu tidak diperhatikan pelayanannya menjadi tidak cepat serta kurang tepat dan tidak ramah maka nasabah akan berpindah pada pesaing. Hal ini menyebabkan turunnya pendapatan atau laba pada lembaga bahkan bisa juga terjadi kerugian oleh sebab itu lembaga harus memantau dan mengukur kepuasan nasabah agar dapat mengetahui seberapa besar kepuasan terhadap kinerja pada lembaganya.

Menurut Fandy Tjiptono, kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.⁵ Menurut penulis harapan tersebut dijadikan perbandingan dengan persepsinya terhadap kualitas yang diberikan. Jika harapannya lebih tinggi dari kualitas produk jasa, maka ia akan merasa tidak puas. Sebaliknya, jika harapannya sama dengan atau lebih rendah daripada kualitas produk jasa maka di persepsikan ideal.

Negara Indonesia adalah Negara satu-satunya yang memiliki lembaga keuangan mikro syariah yang disebut Baitul Maal Wa Tamwil (BMT). Baitul Maal secara harflah Baitul Maal adalah rumah dana dan Baitul Tamwil yaitu rumah usaha. BMT merupakan lembaga bisnis yang memfokuskan usahanya pada sektor keuangan, yakni simpan-pinjam dengan pola syaria'ah. Pengelolaan ini hampir mirip dengan usaha perbankan yaitu menghimpun

⁵ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Bayumedia, 2011), 433.

dana dari anggota masyarakat (*Funding*) dan meyalurkan kepada sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan (*Financing*)⁶

Pertumbuhan BMT di Indonesia cukup signifikan, di mana berdasarkan data Permodalan BMT (PBMT) ventura sebagai asosiasi BMT di Indonesia, terdapat sekitar 4500 BMT di 2015 yang melayani kurang lebih 3,7 juta orang dengan asset sekitar 16 triliun yang dikelola sekitar 20 ribu orang. Berdasarkan data dari kementerian koperasi dan UKM menunjukkan unit usaha koperasi di Indonesia mencapai 150.223 unit usaha.⁷

Menurut Soekarwo Gubernur Jawa Timur menjelaskan Jawa Timur memiliki berbagai potensi yang mampu mendukung pengembangan ekonomi syariah. Salah satunya adalah banyaknya pondok pesantren yang tersebar di wilayah provinsi tersebut. Ia menyebut, Jawa Timur memiliki ribuan pondok pesantren dengan jumlah santri dan alumni dalam jumlah yang sangat banyak. Selain itu, pada setiap pondok pesantren pun sudah terbentuk Baitul Maal wa Tamwil (BMT). "Puluhan ribu pondok pesantren di Jawa Timur, jutaan santri dan alumni merupakan potensi ekonomi syariah dan akan menjadi peluang tersendiri."⁸

Salah satu pendukung potensi keuangan syariah di Jawa Timur yaitu koperasi terbesar di Jawa Timur salah satunya yaitu BMT UGT Sidogiri dibuktikan dengan memiliki cukup banyak nasabah terbukti diantaranya pada tahun 2017 kemarin menempati rangking 1 Koperasi Besar Jawa Timur

⁶ Supriyanto dkk, *Islam and Local Wisdom* (Jakarta: Prenadamedia Grup, 2018), 25.

⁷ <https://www.google.co.id/amp/www.metrotvnews.com/amp/5b2VgYvb-babak-baru-> diakses pada 16 November 2018 14.26

⁸ <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/11/09/200000226/soekarwo--jawa-timur-provinsi-terbaik-untuk-kembangkan-ekonomi-syariah>. diakses pada 16 November 2018 14.29

berdasarkan buku *100 Koperasi Besar Indonesia 2017* yang diterbitkan majalah *Peluang* Jakarta, BMT UGT Sidogiri juga mendapatkan penghargaan sebagai *The Best Islamic Micro Finance* secara berturut-turut pada tahun 2013 dan 2014 dengan aset lebih dari Rp 50 miliar dari *Karim Consulting Indonesia*, tidak hanya itu BMT UGT sidogiri juga mendapatkan secara bersamaan sebagai Koperasi dengan *Information Technology* (IT) Terbaik, Koperasi dengan Omzet Terbesar dan Koperasi dengan Aset Terbesar. Penghargaan tersebut diberikan oleh Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Indonesia Anak Agung Gede Ngurah Puspayoga kepada Koperasi BMT Sidogiri. Semua prestasi tersebut tidak akan dicapai tanpa kerjasama dan kontribusi nasabah secara bersama-sama.⁹

BMT UGT Sidogiri memang tidak asing lagi di belahan kota santri khususnya di Kota Pasuruan. BMT UGT Sidogiri bisa dikatakan tidak kalah bersaing dengan tingkat Perbankan Syariah meskipun BMT UGT Sidogiri ini hanya berstatus Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah akan tetapi assetnya juga tidak kalah. Koperasi BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri disingkat “Koperasi BMT UGT Sidogiri” mulai beroperasi pada tanggal 5 Rabiul Awal 1421 H atau 6 Juni 2000 M. di Surabaya Koperasi BMT UGT Sidogiri membuka beberapa unit pelayanan anggota di Kabupaten/Kota yang dinilai potensial. Alhamdulillah, pada saat ini BMT UGT Sidogiri telah berusia 13 tahun dan sudah memiliki 277 Unit Layanan Baitul Maal wat Tamwil/Jasa Keuangan Syariah.

⁹ BMT UGT menerima penghargaan ” <https://www.bmtugtsidogiri.co.id/berita-504.html>” di Akses pada 18 Mei 2018 pukul 13.43.

Asset Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT UGT Sidogiri juga tidak main-main. BMT UGT Sidogiri menargetkan asset untuk rencana kerja jangka menengah (2018 - 2020) mencapai Rp 5 triliun. Sedangkan untuk tahun buku 2017 asset BMT Sidogiri mencapai Rp 2,4 triliun. Ketua pengurus koperasi UGT Sidogiri Indonesia, KH Mahmud Ali Zain mengatakan, untuk mencapai target tersebut diperlukan kerja yang sangat keras bagi BMT Sidogiri. BMT UGT Sidogiri Indonesia telah memiliki jaringan berupa kantor cabang di seluruh provinsi dan satu di mancanegara yakni Malaysia. Tahun 2017 memiliki jumlah anggota 16.647 anggota dan mengalami kenaikan dibandingkan dengan tahun 2016 berjumlah 16.010 anggota. Dalam operasionalnya BMT UGT Sidogiri memberikan pelayanan berupa simpanan, pembiayaan dan layanan multi jasa.¹⁰

Kantor pusat koperasi BMT UGT Sidogiri yang lokasinya berada di Jl. Sidogiri Barat, RT.03 RW.02, Sidogiri, Kraton, Sidogiri, Kraton, Pasuruan, Jawa Timur, Cikal bakal koperasi disemua cabang berawal dari sini, dilihat dari segi kualitas lingkungan sudah tidak diragukan lagi karena pastinya sebagai percontohan dari berbagai cabang. Lembaga keuangan syariah yang sudah tidak asing lagi di daerah Pasuruan, sebagai lembaga bergerak dalam bidang jasa, tidak mungkin kantor pusat BMT UGT Sidogiri mengabaikan suatu layanan jasa kepada nasabah. Kantor pusat BMT UGT Sidogiri pasuruan pastinya selalu berupaya untuk selalu membuat nasabah puas terhadap produk maupun pelayanan. Untuk melihat itu perlulah adanya sebuah penelitian

¹⁰ BMT targetkan Asset 5 Trilyun ”<http://www.tribunnews.com/regional/2018/02/19/bmt-sidogiri-targetkan-asset-rp-5-trilyun>” Diakses pada 18 oktober 2018 pukul 13.07.

terhadap kualitas layanan untuk mengetahui tingkat kepuasan yang di dapatkan nasabah, hasil pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dapat menunjukkan karakteristik atau atribut apa dari produk/jasa yang membuat pelanggan merasa tidak puas. Tujuan dari pengukuran tingkat kepuasan pelanggan adalah untuk dapat mengetahui faktor-faktor yang membuat para pelanggan tidak puas untuk segera diperbaiki, sehingga pelanggan tidak kecewa dan tetap menjaga kepercayaan.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti ingin mengkaji lebih lanjut kualitas jasa yang diberikan oleh kantor pusat BMT UGT Pasuruan terhadap kepuasan yang diberikan yang dapat diidentifikasi melalui pengukuran teori Brandy & Cronin yaitu kualitas interaksi, kualitas lingkungan dan kualitas hasil.¹¹

Sehubungan hal tersebut, penulis tertarik ingin meneliti kepuasan nasabah di koperasi syariah yang di ukur berdasarkan pendekatan teori Brandy & Cronin dengan judul **”Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Koperasi BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri Pasuruan“**.

B. Rumusan Masalah

Bagian ini mencantumkan semua rumusan masalah yang hendak dicari jawabannya melalui penelitian. Perumusan masalah disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat

¹¹ Tjiptono dan Chandra, *Service Quality Satisfaction edisi 4* (Yogyakarta: Andi Ofset, 2016), 166

tanya.¹² Berdasarkan latar belakang diatas, secara sederhana dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh signifikan variabel kualitas interaksi terhadap kepuasan nasabah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri Pasuruan secara Parsial ?
2. Apakah ada pengaruh signifikan variabel kualitas lingkungan terhadap kepuasan nasabah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri Pasuruan secara Parsial ?
3. Apakah ada pengaruh signifikan variabel kualitas hasil terhadap kepuasan nasabah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri Pasuruan secara Parsial ?
4. Apakah ada pengaruh signifikan variable kualitas interaksi, kualitas lingkungan dan kualitas hasil terhadap kepuasan nasabah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri Pasuruan secara simultan ?

C. Tujuan Penelitian

Dengan melihat perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variabel interaksi terhadap kepuasan nasabah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri Cabang Pasuruan secara parsial.

¹²Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 60.

2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variabel lingkungan terhadap kepuasan nasabah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Pasuruan secara parsial.
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variable produk jasa itu sendiri terhadap kepuasan Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Pasuruan secara parsial.
4. Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variable interaksi, lingkungan dan produk jasa itu sendiri terhadap kepuasan nasabah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Pasuruan secara simultan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Kegunaan penelitian harus realistis.¹³

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari hasil penelitian terbagi menjadi dua yaitu manfaat secara teoritis dan praktis, diantaranya:

1. Manfaat teoritis

Diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan tentang masalah yang diteliti, khususnya mengenai kualitas pelayanan dengan

¹³ Ibid, 61

pendekatan teori Brady & Cronin terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Pasuruan

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat praktis bagi beberapa pihak yaitu :

a. Bagi peneliti

Sebagai wawasan pengalaman dan pengetahuan yang berhubungan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada suatu koperasi.

b. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan di bidang lembaga keuangan syariah khususnya Baitul Maal Wal Tamwil dalam hal ini berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

c. Bagi BMT UGT Sidogiri Pasuruan

Sebagai bahan acuan bagi pihak BMT UGT Sidogiri dalam mengetahui apa yang menjadi daya tarik dan kepuasan untuk mempercayakan koperasi syariah dalam mengelola keuangan.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Pada bagian ini peneliti harus menentukan variabel secara jelas dan tegas.¹⁴ Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai

¹⁴ Ibid, 61.

dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁵

Variabel penelitian ini di bagi dua variabel yaitu, variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) dengan uraian sebagai berikut:

a. Variabel independen (X)

Variabel Independen (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah.

- 1) Kualitas Interaksi (X_1)
- 2) Kualitas Lingkungan (X_2)
- 3) Kualitas Hasil (X_3)

b. Variabel dependen (Y)

Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Sedangkan yang menjadi variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah.

2. Indikator Variabel

Setelah mengetahui variabel yang ada dipenelitian, dilanjutkan dengan mengemukakan indikator dari variabel yang akan diteliti. Indikator dari penelitian ini adalah :

¹⁵ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 108.

Tabel 1.1
Tabel Indikator Variabel

Judul	Variabel	Indikator
“Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri Pasuruan”	1. Kualiatas Interaksi (X_1)	1.1 Sikap (<i>Attitude</i>) 1.2 Perilaku (<i>Behavior</i>) 1.3 Keahlian (<i>Experse</i>)
	2. Kualitas Lingkungan (X_2)	2.1 Non Visual (<i>Ambient Condition</i>) 2.2 Desain (<i>Design</i>) 2.3 Faktor Sosial (<i>Social Factors</i>)
	3. Kualitas Produk Jasa Itu Sendiri/ Hasil (X_3)	3.1 Waktu Tunggu (<i>Waiting Time</i>). 3.2 Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>) 3.3 Valensi (<i>Valence</i>)
	Kepuasan Nasabah (Y)	1. Ekspektasi dan persepsi nasabah 2. Sistem keluhan dan saran 3. Merekomendasikan kepada teman 4. Pengalaman dalam proses pelayanan 5. Pengaruh dan arti kepuasan 6. Keinginan untuk kembali

Sumber : Data Diolah

F. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang digunakan sebagai pijakan pengukuran secara empiris terhadap variabel penelitian dengan rumusan yang didasarkan pada indikator variabel. Definisi operasional di buat agar tidak terjadi salah pengertian dengan istilah yang digunakan dalam penelitian.

Berikut definisi-definisi dari beberapa istilah sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan Jasa

Menurut Cyndee Miller didefinisi kualitas jasa adalah seluruh ciri dan karakter suatu barang atau jasa yang mempunyai kemampuan

memenuhi harapan/ keinginan konsumen baik yang tersurat maupun yang tersirat. Mengarisbawahi pendapat Miller, Kotler menyatakan bahwa barang/jasa yang mempunyai kualitas tinggi adalah barang/jasa yang mampu memenuhi atau melebihi harapan konsumen.¹⁶

Brandy & Cronin (2001) mengembangkan model kualitas jasa berbasis ancangan hierarkis. Dalam model ini dimensi utama kualitas jasa terdiri dari 3 komponen yaitu:

a. Kualitas interaksi (*Interaction Quality*) (X1)

Jasa karena bersifat *inherent, intangible* dan memiliki karakteristik *inseparability*, maka interaksi personal selama pemberian jasa sering memiliki pengaruh terbesar dalam persepsi kualitas jasa. Interaksi personal diartikan sebagai pertemuan antara petugas dan pelanggan. Melalui studi, Brady and Cronin mengidentifikasi 3 faktor yang berpengaruh dalam kualitas interaksi yaitu sikap, perilaku dan keahlian.

b. Kualitas lingkungan fisik (*Physical Environment Quality*) (X2)

Jasa bersifat *intangible* dan melibatkan konsumen selama proses, keberadaan lingkungan dan sekitarnya dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi keseluruhan kualitas jasa yang dirasakan. Ada 3 faktor yang berpengaruh terhadap lingkungan fisik yaitu *ambient condition*, desain fasilitas, dan faktor sosial.¹⁷

¹⁶ Ashar Khusnul dkk, *Analisis Makro dan Mikro* (Malang: BPFE Universitas Brawijaya, 2006), 98.

¹⁷ Brady, K.M., Cronin Jr.. Some New Thoughts On Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach. *The Journal of Marketing*, Vol. 65:34-49, 2001.

c. Kualitas Hasil (*Outcome Quality*) (X3)

Dimensi kualitas hasil mencakup waktu tunggu, bukti fisik dan valensi dalam model Brandy & Cronin (2001). Waktu tunggu yang diukur bukanlah waktu tunggu absolut, namun persepsi pelanggan terhadap lamanya waktu menunggu penyampaian jasa, secara metodologis, pengukuran waktu tunggu absolut secara ketat membutuhkan desain riset eksperimental dan bukannya sekedar survei pelanggan. Bukti fisik (*Tangible Evidence*) mencerminkan fasilitas fisik yang relevan dalam jasa bersangkutan. Valensi (Valence) mengacu pada atribut-atribut yang mempengaruhi keyakinan pelanggan bahwa hasil suatu jasa itu baik atau buruk, terlepas dari evaluasi mereka terhadap aspek lain dari pengalamannya. Ambil contoh seorang nasabah bank yang mengajukan kredit di bank. Kinerja layanan mungkin tidak relevan baginya apabila kreditnya tidak disetujui.¹⁸

2. Kepuasan Nasabah

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika

¹⁸ Tjiptono dan Chandra, *Service Quality Satisfaction edisi 4*, 166.

kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang¹⁹

Ada 6 indikator dalam mengukur tingkat kepuasan nasabah yaitu:

- a. Ekspektasi dan persepsi nasabah adalah suatu keadaan yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap ekspektasi nasabah.
- b. Sistem keluhan dan saran adalah setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.
- c. Merekomendasikan kepada teman adalah suatu tindakan atau proses komunikasi atas suatu produk atau jasa tertentu yang berguna untuk memberikan informasi secara personal.
- d. Pengalaman dalam proses pelayanan adalah suatu alat ukur untuk menilai kinerja karyawan.
- e. Pengaruh dan arti kepuasan adalah alat ukur yang penting dalam sebuah pelayanan yang baik akan mempengaruhi kepuasan seorang pelanggan.
- f. Keinginan untuk kembali adalah ketika pelanggan merasa puas atas layanan yang diterima maka akan mempengaruhi keinginan mereka untuk kembali membeli produk diperusahaan tersebut²⁰

¹⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi 13* (Jakarta: Erlangga, 2008), 139

²⁰ <http://notordinaryblgger.com/indikator-kepuasan-pelanggan/> diakses 31 Januari 2018, 09.20.

Dari definisi yang telah dijelaskan diatas maka dapat diketahui secara singkat maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari kualitas layanan jasa dengan pendekatan teori Brandy & Cronin terhadap kepuasan nasabah di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri Pasuruan.

G. Kerangka Konseptual

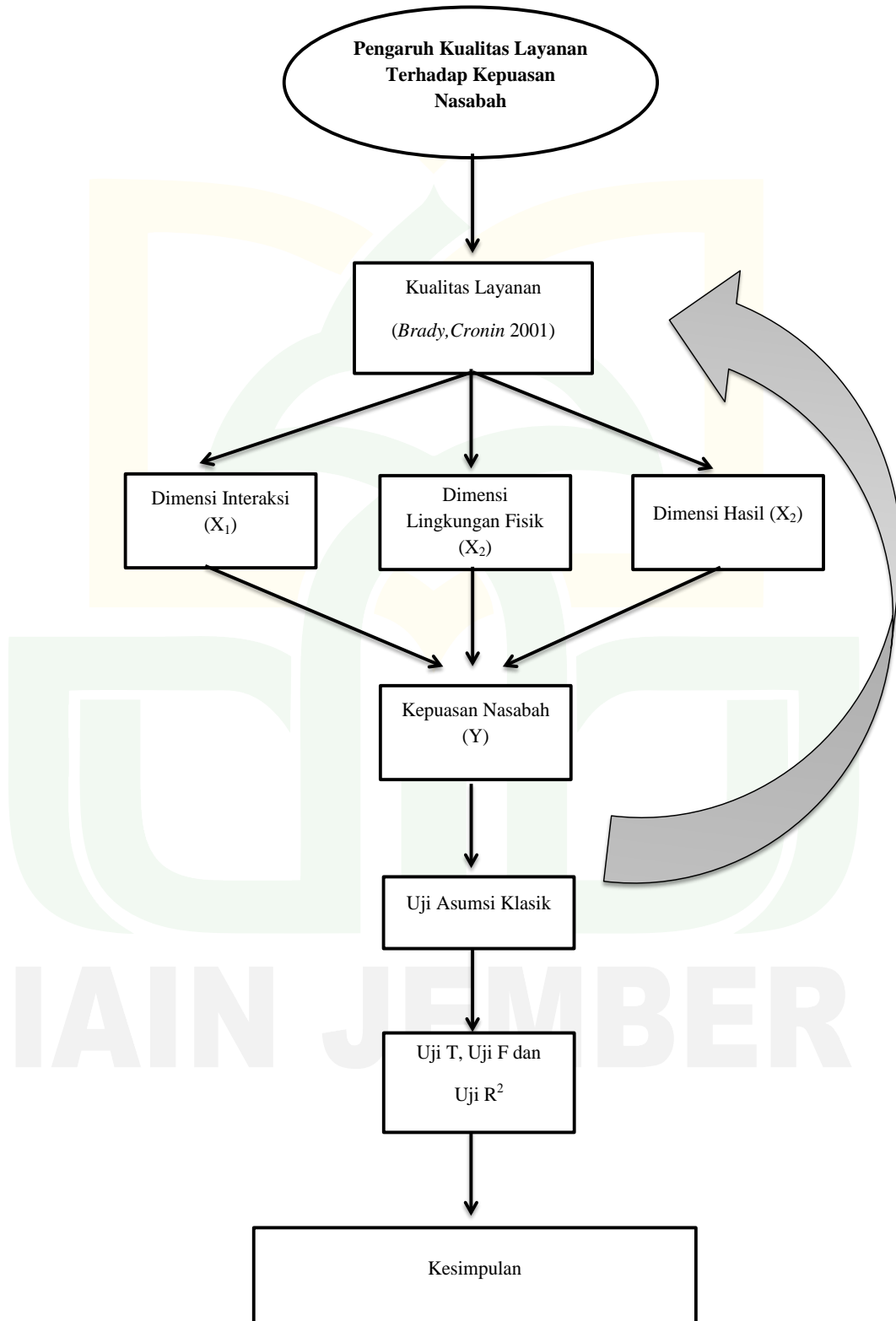
Kerangka Konseptual merupakan suatu bentuk kerangka berpikir yang dapat digunakan sebagai pendekatan dalam memecahkan masalah. Biasanya kerangka penelitian ini menggunakan pendekatan ilmiah dan memperhatikan hubungan antar variabel dalam proses analisisnya.

Adapun kerangka konseptual ini bahwa kualitas layanan di BMT UGT Sidogiri Pasuruan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan menggunakan tiga dimensi menggunakan teori pengukuran Brandy & Cronin sebagai berikut.

IAIN JEMBER

Gambar 1.1

Kerangka Konseptual



H. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu kesimpulan yang masih kurang atau belum sempurna. Sehingga perlu disempurnakan dengan membuktikan kebenaran hipotesis melalui penelitian.²¹ Apabila ditinjau secara etimologi hipotesis adalah perpaduan dua kata, *hypo* dan *tesis*. *Hypo* berarti kurang dan *tesis* adalah pendapat. Oleh karena itu hipotesis dapat diartikan sebagai suatu pernyataan yang belum merupakan tesis, suatu kesimpulan sementara, suatu pendapat yang belum final, karena masih harus dibuktikan kebenarannya.²² Adapun variabel independen yaitu kualitas layanan dengan menggunakan pendekatan teori Brandy & Cronin kemudian dijabarkan dan diuji dengan uji validitas dan uji reabilitas. Kemudian dianalisis dengan regresi linier berganda untuk mencari pengaruh dari variabel dependen kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Pasuruan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Interaksi terhadap kepuasan nasabah.

H₁: Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas interaksi terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Pasuruan.

²¹ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, dan Discourse Teknologi Komunikasi di Masyarakat)* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008), 85

²² Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: PT Gali, 2014), 130

2. Kualitas Lingkungan terhadap kepuasan nasabah.

H_2 : Terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Lingkungan terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Pasuruan.

3. Kualitas Hasil atau Produk itu sendiri terhadap kepuasan nasabah.

H_3 :Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas hasil terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Pasuruan.

4. Kualitas Interaksi, Kualitas Lingkungan dan Kualitas Hasil terhadap kepuasan nasabah.

H_4 : Terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Interaksi, Kualitas Lingkungan dan Kualitas Hasil terhadap kepuasan nasabah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Pasuruan.

I. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif karena data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data penelitian berupa angka-angka dan menggunakan teknik analisis statistik untuk mengukur variabel yang diteliti.

Sementara jenis penelitian adalah jenis penelitian deskriptif, Metode analisis deskriptif merupakan cara menafsirkan data yang ada sehingga gambaran yang jelas mengenai kualitas pelayanan dengan

pendekatan Brandy & Cronin yang mempengaruhi kepuasan nasabah BMT UGT Sidogiri Pasuruan.

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi (*population*) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.²³

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Pasuruan.

b. Sampel

Teknik sampel dalam penelitian ini menggunakan *Insidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sample.²⁴ Sampel dalam penelitian ini bersumber dari semua populasi nasabah BMT UGT Pasuruan dalam bentuk kuisioner. Menurut Hair *et al.* (1995 dalam Kiswati 2010) adalah

²³ Ibid, 80.

²⁴ Ibid, 85.

tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10.²⁵ Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah indikator} \times 5 \\ &= 9 \times 5 \\ &= 45 \end{aligned}$$

3. Teknik dan Pengumpulan Instrumen Data

Bagian terpenting dalam melakukan proses penelitian adalah berkenaan dengan data penelitian. Sebab inti dari sebuah penelitian adalah terkumpulnya data atau informasi. Kemudian data itu diolah atau dianalisa dan akhirnya hasil analisis tersebut diterjemahkan atau diinterpretasikan sebagai kesimpulan penelitian

Adapun instrument yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Observasi (pengamatan)

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik, menurut Sutrisno Hadi (1986) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses-proses pengamatan dan ingatan.²⁶

Penelitian ini dilakukan dengan pengamatan secara langsung di Kantor Pusat BMT UGT Sidogiri Pasuruan. Adapun data-data yang diperoleh melalui metode observasi ini adalah terkait dengan letak

²⁵ Muhammad Wildan Tri Widiyono. "Analisis Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pemberian Suzuki Satria FU 150" (Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2014)

²⁶ Ibid. 135

geografis BMT UGT Sidogiri Pasuruan, kegiatan operasional BMT UGT Sidogiri Pasuruan, kuesioner, rekaman, gambar dan kegiatan layanan di BMT UGT Sidogiri Pasuruan.

b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.²⁶ Tujuan pokok pembuatan kuisioner adalah untuk memperoleh data diri nasabah serta penilaian nasabah terhadap kualitas layanan jasa yang telah diberikan BMT UGT Sidogiri Pasuruan dalam melayani nasabah. Kuesioner ini nantinya akan menggunakan skala *likert*, kriteria yang digunakan sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju, ragu-ragu (RR) , tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS) penggunaan 5 kategori dalam skala diatas karena dipandang dapat mewakili dengan baik tingkat intensitas penilaian responden.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menyertakan dokumentasi-dokumentasi pada saat melakukan penelitian. Adapun yang akan diperoleh dari metode dokumentasi ini adalah:

- 1) Sejarah berdirinya BMT UGT Sidogiri Pasuruan
- 2) Letak geografis BMT UGT Sidogiri Pasuruan
- 3) Visi dan Misi BMT UGT Sidogiri Pasuruan

- 4) Profil BMT UGT Sidogiri Pasuruan
- 5) Produk-produk BMT UGT Sidogiri Pasuruan
- 6) Data data yang dibutuhkan.

4. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyaji data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.²⁷

Berikut ini merupakan alat untuk menguji suatu nilai residual, yaitu:

a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang “tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah data kuesioner

²⁷ Ibid, 147

yang digunakan dalam penelitian valid atau tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *software SPSS version 16* dan menggunakan metode *corrected item total correlation* dengan taraf signifikan 5% dengan uji 1 sisi. Jika r hitung $>$ r tabel, maka item dapat dinyatakan valid, jika r hitung $<$ r tabel maka item dinyatakan tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui keajegan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti skala Likert 1-5) adalah Cronbach Alpha. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Untuk menentukan apakah instrument reliabel atau tidak menggunakan batasan 0,6. Menurut Sekaran, reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.²⁸

c. Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data yang terdiri dari normalitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi. Uji asumsi klasik selengkapnya sebagai berikut:

²⁸ Duwi Priyatno, *Spss 22: Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: C.V Andi Offset 2014), 64

1) Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual data dari model regresi linier memiliki distribusi normal ataukah tidak. Jika residual data tidak terdistribusi normal maka dapat disimpulkan statistik tidak valid. Salah satu cara untuk mendeteksi apakah residual data berdistribusi normal ataukah tidak yaitu dengan melihat grafik *normal probability plot*, yaitu jika titik-titik plot beredar disekitar garis diagonal dan tidak melebar dari garis diagonal, maka dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi normal.

2) Heteroskedastisitas

Pengujian terhadap heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah *variance* dari residual data satu observasi ke observasi lainnya berbeda ataukah tetap. Jika *variance* dari residual data sama disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi problem heteroskedastisitas pada model regresi antara lain :

- a) Dengan melihat grafik scatterplot, yaitu jika plotting titik – titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul pada satutempat, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas.
- b) Dengan melakukan uji statistik glejser yaitu dengan mentransformasi nilai residual menjadi absolut residual dan

meregresnya dengan variabel independen dalam model. Jika diperoleh nilai signifikansi untuk variabel independen $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat problem heteroskedastisitas.²⁹

3) Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Jika terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolonieritas yang harus diatasi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi atau tidaknya multikolonieritas didalam model regresi adalah sebagai berikut:

- a) Nilai *tolerance* dan lawannya
- b) *Variance inflation factor*

Kedua ukuran diatas menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas bebas yang dipilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF (karena $VIF = 1 / tolerance$) dan menunjukkan adanya kolineritas yang tinggi. Nilai *cut off* yang

²⁹Hengki Latan, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2013), 57

dipakai oleh nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF kurang dari 10. Apabila terdapat variabel bebas yang dimiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.³⁰

d. Regresi Berganda

Regresi berganda biasanya digunakan satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Dalam praktek bisnis, regresi berganda justru lebih banyak digunakan, selain karena banyaknya variabel dalam bisnis yang perlu dianalisis bersama, juga pada banyak kasus regresi berganda yang lebih relevan digunakan.

Dalam banyak kasus bisnis yang menggunakan regresi berganda, pada umumnya jumlah variabel independen berkisar dua sampai empat variabel. Walaupun secara teoritis dapat digunakan banyak variabel bebas, namun penggunaan lebih dari tujuh variabel independen tidak akan efektif.

Adapun variabel independen (bebas) dari penelitian ini adalah kualitas interaksi, kualitas lingkungan dan kualitas produk jasa itu sendiri.

Sedangkan variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah. Rumus dari regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

³⁰ Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 64

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Pelanggan terhadap layanan jasa BMT UGT Sidogiri

X : Kualitas Pelayanan

X₁ : Kualitas Interaksi

X₂ : Kualitas Lingkungan

X₃ : Kualitas Hasil

a : Konstanta

b : Koefisien Korelasi

e : Nilai Error

e. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel *independen* dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Nilai *R-squares* 0,75 menunjukkan bahwa model kuat, 0,50 menunjukkan bahwa model sedang dan 0,25 menunjukkan bahwa model lemah. Setiap tambahan satu variabel *independen*, maka nilai *R-square* pasti akan meningkat. Oleh karena itu sangat dianjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R Square* dalam mengevaluasi model regresi, dimana nilainya dapat naik atau turun apabila satu variabel *independen* ditambahkan ke dalam model. Apabila nilai *Adjusted R Square* negatif, maka nilai tersebut dianggap nol.³¹

³¹ Hengki Latan, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi*, 80-81

f. Uji Hipotesis

1) Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji apakah parameter (koefisien regresi dan konstanta) mampu menjelaskan perilaku variabel independen dalam mempengaruhi variabel *dependen*. Untuk mengetahui signifikansi uji t yaitu jika nilai signifikansi yang dihasilkan uji t $P < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan dengan pendekatan modified servqual berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun jika $P > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan dengan pendekatan modified servqual tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2) Uji F (Uji Simultan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ($X_1, X_2, X_3 \dots X_n$) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian). Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan kualitas layanan

jasa dengan pendekatan teori Brandy & Cronin berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

J. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam mempelajari materi ini, penting adanya sebuah sistematika pembahasan. Adapun sistematika ini dirancang menjadi lima bab sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN, yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian (variabel dan indikator variabel), definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis dan metode penelitian (pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik dan instrumen pengumpulan data, analisis data, validitas data) dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, membahas mengenai penelitian terdahulu dan kajian teori.

BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS, memaparkan tentang gambaran objek penelitian, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis dan pembahasan,

BAB IV PENUTUP atau KESIMPULAN DAN SARAN, yang berisi kesimpulan dan saran-saran yang bersifat konstruktif bagi semua pihak-pihak pada umumnya dan bagi lembaga yang diteliti khususnya.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi, dan sebagainya). Dengan melakukan langkah ini maka akan dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.³²

1. Pada penelitian yang dilakukan oleh Nurmiati, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanudin Makasar, 2016 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.Bank Rakyat Indonesia Unit Baraka Enrekang”. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa variabel *Reability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (komunikasi), dan *responsiveness* (cepat tanggap) berpengaruh positif kepada kepuasan nasabah dan hanya variabel *Realbility* yang mempunyai nilai signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan tingkat signifikan sebesar 0,006 atau 0,6%.³³ Persamaan penelitian ini terletak pada sama-sama menggunakan analisis berupa analisis regresi berganda, uji R^2 , dan uji hipotesis dan

³² Tim Penyusun, Pedoman Karya Ilmiah, 45.

³³ Nurmiati, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.Bank Rakyat Indonesia Unit Baraka Enrekang”, (Skripsi, Universitas Hasanuddin, Makasar, 2016)

pengumpulan data yaitu teknik dokumentasi. Perbedaan yang dilakukan oleh Nurmiati yaitu terletak pada variabel yang di pakai yaitu variable Reability (Kehandalan), Assurance (Jaminan), Tangible (Bukti Fisik) Empathy (Komunikasi) dan Responsiveness (Cepat Tanggap) sedangkan Variabel yang dipakai pada penelitian penulis menggunakan 3 indikator Kualitas Interaksi, Kualitas lingkungan dan kualitas hasil, dan perbedaan terhadap lokasi penelitian pada penelitian ini pada BRI sedangkan pada penelitian penulis pada BMT UGT Sidogiri.

2. Pada penelitian yang dilakukan oleh Mugi Mardiatno, Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, 2011 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Di Bank BTN Cabang Bogor”. Berdasarkan hasil yang dilakukan diketahui bahwa Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelima dimensi tersebut terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan dalam pembentukan kualitas pelayanan yang berdampak terhadap kepuasan penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri atas Realibility (X1), Assurance (X2), Empathy (X3), Tangible (X4), dan Responsiveness (X5) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif.³³ Persamaan pada skripsi ini sama-sama menggunakan metode penelitian Kuantitatif serta sama-sama pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder sedangkan perbedaan yang dilakukan oleh Mugi Murdiatno yaitu terletak pada variabel yang di pakai yaitu variable Reability (Kehandalan), Assurance

³³ Mugi Mardiatno, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit di Bank BTN Cabang Bogor”, (Skripsi, Institut Pertanian Bogor, Bogor, 2011)

(Jaminan), Tangible (Bukti Fisik) Empathy (Komunikasi) dan Responsiveness (Cepat Tanggap) sedangkan variabel yang dipakai pada penelitian penulis menggunakan 3 indikator Kualitas Interaksi, Kualitas lingkungan dan kualitas hasil, selanjutnya dilihat dari objek penelitian pada penelitian sebelumnya yaitu pada Bank BTN cabang Bogor sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada BMT UGT Sidogiri, dan perbedaan lain yaitu pada teknik analisisnya pada penelitian terdahulu menggunakan analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) sedangkan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, uji hipotesis (Uji F dan Uji T) serta pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *quota Sample* sedangkan pada penelitian ini menggunakan *sampling insidental*.

3. Pada penelitian yang dilakukan oleh Dewi Yanti Sudirman, Fakultas Ekonomi, Universitas Hasanuddin 2011 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Britama Pada PT. BRI (Persero) Tbk Cabang A. Yani Makassar”. berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri atas Realibility (X1), Assurance (X2), Empathy (X3), Tangible (X4), dan Responsiveness (X5) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif.³⁴ Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan analisis berupa uji asumsi klasik terdiri analisis regresi berganda, uji R^2 , dan uji hipotesis sedangkan perbedaan yang dilakukan oleh Dewi Yanti Sudirman yaitu terletak pada objek penelitian yaitu pada PT BRI, sedangkan pada penelitian ini

³⁴ Dewi Yanti Sudirman, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Britama Pada PT. BRI (Persero) Tbk Cabang A. Yani Makassar, (Skripsi, Universitas Hasanuddin, Makassar, 2011)

dilakukan pada BMT UGT Sidogiri serta perbedaan lain yaitu teknik sampel yang digunakan pada penelitian sebelumnya menggunakan teknik *sampling aksidental* sedangkan pada penelitian ini menggunakan teknik *sampling insidental*,

4. Pada penelitian yang dilakukan oleh Adi Purnomo Hendro Fakultas, Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, 2012, yang berjudul “Kualitas Pelayanan Gerbong Khusus wanita kereta api rute Jakarta Bogor”. Berdasarkan hasil yang diteliti hasil Analisis diketahui bahwa kualitas pelayanan gerbong khusus wanita secara keseluruhan sudah dapat dikatakan baik, Tetapi masih terdapat kualitas pelayanan yang masih buruk seperti waktu tunggu penumpang, durasi pintu otomatis yang terlalu cepat penutupnya atau terlalu lama terbuka dan kapasitas gerbong khusus wanita yang tidak sesuai dengan keadaan penumpang wanita³⁵. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif, dan persamaan lainnya juga sama menggunakan variable yang sama yaitu kualitas Interaksi, kualitas lingkungan dan kualitas hasil, sedangkan perbedaan yang dilakukan oleh Adi Purnomo Hendro yaitu terletak pada objek penelitian pada yaitu pada PT Kereta Api, sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada BMT UGT Sidogiri, Adapun perbedaan lain yaitu dengan pada teknik sampel, pada penelitian sebelumnya menggunakan teknik non-probabilitas sedangkan pada penelitian ini menggunakan teknik *Sampling Insidental*

³⁵ Adi Purnomo Hendro, “Kualitas Pelayanan Gerbong Khusus wanita kereta api rute Jakarta Bogor”, (Skripsi, Universitas Indonesia, Jakarta, 2012)

5. Pada penelitian yang dilakukan oleh Fitria Murbarani, Jurusan Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga (2016) yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Menurut Brandy dan Cronin Di Poli Anak”. Berdasarkan hasil yang diteliti Secara keseluruhan kepuasan terhadap kualitas interaksi cukup puas karena nilai rata-rata komposit keseluruhan 3,58, Penilaian terhadap kualitas lingkungan fisik cukup baik karena nilai rata-rata komposit keseluruhan 3,19 dan Secara keseluruhan kepuasan terhadap aspek kualitas lingkungan cukup puas karena nilai rata-rata komposit keseluruhan 3,25. Sub variabel yang nilai *mean* kompositnya $\geq 3,25$.³⁶ Persamaan pada penelitian sebelumnya sama-sama menggunakan variabel yang sama yaitu variable kualitas interaksi, kualitas lingkungan dan kualitas hasil. Sedangkan perbedaan yang dilakukan oleh Fitria Murbarani yaitu terletak pada objek penelitian, pada penelitian sebelumnya yaitu Poli Anak, sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada BMT UGT Sidogiri. Adapun perbedaan lain yaitu dengan pada teknik sampel menggunakan teknik *systematic random sampling* sedangkan pada penelitian ini menggunakan teknik *Sampling Insidental* dan pada penelitian ini menggunakan analisis matrik 2x2 sedangkan peneliti menggunakan regresi berganda.
6. Pada penelitian yang dilakukan oleh Nur Rizatul Lailiyah, (2017) IAIN Jember yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Pendekatan Model CARTER Dalam Mengukur Tingkat Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Pembantu Syariah

³⁶ Fitria Murbarani, “Analisis Kualitas Pelayanan Menurut Brandy Dan Cronin di Poli Anak”, (Skripsi, Universitas Airlangga, Surabaya, 2016)

Ahmad Yani Jember”. Berdasarkan hasil yang diteliti pengujian secara parsial dengan menggunakan pendekatan CARTER dengan tingkat signifikansi 0,0000 kurang dari 0,05, sedangkan besar pengaruh yang dihasilkan dari uji *Adj R Square* yakni sebesar 20,8% sedangkan, besar pengaruh yang dihasilkan dari uji *Adj R square* yakni sebesar 20,8% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.³⁷

Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan analisis regresi berganda dan sama menggunakan kualitas layanan akan tetapi berbeda variabel, sedangkan perbedaan terletak pada tempat penelitian, teknik sampling dan variabel penelitian yang digunakan .

7. Pada penelitian Michelia Nur Qomaria, (2017) IAIN Jember yang berjudul “Analisis metode *servqual* dalam pengukuran kualitas pelayanan UMKM KUR terhadap kepuasan nasabah BRISyariah KCP Banyuwangi Genteng”. Berdasarkan hasil penelitian ini hasil Uji *t* (Parsial) bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel X (kualitas pelayanan) adalah sebesar 0,000 berarti nilai signifikansi yang dihasilkan oleh variabel bebas dibawah 0,05, maka H_0 ditolak dan menerima H_a dengan kesimpulan model *servqual* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.³⁸ Persamaan pada penelitian ini sama-sama mengukur kualitas pelayanan dan sama-sama menggunakan analisis kuantitatif. Perbedaan yaitu pada variabel

³⁷Nur Rizatul Lailiyah, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Pendekatan Model CARTER Dalam Mengukur Tingkat Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Pembantu Syariah Ahmad Yani Jember”. (Skripsi, IAIN Jember,2017)

³⁸ Michelia Nur Qomaria, “Analisis metode *servqual* dalam pengukuran kualitas pelayanan UMKM KUR terhadap kepuasan nasabah BRISyariah KCP Banyuwangi Genteng”, (Skripsi,IAIN Jember,2017)

yang digunakan, variabel yang digunakan pada peneliti dengan pendekatan metode Brandy & Cronin sedangkan pada penelitian menggunakan metode *serviqual*, perbedaan lainnya terletak pada teknik *sampling* dan tempat penelitian.

Adapun ringkasan penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tabel 2.1
Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama/Tahun/Instansi	Judul	Variabel	Teknik Sampel	Analisis	Hasil
1	Nurmiati (2016). Universitas Hasanuddin.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.Bank Rakyat Indonesia Unit Baraka Enrekang.	<i>Reability</i> (Keandalan), <i>Assurance</i> (Jaminan), <i>Tangible</i> (Bukti Fisik), <i>Empathy</i> (Komunikasi), Dan <i>Responsiveness</i> (Cepat Tanggap).	Teknik sampel menggunakan <i>sampling aksidenta</i> . Teknik pengumpulan data menggunakan Riset Kepustakaan dan Penelitian Lapangan. Jenis Data berupa data primer dan data sekunder.	Analisis regresi linear berganda, uji hipotesis (Uji F dan Uji T).	<i>Reability</i> (kehandalan), <i>assurance</i> (jaminan), <i>tangible</i> (bukti fisik), <i>empathy</i> (komunikasi), dan <i>responsiveness</i> (cepat tanggap) berpengaruh positif kepada kepuasan nasabah. Dan hanya variable <i>Realbillity</i> yang mempunyai nilai signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan tingkat

						signifikan sebesar 0,006 atau 0,6%.
2	Mugi Mardiatno (2011), Institut Pertanian Bogor.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Di Bank BTN Cabang Bogor	Compliance (Kepatuhan), <i>Reability</i> (Keandalan), <i>Assurance</i> (Jaminan), <i>Tangible</i> (Bukti Fisik), <i>Empathy</i> (Komunikasi), Dan <i>Responsiveness</i> (Cepat Tanggap)	Teknik pengumpulan datanya dengan <i>quota sampling.</i> , jenis data berupa wawancara dan dokumentasi	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelima dimensi tersebut terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan dalam pembentukan kualitas pelayanan yang berdampak terhadap kepuasan
3	Dewi Yanti Sudirman (2011), Universitas Hasanuddin.	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Britama Pada PT. BRI (Persero) Tbk Cabang A. Yani Makassar.	<i>Reability</i> (kehandalan), <i>assurance</i> (jaminan), <i>tangible</i> (bukti fisik), <i>empathy</i> (komunikasi), dan <i>responsiveness</i> (cepat tanggap).	Teknik sampel menggunakan <i>sampling aksidenta.</i> Teknik pengumpulan data menggunakan Riset Kepustakaan dan Penelitian Lapangan. Jenis Data berupa data primer dan	Analisis metode regresi linear berganda (multi linear regression).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri atas <i>Realibility</i> (X1), <i>Assurance</i> (X2), <i>Empathy</i> (X3), <i>Tangible</i> (X4), dan <i>Responsiveness</i> (X5)

				data sekunder.		secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif.
4	Adi Purnomo Hendro (2012), Universitas Indonesia.	Kualitas Pelayanan Gerbong Khusus wanita kereta api rute Jakarta Bogor.	Kualitas Interaksi, Kualitas Lingkungan dan Kualitas Hasil).	Teknik sampel menggunakan penarikan sampel dengan <i>non-probabilitas</i> dan Teknik pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder	Analisis menggunakan model <i>Tree Component Service Quality</i> (Uji Validitas dan Reabilitas).	Hasil Analisis diketahui bahwa kualitas pelayanan gerbong khusus wanita secara keseluruhan sudah dapat dikatakan baik, Tetapi masih terdapat kualitas pelayanan yang masih buruk seperti waktu tunggu penumpangan, durasi pintu otomatis yang terlalu cepat penutupnya atau terlalu lama terbuka dan

							kapasitas gerbong khusus wanita yang tidak sesuai dengan keadaan penumpangan wanita
5	Fitria Murbarani, (2014), Universitas Airlangga.	Analisis Kualitas Pelayanan Menurut Brandy Dan Cronin Di Poli Anak.	Kualitas Interaksi, Kualitas Lingkungan dan Kualitas Hasil (Brady dan Cronin, 2001).	Teknik pengambilan Sampel menggunakan metode <i>systematic random sampling</i> dan teknik pengumpulan data dengan wawancara dan bantuan Kuesioner.	Matrix 2x2.	Posisi	Secara keseluruhan kepuasan terhadap kualitas interaksi cukup puas karena nilai rata-rata komposit keseluruhan 3,58, Penilaian terhadap kualitas lingkungan fisik cukup baik karena nilai rata-rata komposit keseluruhan 3,19 dan Secara keseluruhan kepuasan terhadap aspek kualitas lingkungan

						n cukup puas karena nilai rata-rata komposit keseluruhan 3,25. Sub variabel yang nilai mean kompositnya $\geq 3,25$.
6.	Nur Rizatul Lailiyah, (2017), IAIN Jember	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Pendekatan Model CARTER Dalam Mengukur Tingkat Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Pembantu Syariah Ahmad Yani jember.	<i>Compliance</i> (prinsip Syariah), <i>Assurance</i> (keyakinan), <i>reliability</i> (keandalan), <i>tangible</i> (fisik nyata), <i>empathy</i> (empati), dan <i>responsiveness</i> (daya tanggap)	Penelitian menggunakan penelitian Kuantitatif dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>Accidental Sampling</i> dan teknik pengumpulan data berupa observasi, koesioner dan dokumentasi.	Metode analisis uji validitas, data, reabilitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, dan uji hipotesis menggunakan Uji T dan koefisien determinasi (<i>R Square</i>)	Berdasarkan pengujian secara parsial dengan menggunakan pendekatan CARTER dengan tingkat signifikan 0,0000 kurang dari 0.05, sedangkan besar pengaruh yang dihasilkan dari uji <i>Adj R Square</i> yakni sebesar 20,8% sedangkan, besar pengaruh yang

						dihasilkan dari uji Adj R^2 square yakni sebesar 20,8% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.
7.	Michelia Nur Qomaria, (2017), IAIN Jember.	Analisis metode servqual dalam pengukuran kualitas pelayanan UMKM KUR terhadap kepuasan nasabah BRISyariah KCP Banyuwangi Genteng.	<i>Reability</i> (Kehandalan), <i>Assurance</i> (Jaminan), <i>Tangible</i> (Bukti Fisik), <i>Empathy</i> (Komunikasi), dan <i>Responsiveness</i> (Cepat Tanggap)	Teknik sampel menggunakan <i>sampling Jenuh</i> dengan pendekatan penelitian kuantitatif, pengumpulan data menggunakan teknik observasi, koesioner dan dokumentasi	Metode analisis uji validitas, data, reabilitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, dan uji hipotesis menggunakan Uji T dan koefisien determinasi (R^2 Square)	Hasil Uji t (Parsial) bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel X (kualitas pelayanan) adalah sebesar 0,000 berarti nilai signifikan yang dihasilkan oleh variabel bebas dibawah 0,05, maka H_0 ditolak dan menerima H_a dengan kesimpulan model servqual

						berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.
--	--	--	--	--	--	--

Sumber : Data diolah

B. Kajian Teori

Kajian teori berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai dasar pijakan dalam penelitian. Pembahasan secara lebih luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.³⁹

Kajian teori yang dibahas dalam penelitian ini meliputi :

1. Kualitas Layanan

Lewis & Booms (1983) merupakan pakar yang pertama kali mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan demikian, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan (*expecled service*) dan jasa yang dirasakan/ dipersepsikan (*perceived service*) (Parasuraman. et al., 1985). Apabila *perceived service* sesuai dengan *expected service*, maka kualitas jasa bersangkutan akan

³⁹ Tim Revisi Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya ilmiah*, 39.

dipersepsikan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas jasa dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.⁴⁰

Beragamnya pengertian tentang kualitas antara lain disebabkan cara melihat atau melakukan pendekatan dalam memahami kualitas. Menurut Garvin (2011) terdapat lima macam perspektif kualitas yang dapat menjelaskan mengapa kualitas dapat diartikan secara beraneka ragam oleh orang yang berbeda dalam situasi yang berlainan, meliputi:⁴¹

- a. *Transcendental approach*, kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, di mana kualitas dapat dirasakan, diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionisasikan.
- b. *Product-based approach*, bahwa kualitas merupakan atribut ataupun spesifikasi yang dapat kuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk.
- c. *User-based approach*, bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga pelayanan yang paling memuaskan preferensi seseorang (*perceived quality*) merupakan pelayanan yang paling berkualitas tinggi. Perspektif yang subjektif dan demand

⁴⁰ Tjiptono dan Chandra, *Service Quality Satisfaction edisi 4* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), 125

⁴¹ Hardiansyah, *Kualitas Pelayanan Publik* (Yogyakarta: Gaya Media Gunadarma, 2018), 52.

oriented ini juga menyatakan bahwa pelanggan yang berbeda memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda pula, sehingga kualitas bagi seseorang adalah sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakannya.

- d. *Manufacturing-based approach*, mendasarkan diri pada supply dan terutama memperhatikan praktik-praktik perekayasaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian dengan persyaratan. Pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal, yang seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya. Jadi yang menentukan kualitas adalah standar-standar yang ditetapkan perusahaan, bukan konsumen yang menggunakannya.
- e. *Value-based approach*, memandang kualitas dari segi nilai dan harga, dengan mempertimbangkan *trade-off* antara kinerja dan harga, kualitas didenifisikan sebagai "*affordable excellence*". Kualitas dalam prespektif ini bersifat relative, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang diberi konsumen maupun pelayanan yang paling bermakna bagi pelanggan.

Sedangkan menurut Menurut Kotler, kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Produk yang berkualitas tinggi sangat diperlukan agar keinginan

konsumen dapat dipenuhi. Keinginan konsumen terpenuhi sesuai dengan harapannya akan membuat konsumen menerima suatu produk bahkan sampai loyal terhadap produk tersebut.⁴² Maka yang perlunya diperhatikan mengenai produk adalah kualitas produk. Menurut Goeth dan Davis yang di yaitu kualitas merupakan suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.⁴³

2. Perkembangan Teori jasa dan persepsi konsumen

Konsep dasar dari teori kualitas jasa pada umumnya berada dalam literature kualitas produk dan kepuasan konsumen. Sebagaimana dikemukakan oleh Miller (Miller 1997), tingkat kepuasan konsumen pada hakekatnya adalah cerminan dari derajat kualitas barang/jasa. Barang/jasa yang mempunyai kualitas tinggi adalah barang/jasa yang memuaskan konsumen atau yang mampu memenuhi harapan konsumen (Kotler 2003). Perkembangan teori mengenai kualitas jasa pada awalnya berasal dari penelitian-penelitian yang dilakukan oleh Cardozo tahun 1965; Howard dan Sheth tahun 1969; Olshavsky dan Miller tahun 1972; Olson dan Dover tahun 1976; Oliver tahun“ 1977; kemudian Churchill dan Surprenant tahun 1982, dengan paradigma diskonfirmasi yang diterapkan pada produk barang. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa tingkat kualitas suatu barang merupakan hasil akhir dari perbandingan yang dilakukan oleh

⁴² Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan Jilid 2* (Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2008) 160.

⁴³ Tjiptono Fandy, *Prinsip-prinsip Total Quality Service* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2000), 51.

konsumen atas apa yang mereka harapkan dengan apa yang mereka peroleh dari suatu produk. Perkembangan selanjutnya dari penelitian-penelitian terhadap kualitas jasa memunculkan 3 tema yang dominan yaitu mengenai penyempurnaan model SERVQUAL, tema pengembangan model Nordic dan ketiga adalah tema mengenai pembentukan struktur kualitas jasa. Pada studi penyempurnaan model SERVQUAL yang dilakukan oleh Cronin dan Taylor tahun 1992; Boulding et al tahun 1993; DeSarbo et al tahun 1994; Parasuraman, Zeithaml dan Berry tahun 1991 dan 1994 serta penelitian oleh Zeithaml, Berry dan Parasuraman tahun 1996 menghasilkan suatu perubahan pada model berupa penggantian faktor total ekspektasi, memasukkan dimensi-dimensi menjadi bagian dari ekspektasi, dan menawarkan metode alternatif seperti Conjoint analysis dalam menilai persepsi konsumen terhadap kualitas jasa. Menyoroti model SERVQUAL,

Penelitian yang dilakukan oleh Dabholkar, Thorpe dan Rentz pada tahun 1996 dengan kasus usaha jasa eceran menghasilkan sebuah model yang disebut *The Multilevel Model*. Dari identifikasi dan pengujian terhadap hirarki kualitas jasa, mereka menemukan adanya 3 jenjang dimensi yang mempengaruhi kualitas jasa dimana jenjang paling tinggi adalah persepsi total atas jasa kemudian jenjang lebih rendah adalah berupa Dimensi Primer dan jenjang paling bawah adalah berupa Sub Dimensi.

Dengan demikian, model Multilevel pada hakekatnya mengemukakan sebuah konsep bahwa persepsi konsumen mengenai kualitas suatu jasa mempunyai banyak segi dan dimensi yang berjenjang tingkatnya.

Brady dan Cronin sepeham dengan model Multilevelnya Dabholkar et al dan berkeyakinan bahwa 5 dimensi dalam model tersebut (*Responsiveness, Empathy, Assurances, Tangibles*) bukan merupakan determinan langsung terhadap kepuasan konsumen/ kualitas jasa, tetapi merupakan faktor penjelas terhadap dimensi - dimensi yang menjadi penilaian konsumen. Mengenai dimensi yang menjadi dasar penilaian konsumen, Brady dan Cronin sepekat dengan Rust dan Oliver dengan model Tiga Komponennya yang menyatakan bahwa terdapat 3 dimensi utama yang menjadi dasar penilaian konsumen yaitu :1) kualitas interaksi antara konsumen dengan penyedia jasa, 2) kualitas lingkungan dan 3) kualitas produk jasa itu sendiri.⁴⁴

Dimensi utama kualitas pelayanan (interaksi, lingkungan, dan hasil) memiliki tiga subdimensi. Selanjutnya, pelanggan menilai evaluasi mereka dari subdimensi untuk membentuk persepsi mereka tentang kinerja organisasi pada masing-masing dari tiga dimensi utama. kemudian menyebabkan persepsi kualitas layanan secara keseluruhan. Dengan kata lain, pelanggan membentuk persepsi kualitas layanan mereka atas dasar evaluasi kinerja pada berbagai tingkat dan akhirnya menggabungkan

⁴⁴ Ashar Khusnul dkk , *Analisis Makro dan Mikro*, 101.

evaluasi tersebut untuk sampai pada persepsi kualitas layanan secara keseluruhan.⁴⁵

3. Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa (Brandy dan Cronin)

a. Kualitas interaksi

Dalam perusahaan jasa, pelayanan dikenal sangat penting dan salah satu cara yang efektif untuk memenangkan dalam persaingan industri jasa. Ciri pelayanan jasa yang berbagai ragam dan berbagai tahap (*multi-stage*) pelayanan membuat prosedur kualitas yang diterapkan perusahaan manufaktur sulit diterapkan pada perusahaan jasa.⁴⁶ Pelayanan merupakan gabungan antara item fisik yang membentuk bagian pelayanan dan interaksi organisasi pelayanan dengan pelanggan melalui interaksi tatap muka. Kinerja kualitas pelayanan tergantung pada interaksi manusia dalam pelayanan yang dihadapi dan hasil dari kualitas pelayanan terhubung dengan proses interaktif antara penyedia jasa dan penerima jasa.⁴⁷

Interaksi pelanggan yang tinggi mempengaruhi pelanggan dalam menentukan jasa yang diinginkan (kustomisasi). Pelanggan dengan kustomisasi tinggi merupakan proses pelayanan yang dapat diadaptasi untuk menyesuaikan kebutuhan pelanggan secara individu. Sementara itu, hubungan dengan pelanggan yang rendah membuat

⁴⁵ Brady, K.M., Cronin Jr.. Some New Thoughts On Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach. *The Journal of Marketing*, Vol. 65:34-49, 2001.

⁴⁶ D Wahyu Ariani, *Manajemen Operasional Jasa* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 182.

⁴⁷ *Ibid*, 183.

katemisasi yang rendah dan jasa menjadi beragam dan standar Kualitas interaksi meliputi sikap, perilaku, dan keahlian karyawan.⁴⁸

1) Sikap

Para peneliti konsumen menilai sikap dengan berbagai pertanyaan atau mengambil berbagai kesimpulan dan perilaku. Terdapat beberapa model struktur sikap, salah satu diantaranya adalah model sikap tiga komponen, yaitu:

- a) Komponen kognitif, dalam komponen ini diperoleh berdasarkan kombinasi pengalaman langsung dengan obyek sikap dan informasi dari berbagai sumber.
- b) Komponen afektif, dalam komponen ini mencakup penilaian seseorang terhadap obyek sikap secara langsung dan menyeluruh (mengungkapkan rasa senang atau tidak menyenangkan).
- c) Komponen konatif, dalam komponen ini ini berhubungan dengan kemungkinan atau kecenderungan bahwa individu akan melakukan tindakan khusus atau berperilaku dengan cara tertentu terhadap obyek sikap tertentu.⁴⁹

2) Perilaku

Perilaku adalah kemampuan untuk membuat pilihan tentang bagaimana bersikap alih-alih merespon berdasarkan impuls dorongan hati. Perilaku sebagai hasil proses belajar dalam proses

⁴⁸ Ibid, 30.

⁴⁹ Schiffman dan Kanuk, *Prilaku konsumen edisi 7* (London: Prentice Hall, 2004), 35.

belajar, dalam proses belajar itu terjadi antara individu dan dunia sekitarnya sebagai hasil instropeksi maka jawaban yang terlihat dari seorang individu akan dipengaruhi oleh hal-hal atau kejadian-kejadian yang pernah dialami oleh individu tersebut maupun oleh situasi masa kini.⁵⁰

3) Keahlian

Keahlian merupakan kemampuan atau ketrampilan pemberi jasa yang dibutuhkan setiap orang dalam perusahaan untuk memberikan jasanya kepada penerima jasa⁵¹. Menurut Tjiptono dan Chandra, bahwa keahlian merupakan penguasaan ketrampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat menyampaikan jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan termasuk di dalamnya.

b. Kualitas Lingkungan

Menurut Bitner (1992) Lingkungan jasa adalah *setting* atau fasilitas yang dibutuhkan untuk menyampaikan jasa kepada pelanggan dan berpengaruh terhadap keyakinan, sikap, dan kinerja karyawan maupun pelanggan⁵². Kualitas lingkungan fisik dapat didefinisikan sebagai dimensi kualitas yang dibentuk oleh elemen-elemen fisik jasa atau pelayanan

⁵⁰ <http://psiko-malangraya.blogspot.com/2010/05/definisi-perilaku.html> Diakses pada tanggal 6 November 2018 12.23

⁵¹ D Wahyu Ariani, *Manajemen Operasional Jasa*, 39.

⁵² Tjiptono dan Chandra, *Service Quality Satisfaction edisi 4* (Yogyakarta: Andi Ofset, 2016), 166

1) Ambients Conditions

Kualitas lingkungan fisik ini terdiri dari subdimensi seperti *Ambient factors* yang mengacu pada aspek-aspek non visual, seperti temperatur, musik, aroma, dan atmosfer. Atmosfer yang dibentuk oleh eksterior dan interior fasilitas yang bersangkutan dapat mempengaruhi persepsi pelanggan⁵³

2) Desain

Sedangkan untuk subdimensi yang kedua dari kualitas lingkungan jasa adalah desain fasilitas yang meliputi layout atau arsitektur lingkungan dan bisa fungsional (praktikal) maupun estetis (menarik secara visual)⁵⁴

3) Faktor-faktor sosial

Subdimensi yang ketiga dari kualitas lingkungan fisik adalah faktor sosial yang berupa jumlah dan tipe orang yang ada dalam *setting* jasa beserta perilaku mereka.⁵⁵

c. Kualitas Hasil

Produktivitas dan kualitas penting dalam pengukuran kualitas. Produktivitas berkaitan dengan output dari proses transformasi input, sedangkan kualitas menunjukkan proses dan hasil evaluasi oleh pelanggan. Kualitas hasil merupakan evaluasi pelanggan yang berkaitan dengan hasil proses produksi jasa. Kualitas hasil bukan

⁵³ Ibid. 167

⁵⁴ Ibid, 167.

⁵⁵ Ibid, 167.

hanya dievaluasi oleh pelanggan namun juga orang-orang yang ada disekitarnya.⁵⁶

Hasil pengujian menunjukkan bahwa penyedia jasa lebih memilih fokus efisiensi, sedangkan pelanggan fokus terhadap efektivitas. Sedangkan efisiensi didefinisikan sebagai banyaknya pelanggan yang dapat ditangani oleh penyedia jasa baik secara langsung maupun tidak, sedangkan efektivitas dapat memenuhi kepuasan pelanggan. Beberapa kategori efisiensi dan efektivitas pelayanan antaralain: waktu menerima atau melayani pemesanan pelanggan, banyaknya gangguan selama proses pelayanan, banyaknya kesalahan dalam melayani pelanggan, dan menangani pelanggan diluar jam kerja Konsep efisiensi dan efektivitas tersebut merupakan orientasi khusus dari waktu antri dan biaya pelayanan. Berdasarkan model homeostatik dijelaskan proses transaksi pelayanan dilakukan untuk mencapai keseimbangan untuk kepuasan tinggi (kualitas), ke penyedia (efisiensi), dan ke pelanggan (efektivitas).⁵⁷

Menurut Fritzsimmmons ada tiga metode dalam meningkatkan produktivitas pelayanan,yaitu:

- 1) Penggunaan teknologi yang ada di perusahaan manufaktur ditransfer keperusahaan jasa atau pelayanan seperti, Mc Donalds.
- 2) Penggunaan otomatisasi dan komputerisasi untuk menstandarisasi pelayanan yang disampaikan.

⁵⁶ D Wahyu Ariani, *Manajemen Operasional Jasa*, 41.

⁵⁷ Ibid, 23.

- 3) Meningkatkan partisipasi pelanggan sesungguhnya dalam proses penyampaian pelayanan seperti ATM.

Menurut Ariani secara keseluruhan, terdapat enam persyaratan dalam merumuskan produktivitas pelayanan, yaitu:

- 1) Output pelayanan harus dilihat untuk pelanggan dan dari pandangan pelanggan.
- 2) Output pelayanan harus didefinisikan pada level kualitas.
- 3) Pelanggan harus menjadi bagian dari konsep produktivitas.
- 4) Mengukur produktivitas harus lebih berorientasi pada pelanggan.
- 5) Indikator-indikator produktivitas dinamis harus digunakan sebagai pengganti ukuran output/input yang statis.
- 6) Ukuran situasi harus tersedia yang memungkinkan terdapatnya kompleksitas dan perbedaan operasi jasa.

Kualitas hasil mencakup waktu tunggu, bukti fisik, dan valensi.

- 1) Waktu tunggu

Brady dan Cronin (2001) menekankan bahwa waktu tunggu yang dimaksud bukanlah waktu tunggu absolut tetapi persepsi pelanggan terhadap lamanya waktu menunggu penyampaian jasa. Secara metodologis, pengukuran waktu tunggu absolut secara ketat membutuhkan desain riset eksperimental dan bukan sekedar survei pelanggan⁵⁸

⁵⁸ Tjiptono dan Chandra, *Service Quality Satisfation*, 167.

2) Faktor fisik

Bukti fisik mencerminkan fasilitas fisik yang relevan dalam jasa yang bersangkutan. Kualitas fisik meliputi kualitas bahan material dan fasilitas, sedangkan elemen-elemen fisik yang dimaksud adalah produk fisik dan dukungan fisik. Dukungan fisik meliputi instrumen dan lingkungan fisik. Produk fisik dapat didefinisikan sebagai barang yang digunakan selama proses produksi jasa. Sementara itu, dukungan fisik merupakan kerangka kerja yang membantu produksi jasa. Dukungan fisik tersebut meliputi lingkungan (interior dan dekorasi) dan instrumen yang meliputi peralatan yang digunakan. Tingginya kualitas elemen fisik tersebut tidak dapat menjamin meningkatnya standar pelayanan.⁵⁹

3) Valensi

Valensi mengacu pada atribut-atribut yang mempengaruhi keyakinan pelanggan bahwa hasil suatu jasa itu baik atau buruk, terlepas dari evaluasi mereka terhadap aspek lain dari pengalamannya. Valensi yang negatif terhadap hasil bisa menyebabkan pengalaman jasa secara keseluruhan menjadi tidak menyenangkan.⁶⁰

4. Kepuasan Pelanggan

Secara umum Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja

⁵⁹ D Wahyu Ariani, *Manajemen Operasional Jasa*, 76.

⁶⁰ Tjiptono dan Chandra, *Service Quality Satisfaction*, 167.

yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.⁶¹

Berdasarkan teori dua faktor dari Herzberg, kualitas yang menarik (*attractive quality*) dimana kualitas yang menarik ini memfokuskan pada hubungan antara kinerja obyektif dari atribut pelayanan dan kepuasan kerja terhadap atribut pelayanan. Teori tersebut menjelaskan bagaimana hubungan antara tingkat pemenuhan atau kecukupan dan kepuasan pelanggan terhadap atribut yang berbeda-beda untuk jenis atribut yang juga berbeda⁶²

Ada beberapa metode yang bisa dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan dan pelanggan pesaing. Menurut Kotler, et al. (2013) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

a. Sistem keluhan dan saran.

Sebuah perusahaan yang berfokus serta berorientasi terhadap konsumennya untuk memberikan suatu kesempatan dalam memberikan saran, pendapat dan keluhan.

b. Survei kepuasan konsumen.

Dengan melakukan penelitian survei untuk mengetahui informasi tentang kepuasan konsumen dan mengukur keinginan serta

⁶¹ Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid Pertama* (Jakarta: Erlangga, 2009), 139.

⁶² D Wahyu Ariani, *Manajemen Operasional Jasa*, 88.

harapan konsumen melalui wawancara langsung, menelpon, dan sebagainya. Pengukuran kepuasan dengan metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara :

1) *Directly reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan seperti ungkapan seberapa puas konsumen terhadap pelayanan pada skala sangat puas, puas, netral, tidak puas hingga sangat tidak puas.

2) *Derived dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut besarnya harapan konsumen terhadap atribut tertentu dan besarnya hasil yang mereka rasakan.

3) *Problem analysis*

Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan yang menuliskan saran-saran untuk melakukan perbaikan.

4) *Importance-performance analysis*

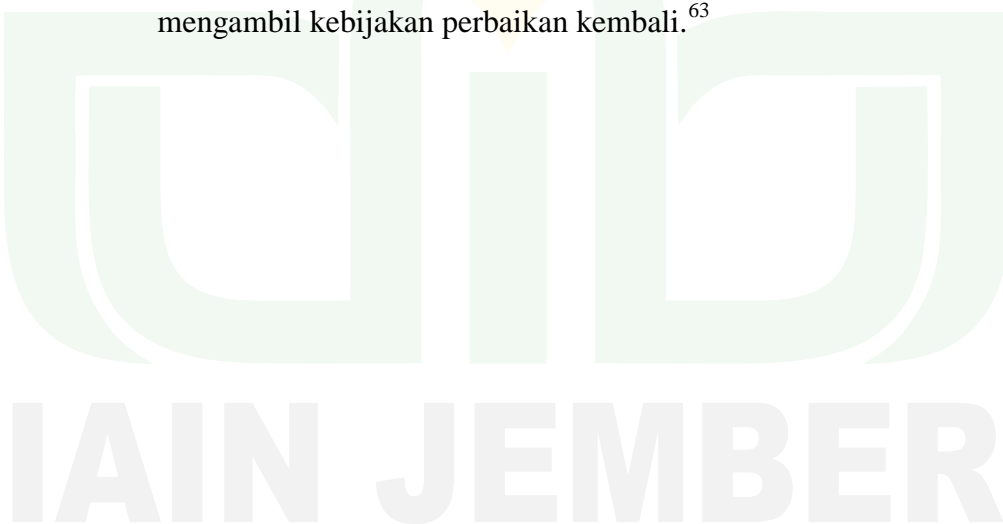
Responden diminta untuk menilai berbagai atribut dari penawaran berdasarkan derajat kepentingan setiap elemennya dan seberapa baik tingkat kinerja perusahaan dalam setiap elemen-elemennya.

c. *Ghost shopping.*

Suatu perusahaan membayar atau mempekerjakan orang untuk bertindak sebagai pembeli potensial guna melaporkan hasil temuan mereka tentang kekuatan dan kelemahan yang mereka alami ketika mereka membeli produk perusahaan dan produk pesaing. Selain itu juga *ghost shopper* mengamati cara perusahaan dan pesaingnya dalam menangani, melayani permintaan konsumen, menjawab pertanyaan konsumen, dan melayani setiap keluhan para konsumennya.

d. Analisis konsumen yang hilang (*lost customer analysis*)

Suatu perusahaan harus menghubungi para konsumen yang berhenti membeli atau berganti pemasok untuk mempelajari sebabnya. Agar perusahaan mengetahui penyebabnya dan segera mengambil kebijakan perbaikan kembali.⁶³



⁶³ Tjiptono dan Chandra, *Service Quality Satisfation*, 223

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Berdiri BMT UGT Sidogiri

Koperasi BMT Unit Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri ini diawali keprihatinan oleh Bapak KH. Nawawi Thoyib (Alm) pada tahun 1993 diwaktu maraknya praktek-praktek rentenir di Desa Sidogiri Jawa Timur, maka beliau mengutus beberapa orang untuk mengganti hutang masyarakat tersebut dengan pola pinjaman tanpa bunga. Program tersebut bisa berjalan hampir 4 tahun meskipun masih terdapat sedikit kekurangan dan praktek rentenir masih belum hilang sepenuhnya.

Semangat dan tekad itulah para pendiri koperasi yang pada waktu itu dimotori oleh Ust. H. Mahmud Ali Zain bersama beberapa pendiri madrasah ingin meneruskan apa yang menjadi keinginan Bpk. KH. Nawawi Thoyib agar segera terwujud lembaga yang diatur rapi dan tertata bagus.

Pada tahun 1996 di Probolinggo, tepatnya di pondok pesantren Zainul Hasan Genggong berlangsung acara seminar dan sosialisasi tentang konsep Simpan Pinjam Syariah yang dihadiri oleh KH. Nur Muhammad Iskandar, DR. Subiakto Tjakrawardaya, dan DR. Amin Aziz.

Dari panduan dan materi yang telah disampaikan itulah para pendiri yang terdiri dari Ust. H. Mahmud Ali Zain, M. Hadroli Abd. Karim, A. Muna'i Achmad, M. Dumairi Nor, dan Baihaqi Utsman dan

beberapa pengurus Pesantren Sidogiri yang terlibat, berdiskusi dan bermusyawarah yang pada akhirnya seluruh tim pendiri sepakat untuk mendirikan Koperasi BMT yang diberinama *Baitul Mal wat-Tamwil Maslahah Mursalah Lil Ummah* Pasuruan atau disingkat BMT MMU.

Ditetapkanlah pendirian Koperasi BMT MMU Pasuruan pada tanggal 12 *Rabi'ul Awal* 1418 H atau 17 juli 1997 yang berkedudukan di kecamatan Wonorejo Pasuruan. Di saat itu kantor pelayanan pertama BMT MMU masih sewa. Modal awal sebesar Rp. 13.500.000,- yang terkumpul dari anggota sebanyak 148 orang, terdiri dari para pendiri, pengurus dan pimpinan *Madrasah Miftahul Ulum* Pondok Pesantren Sidogiri.

BMT MMU mengalami kemajuan secara signifikan dari aspek permodalan, asset maupun omsetnya. Saat ini omset bisnis syariah mencapai 42 Milyar per tahun dengan jumlah nasabahnya mencapai 12.000 orang di unit yang tersebar di berbagai Kecamatan di Pasuruan.

Dengan memanfaatkan jaringan dari alumni dan guru pondok pesantren Sidogiri, maka dibentuklah Usaha Gabungan Terpadu (UGT). Koperasi BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri disingkat “BMT UGT Sidogiri” mulai beroperasi pada tanggal 5 Rabiul Awal 1421 H atau 6 Juni 2000. Di Surabaya dan kemudian mendapatkan badan Hukum Koperasi dari Kanwil Dinas Koperasi PK dan M Propinsi Jawa Timur dengan SK Nomor: 09/BH/KWK.13/VII/2000 tertanggal 22 Juli 2000.

BMT UGT Sidogiri memiliki produk pembiayaan simpan pinjam dengan pola syari'ah dengan menerapkan lima akad yaitu mudharabah, musyaraka, murabahah, ba'I bitsaman'ajil dan qord. Produk lainnya seperti tabungan haji, tagungan umrah, tabungan idul fitri, tabungan lembaga peduli siswa, tabungan qurban, tabungan mudharabah berjangka (deposito), dan juga asuransi jiwa syari'ah (mu'awanah).

Dalam setiap tahun BMT UGT Sidogiri membuka beberapa unit pelayanan anggota di kabupaten/kota yang dinilai potensial. Alhamdulillah, pada saat ini BMT UGT Sidogiri telah berusia 13 tahun dan sudah memiliki 230 Unit Layanan Baitul Maal wat Tamwil/Jasa Keuangan Syariah dan 1 Unit Pelayanan Transfer.

Manajemen yang digunakan adalah manajemen Rasul, hal ini seperti di katakan oleh Mahmud. Beliau mengatakan perkembangan BMT UGT dan BMT MMU hingga memperoleh kepercayaan masyarakat disebabkan menerapkan manajemen rasul yakni *siddiq* (jujur), *amanah* (dapat dipercaya), dan *fathonah* (professional).

Pengurus akan terus berusaha melakukan perbaikan dan pengembangan secara berkesinambungan pada semua bidang baik organisasi maupun usaha. Untuk menunjang hal tersebut maka anggota koperasi dan penerima amanat perlu memiliki karakter STAF, yaitu *Shiddiq* (jujur), *Tabligh* (transparan), *Amanah* (dapat dipercaya) dan *Fathanah* (Profesional).⁶⁴

⁶⁴ <https://bmtugtsidogiri.co.id/tentang-kami-6.html>. Diakses pada Senin 04 Februari 2019 20.47

Dengan majunya kiprah BMT Sidogiri di dunia lembaga keuangan syariah tidaklah berjalan mulus kalau tidak ada yang mengawasi jalannya operasional setiap cabang, perlulah adanya yang mengawasi pihak itu yaitu Kantor pusat BMT UGT Sidogiri yang terletak di Jl.Raya Sidogiri Barat, Kraton, Pasuruan. Peran kantor pusat disini yaitu mengawasi jalannya operasional cabang setiap hari mulai dari sistem akuntansi, likuiditas, remedial dan banyak lainnya kantor pusat disini mengawasi sebanyak 278 kantor cabang yang tersebar di sepuluh provinsi di Indonesia. Provinsi yang dimaksud adalah Jawa Timur, Jawa Barat, DKI Jakarta, Kalimantan Barat, Kalimantan Tengah, Kalimantan Timur, Kalimantan Selatan, Bali, Riau, dan Lampung dan pegawai kami sekitar 1500 karyawan.⁶⁵

2. Visi & Misi BMT UGT Sidogiri Pasuruan

BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri memiliki visi dan misi dalam menjalankan kegiatan dan operasionalnya sebagai koperasi syariah yaitu :

a. Visi

- 1) Terbangunnya dan berkembangnya ekonomi umat dengan landasan syariah Islam
- 2) Terwujudnya budaya ta'awun dalam kebaikan dan ketakwaan dibidang sosial ekonomi.

⁶⁵ Wawancara dengan Bapak Saiful Walid selaku Ka.Div Likuiditas Kantor Pusat UGT Sidogiri pasuruan

b. Misi

- 1) Menerapkan dan memasyarakatkan syariat Islam dalam aktifitas ekonomi.
- 2) Menanamkan pemahaman bahwa sistem syariah dibidang ekonomi adalah Adil, Mudah dan *Maslahah*.
- 3) Melakukan aktifitas ekonomi dengan budaya STAF (*Shiddiq/jujur, Tabliq/komunikatif, Amanah/dipercaya, dan Fatonah/Profesional*)
- 4) Meningkatkan kesejahteraan ummat dan anggota.⁶⁶

3. Struktur Organisasi Kantor Pusat BMT UGT SIDOGIRI PASURUAN

Organisasi merupakan sebagai kelompok orang yang saling berinteraksi dan bekerjasama untuk merealisasikan tujuan bersama. Sedangkan yang di maksud struktur organisasi adalah suatu manifestasi perwujudan organisasi yang menunjukkan hubungan antara otoritas dan tanggung jawab yang saling berinteraksi dari orang yang diberi tugas dan tanggung jawab atas aktivitas.

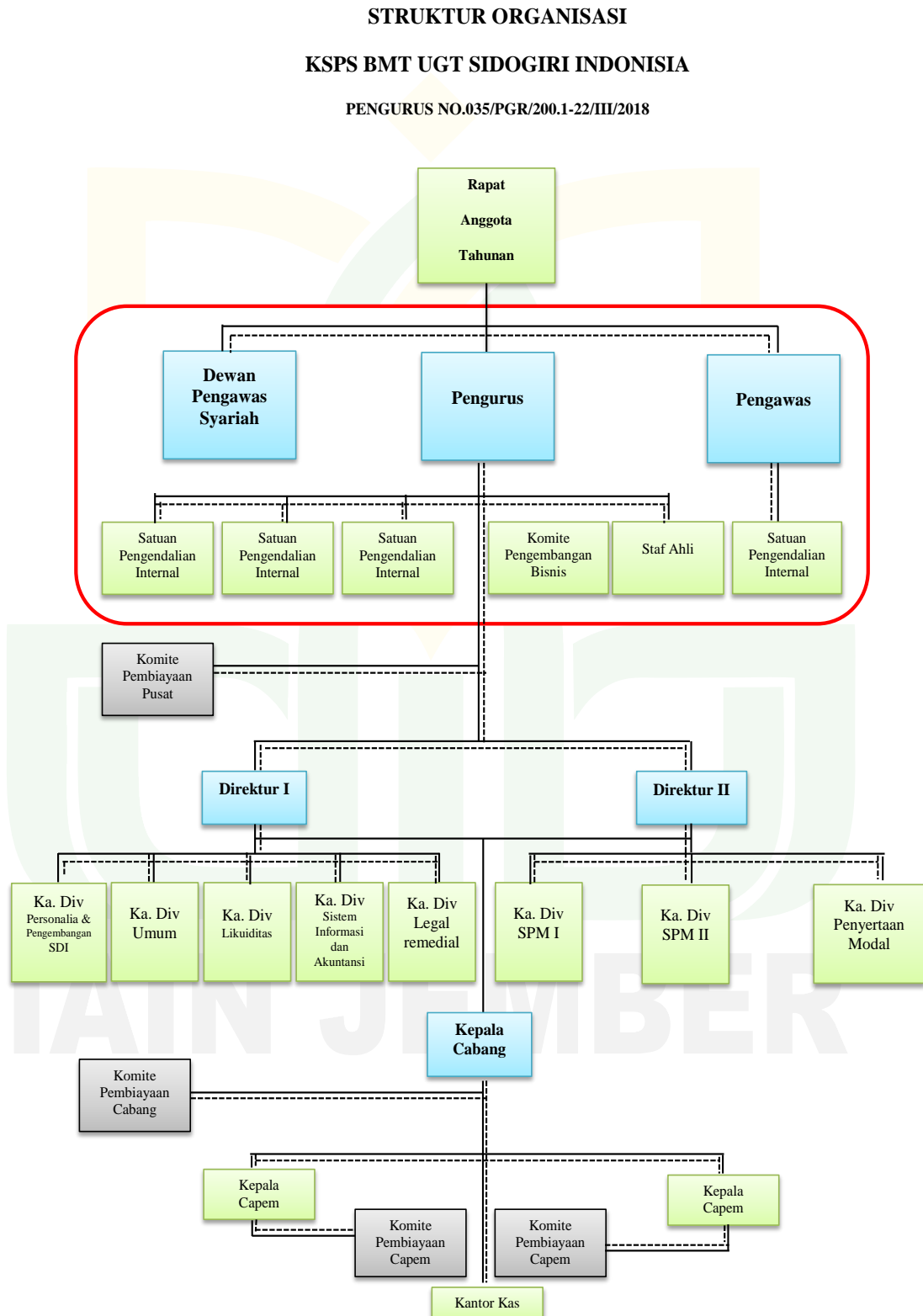
Struktur organisasi merupakan kerangka yang menunjukkan bagian-bagian yang ada dalam perusahaan batas-batas wewenang serta tanggung jawab dalam setiap bagian dalam bekerja sama untuk mencapai tujuan organisasi. Struktur organisasi berfungsi sebagai alat untuk membimbing kearah efisiensi dalam penggunaan pekerja dan seluruh sumber daya yang dibutuhkan dalam meraih organisasi.

⁶⁶ <https://www.bmtugtsidogiri.co.id/tentang-kami-7.html>. Diakses pada Senin 04 Februari 2019 21.37

Secara umum struktur BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri hampir sama dengan yang ada di perbankan. Dalam membiayai suatu usaha BMT selalu terlebih dahulu melakukan pendekatan calon nasabah dan melihat prospek serta ke syariahaan usaha yang di biayai menurut Saiful Walid salah satu karyawan di mengungkapkan bahwa cara ini efektif dalam mengurangi resiko pembiayaan



Gambar 3.1
Struktur Organisasi Kantor Pusat BMT Sidogiri Pasuruan



Keterangan :

Dewan Pengawas Syariah : 1. A. Fuad Noer Chasani
2. M Sholeh Abd Haq

Pengawas : 1. Basori Alwi
2. Abdul Majid

Pengurus

a) Ketua I : H. Mahmud Ali Zain
b) Ketua II : H. Abdulloh Rahman
c) Ketua III : A. Saifulloh Naji
d) Sekertaris : A. Thoha Putra
e) Bendahara : A. Saifulloh

Direktur I : H.M Sholeh Wafi

a) Ka. Div Personalia dan Pengembangan SDI : Muhammad Muhlas
b) Ka. Div Umum : Agus Salim
c) Ka. Div Likuiditas : Saiful Walid
d) Ka. Div Sistem Informasi dan Akuntansi : M. Iqbal Fatah
e) Ka. Div Legal Remedial : Mahalli

Direktur II : Abdul Rakhim

a) Ka. Div Simpanan, Pembiayaan dan Multi jasa (SMP) I : M. Rois Surachman

b) Ka. Div Simpanan,

Pembiayaan dan Multi

jasa (SMP) II : Fathur Rozi

c) Ka. Div Penyertaan Modal : Ahmad Erfan Afandi

4. Ruang Lingkup Kegiatan Kegiatan/Usaha dari BMT UGT Sidogiri

Pasuruan.

Di koperasi BMT UGT Sidogiri memiliki dua produk yang menjadi unggulan, diantaranya produk simpanan dan pembiayaan, antara lain :

a. Produk Simpanan

Produk simpanan yang tersedia di BMT UGT Sidogiri Pasuruan Kota tersedia dalam beragam jumlah nominal penarikan harian, jumlah nominal setoran, cara perhitungan bagi hasil, serta jangka waktu penempatan dana simpanan. Diantaranya terdapat beberapa simpanan yang terdapat di BMT UGT Sidogiri, yaitu :

1) Tabungan Umum Syariah

Merupakan tabungan umum syariah yang setoran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat sesuai dengan kebutuhan anggota. Tabungan akad berdasarkan prinsip syariah mudharabah mutasyarakah dengan nisbah 30% bagi anggota dan 70% bagi koperasi.

2) Tabungan Lembaga Peduli Siswa.

Merupakan tabungan umum berjangka yang diperuntukkan bagi lembaga pendidikan guna menghimpun dana tabungan siswa. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah mudharabah mutasyarakah dengan nisbah 40% anggota dan 60% bagi koperasi.

3) Tabungan Mudharabah Berjangka

Merupakan tabungan berjangka yang setoran dan penarikannya berdasarkan jangka waktu tertentu. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah mudharabah mushtarakah dengan nisbah berikut:

- a) Jangka waktu 1 bulan nisbah 50% untuk anggota dan 50% untuk koperasi
- b) Jangka waktu 3 bulan nisbah 52% untuk anggota dan 48% untuk koperasi
- c) Jangka waktu 6 bulan nisbah 55% untuk anggota dan 45% untuk koperasi
- d) Jangka waktu 9 bulan nisbah 57% untuk anggota dan 43% untuk koperasi
- e) Jangka waktu 12 bulan nisbah 60% untuk anggota dan 40% untuk koperasi
- f) Jangka waktu 24 bulan nisbah 70% untuk anggota dan 30% untuk koperasi.

4) Tabungan MDA Berjangka

Merupakan tabungan berjangka dengan manfaat asuransi santunan rawat inap dan kematian. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah mudharabah mustasarakah dengan nisbah 45% untuk anggota dan 55% untuk koperasi.

5) Tabungan Tarbiyah

Merupakan tabungan umum berjangka untuk keperluan pendidikan anak dengan jumlah setoran perbulan tetap dan dilengkapi dengan asuransi. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah mudharabah mustasarakah dengan nisbah 30% bagi anggota dan 70% bagi koperasi.

6) Tabungan Haji al-Haromain

Merupakan tabungan umum berjangka untuk membantu keinginan anggota melaksanakan ibadah haji. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah mudharabah mustasarakah dengan nisbah 50% bagi anggota dan 50% bagi koperasi.

7) Tabungan Umrah al-Hasanah

Merupakan tabungan berjangka untuk membantu keinginan anggota melaksanakan ibadah umrah. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah mudharabah mustasarakah dengan nisbah 40% bagi anggota dan 60% bagi koperasi.

8) Tabungan Idul Fitri

Merupakan tabungan umum berjangka untuk membantu anggota memenuhi kebutuhan hari raya idul fitri. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah mudharabah mustasarakah dengan nisbah 40% bagi anggota dan 60% bagi koperasi.

9) Tabungan Qurban

Merupakan tabungan umum berjangka untuk membantu dan mempermudah anggota dalam merencanakan ibadah qurban dan aqiqah. Tabungan diakad berdasarkan prinsip mudharabah mustasarakah dengan nisbah 40% bagi anggota dan 60% bagi koperasi.

b. Produk Pembiayaan

Produk simpanan di BMT UGT Sidogiri Pasuruan terbagi menjadi enam macam, yaitu :

1) UGT GES (Gadai Emas Syariah)

Merupakan fasilitas pembiayaan dengan dengan agunan berupa emas. Ini dianggap sebagai alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat dan mudah. Dengan akad Rahn dan Ijarah.

2) UGT MUB (Modal Usaha Barokah)

Merupakan fasilitas pembiayaan modal kerja bagi anggota yang mempunyai usaha mikro dan kecil. Akad yang digunakan adalah (Mudharabah /Musharakah) atau jual beli (Murabahah)

3) UGT KBB (Kendaraan Bermotor Barokah)

Merupakan fasilitas pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor. Akad yang digunakan adalah akad berbasis jual beli (Murabahah).

4) UGT MTA (Multiguna Tanpa Agunan)

Fasilitas pembiayaan tanpa agunan atau jaminan untuk memenuhi kebutuhan anggota. Akad yang digunakan adalah akad yang berbasis jual beli (Murabahah) atau berbasis sewa (Ijarah, Kafalah, dan Hiwalah) atau Qard al-Hasan.

5) UGT PKH (Pembiayaan Kafalah Haji)

Merupakan fasilitas pembiayaan konsumtif bagi anggota untuk memenuhi kebutuhan kekurangan setoran awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) yang ditentukan oleh Kementerian Agama untuk mendapatkan nomor seat porsi haji. Akad yang digunakan adalah akad Kafalah bil Ujrah.

6) UGT MJB (Multi Jasa Barokah)

Merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada anggota untuk kebutuhan jasa dengan agunan berupa fixed asset atau kendaraan bermotor selama jasa dimaksud tidak bertentangan dengan undang-undang/hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan syariah islam. Akad yang digunakan adalah akad berbasis jual beli dan sewa (ba'i al wafa dan IMBT) atau berbasis sewa (ijarah atau rahn tasjil).

7) UGT MGB (Multi Griya Barokah)

Merupakan pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (consumer), baik baru maupun bekas, dilingkungan developer maupun non developer atau membangun rumah atau renovasi rumah. Akad yang digunakan adalah akad yang berbasis jual beli (Murabahah, ba'i Mausuf Fiddhimah atau istisna") atau Multi akad (Murabahah dan ijarah para.

B. Penyajian Data

1. Deskriptif Variabel Penelitian dan Responden Penelitian

Metode analisis deskriptif merupakan cara menafsirkan data yang ada sehingga gambaran yang jelas mengenai kualitas pelayanan dengan pendekatan teori Brandy & Cronin yang mempengaruhi kepuasan nasabah BMT UGT Sidogiri Pasuruan.

Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif yaitu memberikan gambaran secermat mungkin mengenai individu, keadaan, gejala suatu kelompok tertentu. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dalam bentuk kuesioner atau angket, jumlah item pernyataan berupa 27 butir pernyataan untuk variabel X dan 5 butir pernyataan untuk variabel Y. Jadi jumlah keseluruhan pernyataan berjumlah 32 pernyataan. Kuesioner atau angket yang disebar pada responden (nasabah) berisikan pernyataan-pernyataan mengenai kualitas

pelayanan yang diberikan oleh nasabah BMT UGT Sidogiri Pasuruan dengan menggunakan pendekatan *Brandy Cronin* dan kepuasan nasabah.

Tabel 3.1
Pemberian Data Skor (*Skala Likert*)

No	Kode	Jawaban	Skor
1.	SS	Sangat Setuju	5
2.	S	Setuju	4
3.	RR	Ragu-Ragu	3
4.	TS	Tidak Setuju	2
5.	STS	Sangat Tidak Setuju	1

a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Responden yang telah diambil pada penelitian ini adalah sebanyak 50 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Jenis Kelamin Reponden

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	44	88%
Perempuan	6	12%
Total	50	100%

Sumber: Data diolah SPSS

Dari data diatas, menunjukkan bahwa jumlah responden atau nasabah laki-laki lebih banyak dibandingkan dengan responden perempuan. Hal ini dapat dijadikan indikasi bahwa dalam melakukan transaksi lebih banyak dilakukan oleh laki-laki sebanyak 44 orang dengan presentase 88% dibandingkan dengan perempuan dengan jumlah 6 orang dengan presentase 12%.

b. Responden Berdasarkan Umur

Responden data primer yang telah diolah maka hasil persebaran data 50 responden atau berdasarkan umur dalam penelitian ini dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 3.3
Umur Responden

Umur	Jumlah	Presentase
10-20 Tahun	27	52%
21-30 Tahun	13	26%
31-40 Tahun	4	8%
>40 Tahun	6	14%
Total	50	100%

Sumber: Data diolah

Dari data diatas, menunjukkan bahwa presentase responden atau nasabah yang berumur 10-20 tahun berjumlah 26 nasabah lebih banyak dibandingkan dengan responden yang berumur antara 21-30 tahun dengan jumlah 13 nasabah, 31-40 tahun dengan jumlah 4 nasabah dan yang berumur lebih dari 40 dengan jumlah 7 nasabah. Hal ini dapat dijadikan indikasi bahwa dalam hal melakukan transaksi lebih banyak dilakukan oleh nasabah yang berumur 10-20 tahun.

c. Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Responden data primer yang telah diolah maka hasil persebaran data 50 responden atau berdasarkan umur dalam penelitian ini dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 3.4
Lama Menjadi Nasabah

Tahun	Jumlah	Presentase
1-2 Tahun	15	30%
3-4 Tahun	15	30%
5-6 Tahun	13	26%
>6 Tahun	7	14%
Total	50	100%

Sumber: Data diolah

Dari data diatas, menunjukkan bahwa presentase responden lama menjadi nasabah 1-2 tahun dan 3- 4 tahun sama banyak berjumlah 15 nasabah lebih sedikit dibandingkan dengan responden yang lama menjadi nasabah antara 5-6 tahun dengan jumlah 13 nasabah dan yang lebih dari 6 tahun dengan jumlah 7 nasabah.

d. Deskriptif Statistik

Penelitian ini bermaksud mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Pasuruan diperoleh rata –rata (*mean*) = 4,38, Median = 4,00 dan Modus 4. Hasil penelitian didasarkan pada faktor yang mempengaruhi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri dapat di uraikan sebagai berikut:

1) Kualitas Interaksi

Hasil penghitungan data kualitas interaksi diperoleh rata-rata (*mean*) = 4,38, median = 4,00 modus sebesar 4, nilai minimum = 4 dan nilai maximum = 5

Tabel 3.5
Distribusi Frekuensi Kualitas Interaksi

NO	Kategori	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju (SS)	31	62
2.	Setuju (S)	19	38
3.	Ragu-Ragu/Netral (RR)	0	0
4.	Tidak Setuju (TS)	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0
Jumlah		50	100

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel penelitian diatas dari 50 responden diketahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di BMT UGT Sidogiri Pasuruan berdasarkan kualitas interaksi sebgaiian besar sangat setuju sebesar 62%, setuju sebesar 38%, ragu-ragu/netral sebesar 0%, tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju 0%.

2) Kualitas Lingkungan

Hasil penghitungan data kualitas lingkungan diperoleh rata-rata (*mean*) = 4,24, median = 4,00 modus sebesar 4, nilai minimum = 3 dan nilai maximum = 5

Tabel 3.6
Distribusi Frekuensi Kualitas Lingkungan

NO	Kategori	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju (SS)	14	28
2.	Setuju (S)	34	68
3.	Ragu-Ragu/Netral (RR)	2	4
4.	Tidak Setuju (TS)	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0
Jumlah		50	100

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel penelitian diatas dari 50 responden diketahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan

di BMT UGT Sidogiri Pasuruan berdasarkan kualitas interaksi sebgaiian besar sangat setuju sebesar 28%, setuju sebesar 68%, ragu-ragu/netral sebesar 4%, tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju 0%.

3) Kualitas Hasil

Hasil penghitungan data kualitas hasil diperoleh rata-rata (*mean*) = 4,24, median = 4,00 modus sebesar 4, nilai minimum = 3 dan nilai maximum = 5

Tabel 3.7
Distribusi Frekuensi Kualitas Hasil

NO	Kategori	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju (SS)	13	26
2.	Setuju (S)	36	72
3.	Ragu-Ragu/Netral (RR)	1	2
4.	Tidak Setuju (TS)	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0
Jumlah		50	100

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel penelitian diatas dari 50 responden diketahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di BMT UGT Sidogiri Pasuruan berdasarkan kualitas interaksi sebgaiian besar sangat setuju sebesar 26%, setuju sebesar 72%, ragu-ragu/netral sebesar 2%, tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju 0%.

4) Kepuasan Nasabah

Hasil penghitungan data kepuasan nasabah diperoleh rata-rata (*mean*) = 4,40, median = 4,00 modus sebesar 4, nilai minimum = 3 dan nilai maximum = 5

Tabel 3.8
Distribusi Frekuensi Kualitas Hasil

NO	Kategori	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju (SS)	22	44
2.	Setuju (S)	26	52
3.	Ragu-Ragu/Netral (RR)	2	4
4.	Tidak Setuju (TS)	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0
Jumlah		50	100

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel penelitian diatas dari 50 responden diketahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di BMT UGT Sidogiri Pasuruan berdasarkan kualitas interaksi sebgaiian besar sangat setuju sebesar 44%, setuju sebesar 52%, ragu-ragu/netral sebesar 4%, tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju 0%.

2. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya indikator dari kuesioner atau angket dari masing-masing variabel. Pengujian validitas ini dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} . Nilai r_{hitung} merupakan hasil korelasi jawaban responden pada masing-masing pernyataan disetiap variabel yang dianalisis dengan program *SPSS* dan dengan outputnya dapat dilihat pada kolom *Correct Item-To Correlation*, sedangkan untuk mendapatkan r_{tabel} dilakukan dengan tabel *r product moment*, untuk hasilnya akan dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan rumus *degree of freedom* ($df=n-4$), maka akan didapat nilai $df=50-4$ yaitu 46 jadi ($df=46$). Berdasarkan kriteria dengan ketentuan df yang sudah

didapat ($df=46$, dengan tingkat signifikan 5%) dan dengan melihat tabel r maka dapat disimpulkan bahwa nilai r tabel sebesar 0,2303.

Tabel 3.9
Uji Validitas

No	Indikator Variabel	Item	α	r Hitung	r Tabel	Status
1.	Kualitas Interaksi	X1	0,05	0,724	0,2303	Valid
2.	Kualitas Lingkungan	X2	0,05	0,721	0,2303	Valid
3.	Kualitas Hasil	X3	0,05	0,731	0,2303	Valid
4.	Kepuasan Nasabah	Y	0,05	0,791	0,2303	Valid

Sumber: Sumber diolah SPSS

Berdasarkan keterangan dari table diatas, maka dapat diketahui bahwa uji validitas dikatakan valid apabila r_{hitung} untuk masing-masing pernyataan ternyata positif dan nilainya lebih besar dari r_{tabel} yakni sebesar 0,2303 sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan diatas adalah valid. Artinya :

- a. Pernyataan kualitas interaksi dengan r_{hitung} sebesar 0,724 yaitu lebih besar dari r_{hitung} sebesar 0,2403, jadi pernyataan pada variabel kualitas interaksi berarti valid.
- b. Pernyataan kualitas lingkungan dengan r_{hitung} sebesar 0,721 yaitu lebih besar dari r_{hitung} sebesar 0,2403, jadi pernyataan pada variabel kualitas lingkungan berarti valid.
- c. Pernyataan kualitas hasil dengan r_{hitung} sebesar 0,731 yaitu lebih besar dari r_{hitung} sebesar 0,2403, jadi pernyataan pada variabel kualitas hasil berarti valid.

- d. Pernyataan kepuasan nasabah dengan r_{hitung} sebesar 0,423 yaitu lebih besar dari r_{hitung} sebesar 0,2403 , jadi pernyataan pada variabel kepuasan nasabah berarti valid.

3. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas ini berkenaan dengan derajat dan stabilitas data atau temuan. Dalam penelitian kuantitatif, untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel dapat dilakukan pada sampel yang mendekati jumlah populasi dan pengumpulan serta analisis data yang dilakukan dengan cara yang benar.

Tabel 3,10
Hasil Uji Reabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.749	11

Sumber: Data diolah SPSS

Berdasarkan keterangan di atas, variabel dikatakan reliabel apabila *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60. Dari tabel di atas nilai *Cronbach Alpha* menunjukkan nilai sebesar 0,749 maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut reliabel. Artinya variabel kualitas layanan yaitu kualitas interaksi, kualitas lingkungan dan kualitas hasil serta variabel kepuasan nasabah menunjukkan bahwa data tersebut reliabel.

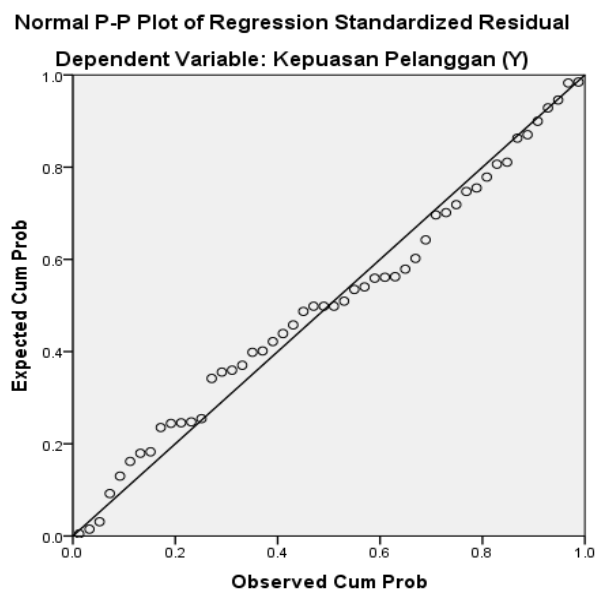
C. Analisis Dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual data dari model regresi linier memiliki distribusi normal atau tidak. Jika residual data tidak terdistribusi normal maka dapat disimpulkan statistik tidak valid. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak condong ke kiri atau ke kanan. Salah satu cara untuk mendeteksi apakah residual data terdistribusi normal atau tidak yakni dengan melihat grafik *normal probability plot*.

Gambar 3.2
Hasil Uji Normalitas Data



Sumber: Data diolah SPSS

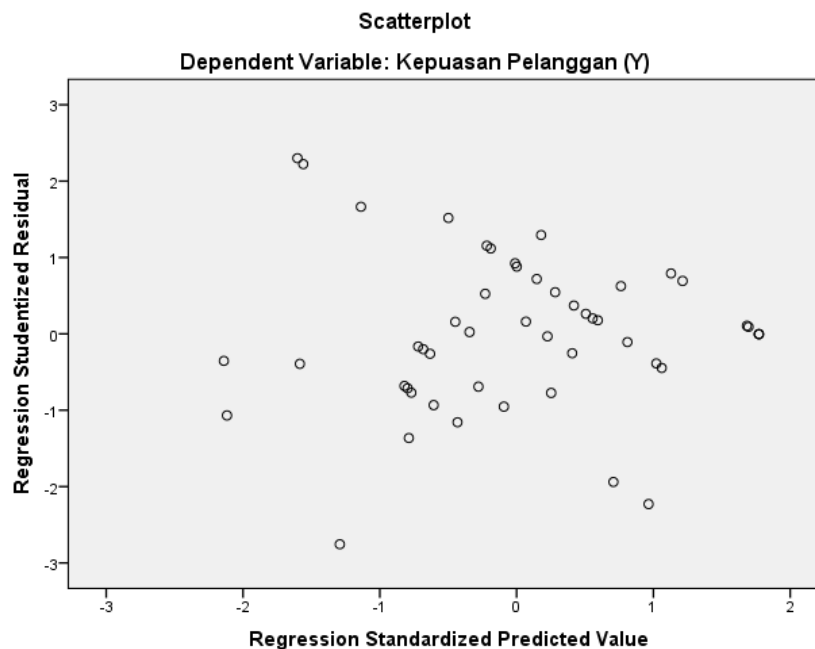
Berdasarkan hasil pengujian grafik *probability plot* menunjukkan bahwa titik-titik berada sejajar dan berdekatan dengan garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal dan layak digunakan untuk memprediksi pengaruh kualitas pelayanan dengan pendekatan *modified servqual* terhadap kepuasan nasabah.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan lain. Salah satu cara untuk mendeteksi problem heteroskedastisitas adalah melalui grafik *scatterplot*, yaitu jika plotting titik-titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul pada satu tempat, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut ini hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS versi 20.

IAIN JEMBER

Gambar 3.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah SPSS

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa plotting titik-titik menyebar secara acak, tidak berkumpul pada satu tempat dan menyebar secara rata. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi kepuasan nasabah.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ialah digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Berikut adalah hasil perhitungan regresi linier berganda antara kualitas layanan yaitu: Kualitas Interaksi (X1), Kualitas Lingkungan (X2), Kualitas Hasil (X3) terhadap jumlah kepuasan nasabah (Y) dengan bantuan SPSS

20, karena keunggulan dari SPSS 20 ini adalah menyediakan cara yang mudah untuk analisis statistik dan sistem manajemen data menggunakan statistik deskriptif dalam mengelola data bisnis di bidang jasa seperti perbankan.⁶⁷

Tabel 3.11
Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.183	2.874		.412	.683
	Kualitas Interaksi (X1)	.073	.085	.102	.855	.397
	Kualitas Lingkungan (X2)	.022	.071	.040	.313	.756
	kualitas Hasil (X3)	.486	.077	.705	6.311	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data diolah SPSS

Dari hasil pengujian di atas dapat dilihat bahwa persamaan model regresi linier berganda adalah:

$$Y = 1,183 + 0,073X_1 + 0,022X_2 + 0,486X_3$$

Dari perhitungan SPSS di atas memberikan pengertian bahwa:

- Nilai konstanta (a) adalah 1,183. Artinya jika kualitas pelayanan yaitu: kualitas interaksi, kualitas lingkungan dan kualitas hasil nilainya adalah satu maka kepuasan nasabah nilainya positif, yaitu 1,183
- Nilai X_1 sebesar 0,073 menyatakan bahwa jika variabel kualitas interaksi mengalami kenaikan satu satuan dan variabel lain dianggap tetap (konstan) maka akan mengakibatkan kenaikan pada variabel Y sebesar 0,073

⁶⁷ <https://www.amazon.com/Mengolah-Data-Bisnis-dengan-Indonesian/dp/6020028860>.diakses pada 18 Februari 2019, 14:39.

- c. Nilai X_2 sebesar 0,022 menyatakan bahwa jika variabel kualitas lingkungan mengalami kenaikan satu satuan dan variabel lain dianggap tetap (konstan) maka akan mengakibatkan kenaikan pada variabel Y yaitu kepuasan nasabah sebesar 0,022
- d. Nilai X_3 sebesar 0,486 menyatakan bahwa jika variabel kualitas lingkungan mengalami kenaikan satu satuan dan variabel lain dianggap tetap (konstan) maka akan mengakibatkan kenaikan variabel Y yaitu kepuasan nasabah sebesar 0,486.
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi *R Square* adalah 0,75; 0,50; 0,25 menunjukkan bahwa model kuat, sedang dan lemah. Setiap tambahan satu variabel independen, maka nilai *R Square* pasti akan meningkat. Oleh karena itu sangat dianjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted R Square* dalam mengevaluasi model regresi, dimana nilainya dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model. Jika dalam uji regresi didapat nilai *adjusted R Square* negatif, maka nilai tersebut dianggap nol. Koefisien determinasi tersebut ditunjukkan dengan nilai *Adjusted R Square* pada SPSS 85 pada table berikut ini:

Tabel 3.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 ^a	.606	.580	1.59233

a. Predictors: (Constant), kualitas Hasil (X3), Kualitas Interaksi (X1), Kualitas Lingkungan (X2)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: data diolah

Berdasarkan uji koefisien determinasi tabel di atas, nilai *adjusted R Square* adalah 0,58, hal ini berarti bahwa kualitas interaksi (X_1), kualitas lingkungan (X_2), dan kualitas hasil (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) sebesar 58% dan sisanya 42% dipengaruhi variabel lain diluar model.

4. Uji Hipotesis

a. Uji signifikansi t (Uji t)

Uji t pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui secara individual pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 3.13
Hasil Uji Kepuasan Nasabah
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.183	2.874		.412	.683
	Kualitas Interaksi (X1)	.073	.085	.102	.855	.397
	Kualitas Lingkungan (X2)	.022	.071	.040	.313	.756
	kualitas Hasil (X3)	.486	.077	.705	6.311	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data diolah

Hasil uji t diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Kualitas interaksi (X1)

Nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel kualitas interaksi adalah sebesar 0,397. Karena nilai signifikansi diatas 0,05, maka H_1 ditolak dan H_0 diterima. Begitu juga hasil analisis menggunakan t_{hitung} dibandingkan t_{table} didapatkan hasil bahwa nilai t_{hitung} sebesar 0,855 kurang dari t_{table} sebesar 2,012, maka H_1 ditolak dan H_0 diterima . Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas interaksi berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya bahwa variabel interaksi meskipun BMT UGT SIDogiri Pasuruan sudah memberikan sikap yang komunikatif, prilaku yang ramah, menarik, dan memahami semua kebutuhan nasabah, hal itu berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2) Kualitas lingkungan (X2)

Nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel kualitas lingkungan adalah sebesar 0,756. Karena nilai signifikansi diatas 0,05, maka H_2 ditolak dan H_0 diterima. Begitu juga hasil analisis menggunakan t_{hitung} dibandingkan t_{table} didapatkan hasil bahwa nilai t_{hitung} sebesar 0,313 kurang dari t_{table} sebesar 2,012, maka H_2 ditolak dan H_0 diterima . Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas lingkungan berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.. Artinya bahwa variabel lingkungan meskipun

BMT UGT SIDogiri Pasuruan sudah mempunyai ruangan yang nyaman, tata kelola yang mendukung serta karyawan sudah memberikan layanan terbaik, hal itu berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3) Kualitas hasil (X3)

Nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel kualitas hasil adalah sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi dibawah 0,05, maka H_3 diterima dan H_0 ditolak. Begitu juga hasil analisis menggunakan t_{hitung} dibandingkan t_{table} didapatkan hasil bahwa nilai t_{hitung} sebesar 6,311 lebih besar dari t_{table} sebesar 2,012, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya bahwa variabel hasil dimana waktu tunggu, fasilitas yang tersedia, ruangan yang nyaman, tata kelola yang mendukung dan kepercayaan nasabah, hal tersebut berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

b. Uji Signifikansi F (Uji F)

Uji F pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen atukah tidak. Berikut adalah hasil uji F dengan menggunakan SPSS 20:

Tabel 3.14
Uji Signifikansi F (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	179.146	3	59.715	23.552	.000 ^b
Residual	116.634	46	2.536		
Total	295.780	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), kualitas Hasil (X3), Kualitas Interaksi (X1), Kualitas Lingkungan (X2)

Sumber: data diolah

Berdasarkan uji F di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan ialah 0,000. Karena nilai signifikansi dibawah 0,05 maka H_4 diterima. Begitu juga hasil analisis menggunakan f_{hitung} dibandingkan f_{table} didapatkan hasil bahwa nilai f_{hitung} sebesar 23,552 lebih dari t_{table} sebesar 8,585 itu artinya ada pengaruh kualitas layanan (kualitas interaksi, kualitas lingkungan dan kualitas hasil) terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Pasuruan. Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas layanan (kualitas interaksi, kualitas lingkungan dan kualitas hasil) secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Secara Parsial.

a. Pengaruh Kualitas Interaksi Terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas interaksi merupakan aspek diartikan sebagai pertemuan antara petugas dan pelanggan. Melalui studi teori Brady

dan Cronin mengidentifikasi 3 faktor yang berpengaruh dalam kualitas interaksi yaitu sikap, perilaku dan keahlian. Berdasarkan Uji T dapat dilihat bahwa kualitas interaksi berpengaruh akan tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut terbukti dengan hasil perhitungan SPSS 20, dimana nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel kualitas interaksi adalah uji t sebesar 0,397 lebih besar dari 0,05, begitu juga nilai signifikansi nilai di atas 0,05 maka H_1 yang berbunyi tidak ada pengaruh antara kualitas interaksi terhadap kepuasan nasabah pada BMT UGT Sidogiri Pasuruan. Artinya variabel kualitas interaksi berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Pasuruan.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Nico Pratama Onasie pada jurnal yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru” pada variabel kualitas interaksi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan terbukti pada variabel Kualitas Interaksi (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru dapat dilihat dari nilai t hitung sebesar 3.095 dengan tingkat signifikan sebesar 0,003 (lebih besar dari tabel sebesar 1,980. dan PValue sebesar $0,003 < 0,05$.⁶⁸

Melihat perbandingan tersebut sesungguhnya teori kualitas interaksi berpengaruh signifikan akan tetapi pada penelitian dilakukan

⁶⁸ Nico Pratama Onasie. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru. Jom Fekon Vol. 2 No. 1 Februari 2015.

penulis yang hasilnya variabel interaksi berpengaruh akan tetapi tidak signifikan itu artinya data yang dikumpulkan peneliti tidak berhasil membuktikan keterkaitan antara kualitas interaksi dan kepuasan nasabah pada BMT UGT Sidogiri Pasuruan dan bukan berarti kualitas interaksi tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, melainkan data sampel tidak berhasil membuktikan hubungan yang signifikan dengan kepuasan nasabah..

b. Pengaruh Kualitas Lingkungan Terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas lingkungan dan sekitarnya dapat berpengaruh yang signifikan terhadap persepsi keseluruhan kualitas jasa yang dirasakan. Ada 3 faktor yang berpengaruh terhadap lingkungan fisik yaitu *Ambient Condition*, desain fasilitas dan faktor sosial. Berdasarkan Uji T dapat dilihat bahwa kualitas lingkungan berpengaruh akan tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut terbukti dengan hasil perhitungan SPSS 20, dimana nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel kualitas interaksi adalah Uji T sebesar 0,756 lebih besar dari 0,05, begitu juga nilai signifikansi di atas 0,05 maka H_2 yang berbunyi tidak ada pengaruh antara kualitas lingkungan terhadap kepuasan nasabah pada BMT UGT Sidogiri Pasuruan. Artinya variabel kualitas lingkungan berpengaruh akan tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Pasuruan.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Nico Pratama Onasie pada jurnal yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru” pada variabel kualitas interaksi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan terbukti pada variabel Kualitas Lingkungan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru dapat dilihat dari nilai t hitung sebesar 3.372 dengan tingkat signifikan sebesar 0,003 (lebih besar dari t tabel sebesar 1,980. dan PValue sebesar $0,001 < 0,05.$), dengan demikian variabel Kualitas Lingkungan Fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.⁶⁹

Melihat perbandingan diatas sesungguhnya teori kualitas lingkungan berpengaruh signifikan akan tetapi pada penelitian dilakukan penulis yang hasilnya variabel kualitas lingkungan berpengaruh akan tetapi tidak signifikan itu artinya data yang dikumpulkan peneliti tidak berhasil membuktikan keterkaitan antara kualitas lingkungan dan kepuasan nasabah pada BMT UGT Sidogiri Pasuruan dan bukan berarti kualitas lingkungan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, melainkan data sampel tidak berhasil membuktikan hubungan yang signifikan dengan kepuasan nasabah.

⁶⁹ Ibid.10

c. Pengaruh Kualitas Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas hasil mencakup waktu tunggu, bukti fisik dan valensi dalam model Brandy & Cronin (2001). Berdasarkan Uji T dapat dilihat bahwa kualitas hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut terbukti dimana nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel kualitas hasil adalah 0,000. Karena nilai signifikansinya dibawah 0,05, maka H_3 diterima. Jadi kualitas hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BMT UGT Sidogiri Pasuruan dikarenakan terdapat pengaruh dan signifikan kualitas hasil terhadap kepuasan nasabah BMT UGT Sidogiri Pasuruan.

Berdasarkan analisis dan interpretasi diatas dapat dilihat bahwa kualitas hasil dengan pendekatan *Brandy & Cronin* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Terbukti bahwa kualitas hasil lebih diharapkan oleh nasabah pada BMT UGT Sidogiri Pasuruan, nasabah lebih mencari waktu tunggu yang tidak lama serta bisa diprediksi waktu dalam menunggu antrian dan nasabah yakin menyimpan uang di BMT UGT Sidogiri.

2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap kepuasan Nasabah Secara Simultan

Berdasarkan uji f dapat dilihat kualitas layanan (kualitas interaksi, kualitas lingkungan dan kualitas hasil) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut terbukti dengan hasil perhitungan dengan

SPSS 20, dimana nilai signifikansi menunjukkan 0,000. Karena nilai signifikansi kurang dari pada 0,05 maka H_4 yang berbunyi ada pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan (kualitas interaksi, kualitas lingkungan dan kualitas hasil) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Pasuruan, Artinya variabel X yaitu kualitas pelayanan (kualitas interaksi, kualitas lingkungan dan kualitas hasil) bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variable Y yaitu kepuasan nasabah.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pengaruh signifikansi secara parsial kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Pasuruan.
 - a. Berdasarkan uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,397. Karena nilai signifikansi di atas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kualitas interaksi berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.
 - b. Berdasarkan uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,756. Karena nilai signifikansi di atas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kualitas lingkungan berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.
 - c. Berdasarkan uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi di dibawah 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kualitas hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Pengaruh signifikansi secara simultan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Pasuruan. Berdasarkan hasil pengujian secara bersama-sama dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan (Kualitas interaksi, kualitas lingkungan dan kualitas hasil) menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan ialah lebih kecil dari 0,05, yaitu sebesar 0,000. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan (kualitas interaksi, kualitas lingkungan dan kualitas hasil) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil kesimpulan yang sudah diuraikan, maka saran bagi peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Kualitas layanan merupakan hal terpenting bagi setiap perusahaan yang bergerak di bidang jasa baik lembaga keuangan. Kualitas layanan merupakan hal terpenting bagi setiap perusahaan yang bergerak dibidang jasa baik lembaga keuangan bank maupun non bank, untuk BMT UGT Sidogiri agar terus meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat semakin menarik minat masyarakat untuk bertransaksi di BMT UGT Sidogiri Pasuruan.
2. Disarankan di masa akan datang, penerapan kualitas layanan oleh BMT UGT Sidogiri Pasuruan menjadi pertimbangan agar pemberian pelayanan tersebut sesuai dengan peningkatan kepuasan konsumen yang mengalami penurunan.
3. Kepuasan nasabah tidak hanya mampu diukur oleh kualitas pelayanan, Karena indikator-indikator yang terdapat didalam Pendekatan *Brandy & Cronin* sebagai alat ukur dari kualitas pelayanan hanya sebagian dari beberapa faktor lain yang dapat mengukur kepuasan nasabah.
4. Dalam penelitian ini peneliti menyadari masih banyak sekali kekurangan di berbagai macam hal, baik dari isi, serta penyusunan skripsi ini. Untuk peneliti selanjutnya apabila ingin meneliti kepuasan nasabah, bisa ditambah dengan faktor-faktor yang belum diteliti dalam skripsi ini.

5. Untuk penelitian selanjutnya semoga bisa baik lagi dalam penyusunan skripsi dan apabila keinginan menggunakan variabel yang ada dalam penelitian ini, skripsi ini dapat dijadikan bahan rujukan untuk menyusun penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Ashar Khusnul dkk.2006. *Analisis Makro dan Mikro*.BPFE Universitas Brawijaya 2006.
- Brady, K.M., Cronin Jr. 2001. Some New Thoughts On Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierrarchial Approach. The Journal of Marketing, Vol. 65:34-49.
- Brady, K.M., Cronin Jr.. Some New Thoughts On Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierrarchial Approach. The Journal of Marketing, Vol. 65:34-49, 2001
- Brady, K.M., Cronin Jr.. Some New Thoughts On Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierrarchial Approach. The Journal of Marketing, Vol. 65:34-49, 2001
- Bungin Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, dan Discourse Teknologi Komunikasi di Masyarakat)*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Clarissa Monica Gunawan. 2017. “ Studi Komparatif Pengaruh Perubahan Tampilan Visual Desain Interior Gerai *Coach* Terhadap Minat Beli Konsumen di Surabaya”. JURNAL INTRA:Vol.57.
- D Wahyu Ariani.2009.*Manajemen Operasional Jasa*. Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Deni Darmawan. 2014.*Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Deni darmawan.2016. *Metode Penelitian Kuantitatif* . Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Duwi, Priyatno.2014. *Spss 22 Pengolahan Data Terpraktis*.Yogyakarta : C.V Andi Offset.
- Ekawati Rahayu N.2010. *Manajemen Pemasaran*. Kudus: Nora Media Enterprise.
- Fandy Tjiptono.2011. *Pemasaran Jasa*.Yogyakarta: Bayumedia.
- Hardiansyah. 2018. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gaya Media Gunadarma.
- Hardiansyah.2018. *Kualitas Pelayanan Publik*.Yogyakarta: Gaya Media Gunadarma.
- Hengki Latan.2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi*.Bandung: Alfabeta.

- Juzan Tri Hartanto, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah*, (Tesis, Universitas Gunadarma, Depok, 2010)
- Kasmir. 2013. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, edisi revisi, cetakan 12 Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid Pertama* Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan Jilid 2* (Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia)
- Mardiatno Mugi. 2011. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit di Bank BTN Cabang Bogor". Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- MurbaranFitria i. 2016. "Analisis Kualitas Pelayanan Menurut Brandy Dan Cronin di Poli Anak". Universitas Airlangga, Surabaya.
- Nazir. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nur Qomaria. Michelia 2017. "Analisis metode servqual dalam pengukuran kualitas pelayanan UMKM KUR terhadap kepuasan nasabah BRISyariah KCP Banyuwangi Genteng". IAIN Jember.
- Nurmiati. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Baraka Enrekang". Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Puronomo Hendro Adi. 2012. "Kualitas Pelayanan Gerbong Khusus wanita kereta api rute Jakarta Bogor". Universitas Indonesia, Jakarta
- Rizatul Lailiyah Nur. 2017. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Pendekatan Model CARTER Dalam Mengukur Tingkat Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Pembantu Syariah Ahmad Yani jember". IAIN Jember.)
- Schiffman, L.G and Kanuk, L.L. 2007. *Consumer Behavior*. (9th ed.). London: Prentice Hall
- Soemetra Andri. 2015. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Grup.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeth.
- Supriyanto dkk. 2018. *Islam and Local Wisdom*, Jakarta: Prenadamedia Grup.

Tim Revisi Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember.2017.*Pedoman Penulisan Karya ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.

Tjiptono dan Chandra.2016. *service , Quality Satisfation*. Yogyakarta :Andi Offset.

Tjiptono, Fandy.2000. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Veithzal. Rivai Dkk.2012. *Bank and Financial Institution Management*. Yogyakarta: Sinarmas.

Wawancara dengan Bapak Saiful Walid selaku Ka.Div Likuiditas Kantor Pusat UGT Sidogiri Psuruan.

Yanti Sudirman Dewi.2011. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Britama Pada PT. BRI (Persero) Tbk Cabang A. Yani Makasar”.Universitas Hasanuddin, Makasar.

Yusuf Muri. 2014. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan* . Jakarta: PT Galia.

<http://psiko-malangraya.blogspot.com/2010/05/definisi-perilaku.html> Diakses pada 22 Oktober 2018 11.40

<https://ekonomi.kompas.com/read/2017/11/09/200000226/soekarwo--jawa-timur-provinsi-terbaik-untuk-kembangkan-ekonomi-syariah>. Diakses pada 16 November 2018 14.26

<https://www.google.co.id/amp/www.metrotvnews.com/amp/5b2VgYvb-babak-baru-> Diakses pada 16 November 2018 14.29

<http://www.tribunnews.com/regional/2018/02/19/bmt-sidogiri- argetkan-asset-rp-5-trilyun> Diakses pada 18 oktober 2018 13.07

<https://www.bmtugtsidogiri.co.id/berita-504.html> di Akses pada 18 Mei 201813.43

<http://notordinaryblgger.com/indikator-kepuasan-pelanggan/> Diakses 31 Januari 2018, 09.20.

<https://www.bmtugtsidogiri.co.id/tentang-kami-7.html>. Diakses pada Senin 04 Februari 2019 21.37

<https://www.amazon.com/Mengolah-Data-Bisnis-dengan-Indonesian/dp/6020028860>.diakses pada 18 Februari 2019, 14:39.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Achmad Maharudin

NIM : E20151018

Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam / Perbankan Syariah

Institut : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri Pasuruan”** adalah hasil penelitian karya saya sendiri kecuali bagian –bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 20 Februari 2019

Saya yang menyatakan,



Achmad Maharudin
NIM E20151018

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri Cabang Pasuruan

Kepada Responden Yang Terhormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi/ tugas akhir Strata 1 (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam Prodi Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, maka dari itu diperlukan dukungan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk membantu saya mengisi koesioner ini.

Kuesioner ini diedarkan untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan dengan pendekatan model Nordic dalam mengukur tingkat kepuasan nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Pasuruan. Untuk itu, saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(I) meluangkan waktu mengisi koesioner ini. Masukan informasi yang jujur, benar, dan akurat sangat diharapkan agar informasi ilmiah yang akan disajikan benar-benar dapat dipertanggung jawabkan dan berguna bagi peningkatan kualitas pelayanan BMT UGT Sidogiri Cabang Pasuruan

Terimakasih atas bantuan dan kesediaan dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Hormat Saya

Achmad Maharudin

(E20151018)

A. Identitas Responden

Berikan tanda (X) pada jawaban yang anda pilih !

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki- Laki b. Perempuan
3. Umur :
 - a. 10-20 tahun b. 21-30 tahun c. 31-40 tahun d. >40 tahun
4. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah :
 - a. 1-2 tahun b. 3-4 tahun c. 5-6 tahun d. >6 tahun

B. Tingkat Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah

Lingkari angka yang paling sesuai dengan penilaian anda terhadap masing-masing pertanyaan berikut ini dengan pedoman penilaian sebagai berikut :

- Sangat Setuju (SS) = 5
 Setuju (S) = 4
 Ragu-Ragu/Netral (RR) = 3
 Tidak Setuju (TS) = 2
 Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

No	Pertanyaan Kualitas Pelayanan	SS	S	RR	TS	STS
	Kualitas Interaksi (X₁)					
	Sikap (Attitude)					
1.	Nasabah mendapat layanan yang komunikatif selama menggunakan jasa BMT UGT Sidogiri.	5	4	3	2	1
2.	Setiap pelayanan jasa BMT UGT Sidogiri terakses oleh <i>customer service</i> .	5	4	3	2	1
3.	Nasabah menilai sikap yang ditunjukkan oleh para karyawan memiliki sikap yang komunikatif.	5	4	3	2	1
	Prilaku (Behavior)					
4.	Prilaku Karyawan sangat sopan dalam menawarkan jasa BMT UGT Sidogiri.	5	4	3	2	1
5.	Nasabah senang dengan Prilaku yang ramah dan tertarik dalam menawarkan jasa BMT UGT Sidogiri.	5	4	3	2	1

6.	Nasabah tertarik dengan berbagai penjelasan produk yang disampaikan dengan perilaku yang baik.	5	4	3	2	1
Keahlian (<i>Experte</i>)						
7.	Karyawan terampil dalam memasarkan produk.	5	4	3	2	1
8.	Karyawan memahami dan mengerti kebutuhan nasabah.	5	4	3	2	1
9.	Karyawan ahli dalam menunjukkan keunggulan jasa BMT UGT Sidogiri.	5	4	3	2	1
Kualitas Lingkungan Fisik (X_2)						
Non Visual (<i>Ambient Condition</i>)						
10.	Kondisi ruangan terasa sangat nyaman dikarenakan suhu di ruangan BMT UGT Sidogiri tidak panas.	5	4	3	2	1
11.	Karyawan terkadang memutar suara musik untuk membuat nasabah supaya terasa nyaman dalam menunggu dan bertransaksi.	5	4	3	2	1
12.	Kondisi ruangan selalu wangi dan tidak ada aromah aneh yang yang mengagu saat bertransaksi.	5	4	3	2	1
Desain						
13.	Suasana di BMT UGT Sidogiri sesuai yang saya harapkan.	5	4	3	2	1
14.	Tata kelola ruangan BMT UGT Sidogiri dilakukan dengan baik.	5	4	3	2	1
15.	Tata Kelola ruangan BMT UGT Sidogiri disesuaikan dengan kebutuhan nasabah.	5	4	3	2	1
16.	Managemen BMT UGT Sidogiri memahami bahwa desain fasilitas penting bagi nasabah.	5	4	3	2	1
Faktor Sosial						
17.	Sosialisasi karyawan terhadap nasabah sangat baik.	5	4	3	2	1
18.	Karyawan berusaha untuk memberikan layanan yang terbaik kepada nasabah.	5	4	3	2	1
19.	Mengadakan event-event untuk memuaskan nasabah.	5	4	3	2	1
Kualitas Hasil (X_3)						
Waktu Tunggu						
20.	Waktu layanan yang efisien.	5	4	3	2	1
21.	Berkomunikasi dengan nasabah tidak memerlukan waktu yang lama.	5	4	3	2	1
22.	Waktu tunggu saat mengantri di <i>Teller</i> bisa di prediksi (tidak membutuhkan waktu yang lama).	5	4	3	2	1
Faktor Fisik						
23.	Nasabah senang dengan fasilitas yang tersedia.	5	4	3	2	1
24.	Pihak Managemen BMT memahami tipe fasilitas kebutuhan	5	4	3	2	1

	yang di inginkan nasabah.					
	Valensi					
25.	Nasabah yakin keamanan menyimpan uang di BMT UGT Sidogiri	5	4	3	2	1
26.	Menurut penilaian saya BMT UGT Sidogiri sudah memberikan layanan terbaik bagi nasabah.	5	4	3	2	1
27.	Saya yakin pihak BMT UGT Sidogiri sudah menawarkan layanan yang bagus bagi nasabah.	5	4	3	2	1
	Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)					
28.	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan karena sesuai dengan ekspektasi dan persepsi saya.	5	4	3	2	1
29.	Saya puas dengan layanan yang cepat dan tanggap dalam menanggapi keluhan.	5	4	3	2	1
30.	Saya akan merekomendasikan kepada teman untuk menggunakan jasa BMT UGT Sidogiri.	5	4	3	2	1
31.	Saya puas karena pelayanannya menunjukkan bahwa karyawan memiliki pengalaman yang baik.	5	4	3	2	1
32.	Layanannya menjadi pilihan saya dalam memutuskan menjadi nasabah.	5	4	3	2	1

Terimakasih Atas Perhatian, Waktu, dan Kerjasama Anda

IAIN JEMBER

DATA REKAPAN HASIL ANGKET RESPONDEN

KUALITAS INTERAKSI (X1)

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	4	5	4	5	5	5	4	4	4
2	5	4	4	5	4	4	4	4	4
3	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
6	4	4	4	4	4	3	3	4	3
7	4	4	3	4	4	3	5	4	3
8	5	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	3	4	4	4	5	5	5
10	5	5	4	5	5	5	4	5	4
11	5	4	5	3	3	3	3	3	3
12	5	4	4	4	4	4	5	4	4
13	4	5	4	3	3	5	4	4	4
14	5	4	5	5	5	4	5	5	5
15	5	4	5	4	5	4	3	3	4
16	5	4	4	4	4	4	4	3	3
17	5	5	5	4	4	4	4	4	4
18	4	3	5	5	5	4	4	4	5
19	4	4	5	3	5	4	4	3	5
20	5	4	3	3	4	3	4	4	4
21	5	4	5	5	5	4	4	5	5
22	5	4	4	5	5	5	5	4	4
23	4	4	5	5	5	5	4	4	4
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5

25	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	4	4	4	3	4	4	5	5	4
27	5	4	4	4	5	4	5	4	4
28	5	5	5	5	5	4	5	5	4
29	4	3	4	4	5	5	4	5	5
30	4	4	5	4	5	5	5	4	5
31	5	4	4	4	4	3	3	4	3
32	5	5	4	5	4	4	5	5	4
33	4	4	3	3	3	4	5	4	4
34	5	5	5	5	5	5	5	5	3
35	4	4	4	5	4	3	3	4	3
36	4	4	4	4	4	4	5	4	5
37	4	5	4	4	4	5	4	4	5
38	4	4	4	4	4	5	4	4	5
39	5	4	4	5	4	5	4	5	4
40	5	4	4	5	4	5	5	4	4
41	4	5	3	4	4	5	3	4	4
42	5	4	4	5	5	4	4	5	4
43	5	4	5	5	5	4	3	5	5
44	5	4	5	4	5	5	5	5	5
45	5	4	5	5	5	4	5	4	5
46	4	3	4	5	4	3	3	3	4
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	5	4	5	5	5	5	4	4	4
49	4	4	5	3	5	3	5	5	3
50	5	4	5	5	5	5	4	4	4

EMBER

KUALITAS LINGKUNGAN (X2)

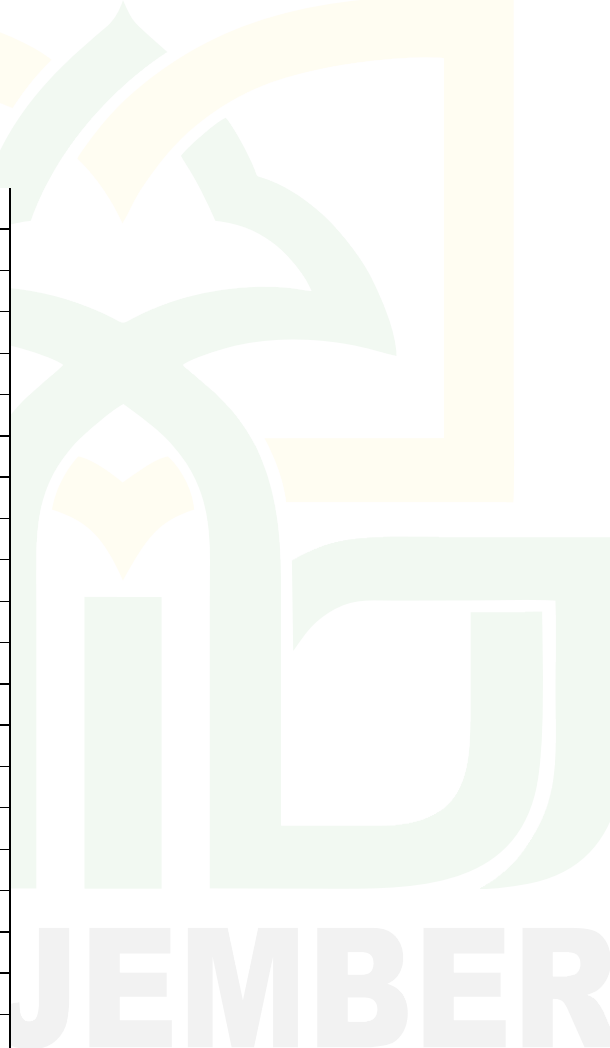
No	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4
2	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4
3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	4	4	4	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4
7	5	4	5	4	4	3	3	4	5	3
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
10	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4
11	4	4	5	3	3	4	3	3	3	3
12	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5
13	5	2	5	5	5	4	4	4	4	5
14	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4
16	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3
17	5	2	4	5	4	4	4	4	4	4
18	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5
19	5	2	4	4	4	5	4	3	4	2
20	4	4	5	4	3	5	4	5	5	4
21	5	4	4	5	4	4	3	3	3	3
22	5	4	2	5	5	5	4	3	3	4
23	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5

27	4	3	5	4	4	4	3	4	4	3
28	5	3	4	4	5	4	3	4	4	3
29	5	3	5	5	4	4	5	4	4	5
30	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4
31	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
32	5	2	3	4	5	5	4	4	5	5
33	5	2	5	5	5	4	5	4	4	3
34	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
35	5	2	5	5	4	4	4	4	4	3
36	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4
37	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3
38	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4
39	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5
40	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5
41	4	1	4	4	4	5	5	5	5	5
42	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4
43	5	5	5	4	3	5	3	4	5	5
44	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4
45	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
46	4	4	5	5	4	3	3	4	3	4
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4
49	5	3	5	4	5	4	3	3	4	3
50	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5

KUALITAS HASIL (X3)

NO	20	21	22	23	24	25	26	27
1	5	4	4	4	4	3	4	3
2	3	3	4	4	4	5	5	5
3	5	4	4	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	4	4	4	3	3	3	3	3
7	3	5	4	3	3	4	4	3
8	4	4	4	4	4	4	4	4
9	5	5	5	5	5	4	4	4
10	5	4	5	5	4	5	5	5
11	5	5	4	5	5	5	4	5
12	5	5	4	4	4	4	5	5
13	4	4	4	4	4	5	4	4
14	5	5	5	5	5	5	5	5
15	5	5	4	4	4	5	4	5
16	3	3	4	5	3	3	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	5	5	4	4	4	5
19	5	5	5	4	5	5	5	5
20	4	5	5	5	5	5	5	4
21	4	4	4	4	3	4	4	4
22	4	4	5	3	3	2	4	4
23	4	4	5	4	4	4	4	4
24	5	5	5	5	5	5	5	5
25	5	5	5	5	5	5	5	5
26	4	5	2	4	5	5	4	5

27	3	4	3	4	4	4	4	4
28	4	3	4	3	5	4	4	4
29	5	5	5	5	5	5	4	4
30	4	4	5	4	5	5	5	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	5	4	4	5	4
33	3	4	5	5	4	5	4	5
34	3	3	3	5	5	5	5	5
35	4	4	3	4	4	5	4	4
36	4	4	3	4	4	5	4	4
37	3	5	5	5	4	5	4	4
38	3	4	3	4	4	5	5	5
39	5	4	4	5	5	5	4	4
40	4	3	4	4	3	3	4	3
41	4	4	5	3	4	5	4	5
42	2	2	4	5	4	5	5	5
43	3	5	5	4	3	5	4	4
44	4	5	5	5	5	5	4	5
45	4	4	4	5	4	5	5	4
46	2	3	2	4	4	4	4	4
47	5	5	5	5	5	5	5	5
48	4	4	4	4	5	4	4	4
49	4	5	5	4	5	3	5	4
50	5	5	4	5	4	5	4	5



KEPUASAN NASABAH (Y)

NO	28	29	30	31	32
1	3	3	4	4	4
2	4	4	5	4	4
3	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5
6	3	4	3	4	3
7	4	5	4	4	5
8	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4
10	4	5	5	5	4
11	5	4	5	5	4
12	4	4	5	5	5
13	4	3	3	4	5
14	5	5	5	5	5
15	4	4	5	4	4
16	3	5	5	5	4
17	4	4	3	4	4
18	4	5	4	5	4
19	4	5	4	5	5
20	5	5	4	5	5
21	4	4	3	4	4
22	4	1	3	3	4
23	4	4	4	4	4
24	5	5	5	5	5
25	5	5	5	5	5
26	3	4	5	3	5



27	5	4	4	4	5
28	4	4	4	4	4
29	4	4	3	5	4
30	5	4	5	5	4
31	4	4	4	4	3
32	5	4	5	5	4
33	4	4	5	5	5
34	5	5	3	5	5
35	4	4	3	4	4
36	4	4	4	4	4
37	5	5	4	5	5
38	4	4	4	5	4
39	4	5	5	5	4
40	4	3	4	3	4
41	4	5	5	5	4
42	4	5	5	4	5
43	5	3	5	4	5
44	5	5	5	5	5
45	4	5	4	5	5
46	3	2	4	3	4
47	5	5	5	5	5
48	5	5	4	4	5
49	5	3	4	5	5
50	5	5	4	5	4



IDENTITAS NASABAH

JENIS KELAMIN * UMUR Crosstabulation

Count

		UMUR				Total
		10-20 tahun	21-30 tahun	31-40 tahun	>40 tahun	
JENIS KELAMIN	Laki-Laki	26	12	1	5	44
	Perempuan	1	1	3	1	6
Total		27	13	4	6	50

LAMA NASABAH * UMUR Crosstabulation

Count

		UMUR				Total
		10-20 tahun	21-30 tahun	31-40 tahun	>40 tahun	
LAMA NASABAH	1-2 tahun	12	3	0	0	15
	3-4 tahun	9	4	0	2	15
	5-6 tahun	4	6	1	2	13
	>6 tahun	1	0	2	3	6
	5	0	0	1	0	1
Total		26	13	4	7	50

STATISTIK DESKRIPTIF

Statistics

		Kualitas Interaksi	Kualitas Lingkungan	Kualitas Hasil	Kepuasan Nasabah
N	Valid	50	50	50	50
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.38	4.24	4.24	4.40
Median		4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4
Minimum		4	3	3	3
Maximum		5	5	5	5

Kualitas Interaksi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	31	62.0	62.0	62.0
	Sangat Setuju	19	38.0	38.0	100.0
Total		50	100.0	100.0	

Kualitas Lingkungan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-Ragu/Netral	2	4.0	4.0	4.0
Setuju	34	68.0	68.0	72.0
Sangat Setuju	14	28.0	28.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Kualitas Hasil

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-Ragu/Netral	1	2.0	2.0	2.0
Setuju	36	72.0	72.0	74.0
Sangat Setuju	13	26.0	26.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Kepuasan Nasabah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-Ragu/Netral	2	4.0	4.0	4.0
Setuju	26	52.0	52.0	56.0
Sangat Setuju	22	44.0	44.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

UJI VALIDITAS

Correlations

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	X1
1	Pearson Correlation	1	.197	.223	.337 ⁺	.244	.083	.105	.184	-.047	.401 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.171	.120	.017	.087	.568	.466	.200	.747	.004
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
2	Pearson Correlation	.197	1	.026	.145	.057	.421 ^{**}	.252	.346 ⁺	.043	.450 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.171		.856	.314	.692	.002	.077	.014	.768	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
3	Pearson Correlation	.223	.026	1	.285 ⁺	.518 ^{**}	.159	.021	.071	.205	.482 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.120	.856		.045	.000	.271	.883	.625	.154	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
4	Pearson Correlation	.337 ⁺	.145	.285 ⁺	1	.517 ^{**}	.353 ⁺	.065	.338 ⁺	.209	.627 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.017	.314	.045		.000	.012	.655	.017	.145	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
5	Pearson Correlation	.244	.057	.518 ^{**}	.517 ^{**}	1	.369 ^{**}	.254	.393 ^{**}	.400 ^{**}	.724 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.087	.692	.000	.000		.008	.075	.005	.004	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
6	Pearson Correlation	.083	.421 ^{**}	.159	.353 ⁺	.369 ^{**}	1	.323 ⁺	.324 ⁺	.500 ^{**}	.694 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.568	.002	.271	.012	.008		.022	.022	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
7	Pearson Correlation	.105	.252	.021	.065	.254	.323 ⁺	1	.484 ^{**}	.328 ⁺	.558 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.466	.077	.883	.655	.075	.022		.000	.020	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
8	Pearson Correlation	.184	.346 ⁺	.071	.338 ⁺	.393 ^{**}	.324 ⁺	.484 ^{**}	1	.328 ⁺	.663 ^{**}

	Sig. (2-tailed)	.200	.014	.625	.017	.005	.022	.000		.020	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
9	Pearson Correlation	-.047	.043	.205	.209	.400**	.500**	.328*	.328*	1	.598**
	Sig. (2-tailed)	.747	.768	.154	.145	.004	.000	.020	.020		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1	Pearson Correlation	.401**	.450**	.482**	.627**	.724**	.694**	.558**	.663**	.598**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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



Correlations

		10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	X2
10	Pearson Correlation	1	.114	.205	.402**	.571**	.468**	.198	.057	.108	.091	.485**
	Sig. (2-tailed)		.431	.154	.004	.000	.001	.168	.694	.457	.530	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
11	Pearson Correlation	.114	1	.249	.238	.193	.334*	.215	.263	.288*	.361**	.593**
	Sig. (2-tailed)	.431		.081	.096	.180	.018	.134	.065	.042	.010	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
12	Pearson Correlation	.205	.249	1	.187	.036	.116	.161	.297*	.222	.112	.430**
	Sig. (2-tailed)	.154	.081		.194	.801	.423	.263	.036	.122	.439	.002
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
13	Pearson Correlation	.402**	.238	.187	1	.570**	.343*	.452**	.214	.191	.254	.610**
	Sig. (2-tailed)	.004	.096	.194		.000	.015	.001	.136	.185	.075	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

14	Pearson Correlation	.571**	.193	.036	.570**	1	.432**	.441**	.212	.248	.213	.610**
	Sig. (2-tailed)	.000	.180	.801	.000		.002	.001	.139	.083	.138	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
15	Pearson Correlation	.468**	.334*	.116	.343*	.432**	1	.482**	.346*	.532**	.398**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.001	.018	.423	.015	.002		.000	.014	.000	.004	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
16	Pearson Correlation	.198	.215	.161	.452**	.441**	.482**	1	.544**	.465**	.520**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.168	.134	.263	.001	.001	.000		.000	.001	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
17	Pearson Correlation	.057	.263	.297*	.214	.212	.346*	.544**	1	.554**	.415**	.633**
	Sig. (2-tailed)	.694	.065	.036	.136	.139	.014	.000		.000	.003	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
18	Pearson Correlation	.108	.288*	.222	.191	.248	.532**	.465**	.554**	1	.539**	.669**
	Sig. (2-tailed)	.457	.042	.122	.185	.083	.000	.001	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
19	Pearson Correlation	.091	.361**	.112	.254	.213	.398**	.520**	.415**	.539**	1	.656**
	Sig. (2-tailed)	.530	.010	.439	.075	.138	.004	.000	.003	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2	Pearson Correlation	.485**	.593**	.430**	.610**	.610**	.711**	.721**	.633**	.669**	.656**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		20	21	22	23	24	25	26	27	X3
20	Pearson Correlation	1	.572**	.378**	.211	.431**	.134	.167	.217	.649**
	Sig. (2-tailed)		.000	.007	.141	.002	.352	.247	.130	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
21	Pearson Correlation	.572**	1	.406**	.179	.337*	.253	.055	.177	.622**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.213	.017	.077	.705	.218	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
22	Pearson Correlation	.378**	.406**	1	.246	.164	.032	.199	.124	.529**
	Sig. (2-tailed)	.007	.003		.085	.255	.826	.167	.389	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
23	Pearson Correlation	.211	.179	.246	1	.448**	.455**	.406**	.436**	.646**
	Sig. (2-tailed)	.141	.213	.085		.001	.001	.003	.002	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
24	Pearson Correlation	.431**	.337*	.164	.448**	1	.487**	.434**	.456**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.002	.017	.255	.001		.000	.002	.001	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
25	Pearson Correlation	.134	.253	.032	.455**	.487**	1	.394**	.625**	.651**
	Sig. (2-tailed)	.352	.077	.826	.001	.000		.005	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
26	Pearson Correlation	.167	.055	.199	.406**	.434**	.394**	1	.524**	.577**
	Sig. (2-tailed)	.247	.705	.167	.003	.002	.005		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
27	Pearson Correlation	.217	.177	.124	.436**	.456**	.625**	.524**	1	.671**
	Sig. (2-tailed)	.130	.218	.389	.002	.001	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50

X3	Pearson Correlation	.649**	.622**	.529**	.646**	.731**	.651**	.577**	.671**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		28	29	30	31	32	Y
28	Pearson Correlation	1	.329*	.236	.487**	.506**	.692**
	Sig. (2-tailed)		.020	.098	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
29	Pearson Correlation	.329*	1	.364**	.666**	.303*	.790**
	Sig. (2-tailed)	.020		.009	.000	.032	.000
	N	50	50	50	50	50	50
30	Pearson Correlation	.236	.364**	1	.363**	.272	.643**
	Sig. (2-tailed)	.098	.009		.010	.056	.000
	N	50	50	50	50	50	50
31	Pearson Correlation	.487**	.666**	.363**	1	.263	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.010		.066	.000
	N	50	50	50	50	50	50
32	Pearson Correlation	.506**	.303*	.272	.263	1	.621**
	Sig. (2-tailed)	.000	.032	.056	.066		.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y	Pearson Correlation	.692**	.790**	.643**	.791**	.621**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

UJI REABILITAS

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	73.3800	44.444	.338	.736
2	73.7400	43.870	.383	.732
3	73.6400	42.888	.400	.728
4	73.5800	41.228	.556	.714
5	73.5000	41.235	.676	.710
6	73.7000	40.582	.633	.707
7	73.6800	41.896	.477	.720
8	73.6800	41.528	.606	.713
9	73.7600	41.696	.526	.717
X1	38.9800	11.734	1.000	.754

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
10	80.2400	74.064	.433	.740
11	81.1000	68.704	.508	.723
12	80.4200	73.514	.357	.741
13	80.4600	72.009	.560	.731
14	80.4800	71.765	.558	.730
15	80.4800	70.540	.670	.723
16	80.6600	69.902	.678	.721
17	80.6600	71.617	.584	.729
18	80.4400	71.598	.627	.728
19	80.6600	69.943	.599	.723
X2	42.4000	19.673	1.000	.805

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
20	64.4800	43.806	.573	.725
21	64.3400	44.800	.552	.730
22	64.3400	45.453	.442	.738
23	64.2200	45.155	.587	.731
24	64.3200	44.100	.681	.722
25	64.1000	44.296	.583	.727
26	64.2000	46.735	.525	.741
27	64.2000	45.143	.618	.730
X3	34.2800	12.696	1.000	.782



IAIN JEMBER

FOTO PENELITIAN



Foto Bersama Karyawan Kantor BMT UGT Sidogiri Pasuruan



Foto Bersama Karyawan Kantor BMT UGT Sidogiri Pasuruan

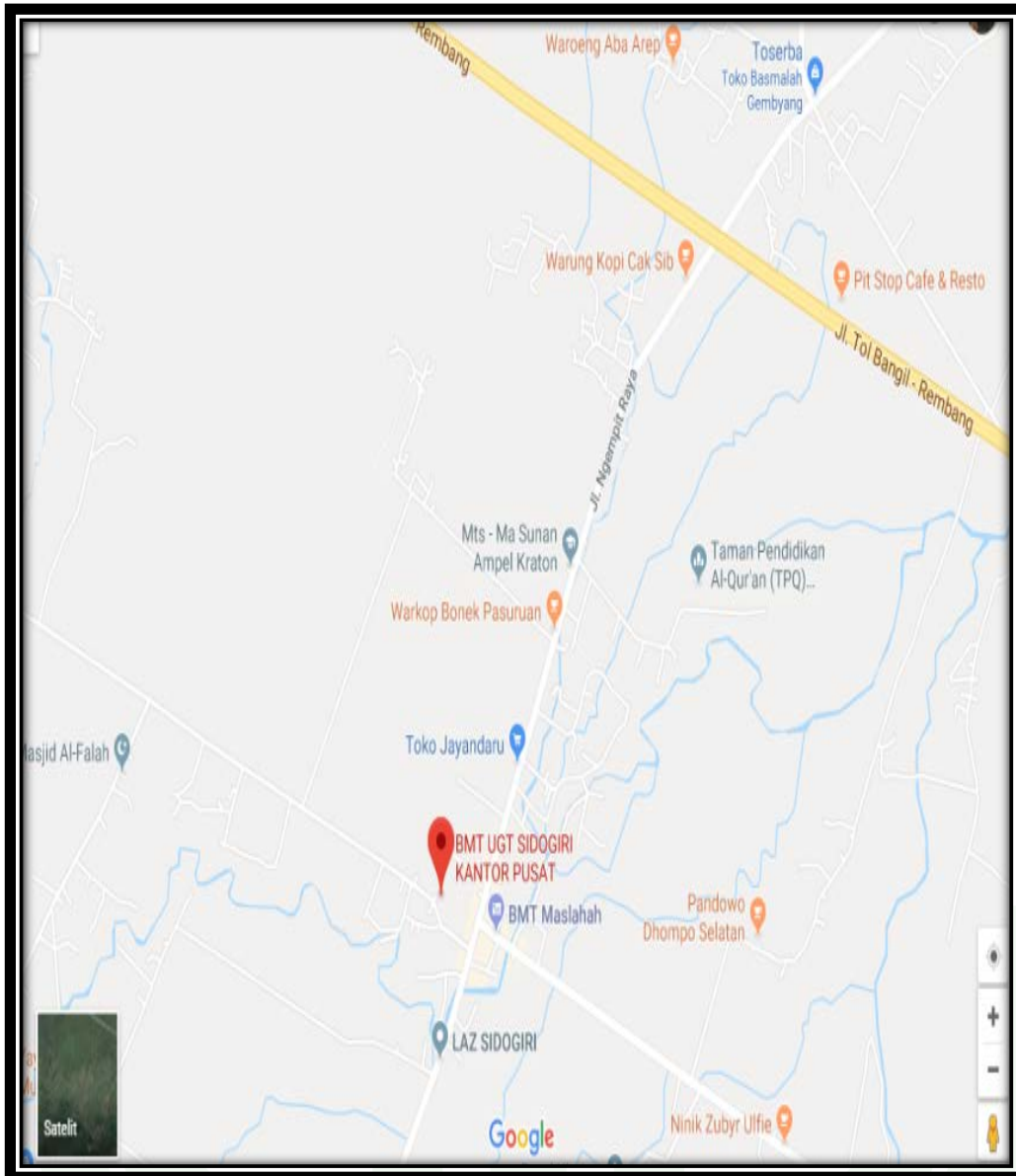


Dokumentasi Nasabah sebagai Sampel terhadap Kepuasan nasabah



Dokumentasi Nasabah sebagai Sampel terhadap Kepuasan nasabah

DENAH LOKASI PENELITIAN




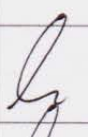




Lokasi Kantor pusat BMT UGT Sidogiri Pasuruan :

Jl.Raya Sidogiri Barat, Kraton, Pasuruan, Jawa Timur 67151

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Lokasi Penelitian : Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS)
BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri Cabang
Pasuruan

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Paraf
1.	Kamis, 10 Januari 2019	Penyerahan surat penelitian	
3.	Kamis, 17 Januari 2019	Pengambilan Surat Izin Penelitian	
4.	Sabtu, 19 Januari 2019	Permohonan data struktur organisasi BMT Sidogiri cabang pasuruan dan Memberikan kuesioner kepada nasabah Tahap I	
5.	Minggu, 20 Januari 2019	Memberikan kuesioner kepada nasabah Tahap II	
6.	Senin, 21 Januari 2019	Memberikan kuesioner kepada nasabah Tahap III	
7.	Selasa, 22 Januari 2019	Penegambilan surat selesai penelitian	

Mengali sejarah, visi misi, serta produk BMT Sidogiri di cabang pasuruan

Pasuruan, 22 Januari 2019

KSPS BMT UGT SIDOGIRI



Direktur 1,


H.M. SHOLEH WAFI



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Jl. Mataram No. 01 Mangli. Telp.(0331) 428104 Fax. (0331) 427005 Kode Pos: 68136
website:www.iain-jember.ac.id email: febi.iainjember@gmail.com

Nomor : B- /0 /In.20/7.a/PP.00.9/ 01 /2019
Lamp : -
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.

Pimpinan BMT UGT Sidogiri Pasuruan

Di-

TEMPAT

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Diberitahukan dengan hormat, mohon berkenan kepada Bapak pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan indentitas sebagai berikut:

Nama Mahasiswa : Achmad Maharudin
NIM : E201511018
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syari'ah
No. Telpon : 08989842340
Dosen Pembimbing : Aminatus Zahriyah, SE.,M.Si
NUP : 201603139
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT UGT Cabang Pasuruan

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Jember, 07 Januari 2019

A.n Dekan FEBI

Wakil Dekan I Bidang Akademik



Rokhim, S.Ag., M.E.I
NIP. 198301999031002



**KOPERASI SIMPAN PINJAM SYARIAH
BMT UGT SIDOGIRI INDONESIA**
Usaha Gabungan Terpadu

Badan Hukum : 09/BH/KWK.13/VII/2000 (22 Juli 2000)
Diubah dengan
Badan Hukum : 199/PAD/M.KUKM.2/II/2015 (17 Februari 2015)



Nomor : 096/D-I/200.23-12/II/2019
Hal : Balasan Ijin Penelitian

Kepada Yth. ;
Bapak Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I
Wakil Dekan I Bidang Akademik
IAIN Jember

Assalamu 'alaikum War. Wab.

Dengan nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang. Semoga kita senantiasa mendapatkan Taufiq dan Hidayah-Nya Amin.

Setelah kami membaca surat permohonan Ijin Penelitian dengan nomor : B-10/In.20/7.a/PP.00.9/01/2019 tertanggal 07 Januari 2019, maka kami Direktur I KSPS BMT UGT Sidogiri menyampaikan :

1. Terimakasih dan merupakan penghargaan yang sebesar-besarnya atas kepercayaan Bapak kepada lembaga yang kami pimpin.
2. Menerima permohonan Bapak untuk mengirim mahasiswa (i) yang bernama :
 - Nama : ACHMAD MAHARUDIN NIM : E201511018
 - Semester : VII (Tujuh) Jurusan : Ekonomi Islam
 - Prodi : Perbankan Syari'ah No. Telp : 08989842340untuk melakukan Penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT UGT Cabang Pasuruan", di lembaga kami sesuai jam kerja yaitu pukul 07.00 s.d 13.30 WIB, dan akan kami tempatkan di Kantor KSPS BMT UGT Sidogiri Cabang Khusus alamat : Jl. Sidogiri Barat RT/RW. 003/002 Ds. Sidogiri Kec. Kraton Kab. Pasuruan, Kepala Cabang atasnama H. FARHAN

Demikian surat balasan ini kami buat kurang lebihnya mohon maaf, terimakasih.

Wassalamualaikum War. Wab.
Pasuruan, 17 Januari 2019 M
KSPS BMT UGT Sidogiri

Direktur I,




HM. SHOLEH WAFI

HP : 0811 333 2121 (Kadiv Personalia & Pengembangan)

Kewajiban Peserta Penelitian

- 1. Mengenakan tanda pengenal peserta Penelitian**
- 2. Melaksanakan Penelitian sesuai jam oprasional Kantor**
- 3. Mengikuti petunjuk & saran dari Kepala Cabang atau Kepala Capem**
- 4. Berpakaian rapi, sopan & berjilbab bagi mahasiswi**
- 5. Memberikan review selama melakukan Penelitian sebagai feed back**



**KOPERASI SIMPAN PINJAM SYARIAH
BMT UGT SIDOGIRI INDONESIA**
Usaha Gabungan Terpadu

Badan Hukum : 09/BH/KWK.13/VII/2000 (22 Juli 2000)
Diubah dengan
Badan Hukum : 199/PAD/M.KUKM.2/II/2015 (17 Februari 2015)



SURAT KETERANGAN

Nomor : 096/D-I/200.23-12/I/2019

Yang bertanda tangan di bawah ini Direktur I KSPS BMT UGT Sidogiri menerangkan bahwa :

- Nama : ACHMAD MAHARUDIN
- Semester : VII (Tujuh)
- Prodi : Perbankan Syari'ah
- NIM : E201511018
- Jurusan : Ekonomi Islam
- No. Telp : 08989842340

Yang bersangkutan telah mengadakan penelitian (Research) terhitung tanggal 19 Januari – 22 Januari 2019 guna penyusunan skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT UGT Cabang Pasuruan

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pasuruan, 22 Januari 2019 M
KSPS BMT UGT Sidogiri

Direktur I,



HM. SHOLEH WAFI

BIODATA PENULIS



Nama Lengkap : Achmad Maharudin
Jenis Kelamin : Laki-Laki
TTL : Sidoarjo, 09 April 1997
Agama : Islam
Alamat : Perum Keboncandi Permai Blok D.40 Kelurahan
Karangsentul, Kecamatan Gondangwetan,
Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur, Indonesia.

RIWAYAT PENDIDIKAN

- ❖ MI Darul Ulum Gondangwetan
- ❖ SMP Negeri 1 Gondangwetan
- ❖ SMA Negeri 1 Gondangwetan
- ❖ Program Studi S1 Perbankan Syariah IAIN Jember.

PENGALAMAN ORGANISASI

- ❖ OSIS SMP Negeri 1 Gondangwetan
- ❖ Wakil Ketua OSIS SMA Negeri 1 Gondangwetan
- ❖ Steering Commite Forum Anak Kabupaten Pasuruan
- ❖ Sekertaris Umum Himpunan Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah
- ❖ Investor Saham Pemula Jember Ketua Divisi Capital Market
- ❖ Ambassador Investor Saham Pemula Nasional

DATA REKAPAN HASIL ANGKET RESPONDEN

KUALITAS INTERAKSI (X1)

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	4	5	4	5	5	5	4	4	4
2	5	4	4	5	4	4	4	4	4
3	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
6	4	4	4	4	4	3	3	4	3
7	4	4	3	4	4	3	5	4	3
8	5	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	3	4	4	4	5	5	5
10	5	5	4	5	5	5	4	5	4
11	5	4	5	3	3	3	3	3	3
12	5	4	4	4	4	4	5	4	4
13	4	5	4	3	3	5	4	4	4
14	5	4	5	5	5	4	5	5	5
15	5	4	5	4	5	4	3	3	4
16	5	4	4	4	4	4	4	3	3
17	5	5	5	4	4	4	4	4	4
18	4	3	5	5	5	4	4	4	5
19	4	4	5	3	5	4	4	3	5
20	5	4	3	3	4	3	4	4	4
21	5	4	5	5	5	4	4	5	5
22	5	4	4	5	5	5	5	4	4
23	4	4	5	5	5	5	4	4	4
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5

25	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	4	4	4	3	4	4	5	5	4
27	5	4	4	4	5	4	5	4	4
28	5	5	5	5	5	4	5	5	4
29	4	3	4	4	5	5	4	5	5
30	4	4	5	4	5	5	5	4	5
31	5	4	4	4	4	3	3	4	3
32	5	5	4	5	4	4	5	5	4
33	4	4	3	3	3	4	5	4	4
34	5	5	5	5	5	5	5	5	3
35	4	4	4	5	4	3	3	4	3
36	4	4	4	4	4	4	5	4	5
37	4	5	4	4	4	5	4	4	5
38	4	4	4	4	4	5	4	4	5
39	5	4	4	5	4	5	4	5	4
40	5	4	4	5	4	5	5	4	4
41	4	5	3	4	4	5	3	4	4
42	5	4	4	5	5	4	4	5	4
43	5	4	5	5	5	4	3	5	5
44	5	4	5	4	5	5	5	5	5
45	5	4	5	5	5	4	5	4	5
46	4	3	4	5	4	3	3	3	4
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	5	4	5	5	5	5	4	4	4
49	4	4	5	3	5	3	5	5	3
50	5	4	5	5	5	5	4	4	4

KUALITAS LINGKUNGAN (X2)

No	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4
2	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4
3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	4	4	4	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4
7	5	4	5	4	4	3	3	4	5	3
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
10	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4
11	4	4	5	3	3	4	3	3	3	3
12	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5
13	5	2	5	5	5	4	4	4	4	5
14	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4
16	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3
17	5	2	4	5	4	4	4	4	4	4
18	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5
19	5	2	4	4	4	5	4	3	4	2
20	4	4	5	4	3	5	4	5	5	4
21	5	4	4	5	4	4	3	3	3	3
22	5	4	2	5	5	5	4	3	3	4
23	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5

27	4	3	5	4	4	4	3	4	4	3
28	5	3	4	4	5	4	3	4	4	3
29	5	3	5	5	4	4	5	4	4	5
30	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4
31	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
32	5	2	3	4	5	5	4	4	5	5
33	5	2	5	5	5	4	5	4	4	3
34	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
35	5	2	5	5	4	4	4	4	4	3
36	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4
37	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3
38	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4
39	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5
40	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5
41	4	1	4	4	4	5	5	5	5	5
42	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4
43	5	5	5	4	3	5	3	4	5	5
44	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4
45	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
46	4	4	5	5	4	3	3	4	3	4
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4
49	5	3	5	4	5	4	3	3	4	3
50	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5

KUALITAS HASIL (X3)

NO	20	21	22	23	24	25	26	27
1	5	4	4	4	4	3	4	3
2	3	3	4	4	4	5	5	5
3	5	4	4	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	4	4	4	3	3	3	3	3
7	3	5	4	3	3	4	4	3
8	4	4	4	4	4	4	4	4
9	5	5	5	5	5	4	4	4
10	5	4	5	5	4	5	5	5
11	5	5	4	5	5	5	4	5
12	5	5	4	4	4	4	5	5
13	4	4	4	4	4	5	4	4
14	5	5	5	5	5	5	5	5
15	5	5	4	4	4	5	4	5
16	3	3	4	5	3	3	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	5	5	4	4	4	5
19	5	5	5	4	5	5	5	5
20	4	5	5	5	5	5	5	4
21	4	4	4	4	3	4	4	4
22	4	4	5	3	3	2	4	4
23	4	4	5	4	4	4	4	4
24	5	5	5	5	5	5	5	5
25	5	5	5	5	5	5	5	5
26	4	5	2	4	5	5	4	5

27	3	4	3	4	4	4	4	4
28	4	3	4	3	5	4	4	4
29	5	5	5	5	5	5	4	4
30	4	4	5	4	5	5	5	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	5	4	4	5	4
33	3	4	5	5	4	5	4	5
34	3	3	3	5	5	5	5	5
35	4	4	3	4	4	5	4	4
36	4	4	3	4	4	5	4	4
37	3	5	5	5	4	5	4	4
38	3	4	3	4	4	5	5	5
39	5	4	4	5	5	5	4	4
40	4	3	4	4	3	3	4	3
41	4	4	5	3	4	5	4	5
42	2	2	4	5	4	5	5	5
43	3	5	5	4	3	5	4	4
44	4	5	5	5	5	5	4	5
45	4	4	4	5	4	5	5	4
46	2	3	2	4	4	4	4	4
47	5	5	5	5	5	5	5	5
48	4	4	4	4	5	4	4	4
49	4	5	5	4	5	3	5	4
50	5	5	4	5	4	5	4	5



KEPUASAN NASABAH (Y)

NO	28	29	30	31	32
1	3	3	4	4	4
2	4	4	5	4	4
3	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5
6	3	4	3	4	3
7	4	5	4	4	5
8	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4
10	4	5	5	5	4
11	5	4	5	5	4
12	4	4	5	5	5
13	4	3	3	4	5
14	5	5	5	5	5
15	4	4	5	4	4
16	3	5	5	5	4
17	4	4	3	4	4
18	4	5	4	5	4
19	4	5	4	5	5
20	5	5	4	5	5
21	4	4	3	4	4
22	4	1	3	3	4
23	4	4	4	4	4
24	5	5	5	5	5
25	5	5	5	5	5
26	3	4	5	3	5

27	5	4	4	4	5
28	4	4	4	4	4
29	4	4	3	5	4
30	5	4	5	5	4
31	4	4	4	4	3
32	5	4	5	5	4
33	4	4	5	5	5
34	5	5	3	5	5
35	4	4	3	4	4
36	4	4	4	4	4
37	5	5	4	5	5
38	4	4	4	5	4
39	4	5	5	5	4
40	4	3	4	3	4
41	4	5	5	5	4
42	4	5	5	4	5
43	5	3	5	4	5
44	5	5	5	5	5
45	4	5	4	5	5
46	3	2	4	3	4
47	5	5	5	5	5
48	5	5	4	4	5
49	5	3	4	5	5
50	5	5	4	5	4



IDENTITAS NASABAH

JENIS KELAMIN * UMUR Crosstabulation

Count

		UMUR				Total
		10-20 tahun	21-30 tahun	31-40 tahun	>40 tahun	
JENIS KELAMIN	Laki-Laki	26	12	1	5	44
	Perempuan	1	1	3	1	6
Total		27	13	4	6	50

LAMA NASABAH * UMUR Crosstabulation

Count

		UMUR				Total
		10-20 tahun	21-30 tahun	31-40 tahun	>40 tahun	
LAMA NASABAH	1-2 tahun	12	3	0	0	15
	3-4 tahun	9	4	0	2	15
	5-6 tahun	4	6	1	2	13
	>6 tahun	1	0	2	3	6
	5	0	0	1	0	1
Total		26	13	4	7	50

UJI VALIDITAS

Correlations

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	X1
1	Pearson Correlation	1	.197	.223	.337 ⁺	.244	.083	.105	.184	-.047	.401 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.171	.120	.017	.087	.568	.466	.200	.747	.004
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
2	Pearson Correlation	.197	1	.026	.145	.057	.421 ^{**}	.252	.346 ⁺	.043	.450 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.171		.856	.314	.692	.002	.077	.014	.768	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
3	Pearson Correlation	.223	.026	1	.285 ⁺	.518 ^{**}	.159	.021	.071	.205	.482 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.120	.856		.045	.000	.271	.883	.625	.154	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
4	Pearson Correlation	.337 ⁺	.145	.285 ⁺	1	.517 ^{**}	.353 ⁺	.065	.338 ⁺	.209	.627 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.017	.314	.045		.000	.012	.655	.017	.145	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
5	Pearson Correlation	.244	.057	.518 ^{**}	.517 ^{**}	1	.369 ^{**}	.254	.393 ^{**}	.400 ^{**}	.724 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.087	.692	.000	.000		.008	.075	.005	.004	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
6	Pearson Correlation	.083	.421 ^{**}	.159	.353 ⁺	.369 ^{**}	1	.323 ⁺	.324 ⁺	.500 ^{**}	.694 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.568	.002	.271	.012	.008		.022	.022	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
7	Pearson Correlation	.105	.252	.021	.065	.254	.323 ⁺	1	.484 ^{**}	.328 ⁺	.558 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.466	.077	.883	.655	.075	.022		.000	.020	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
8	Pearson Correlation	.184	.346 ⁺	.071	.338 ⁺	.393 ^{**}	.324 ⁺	.484 ^{**}	1	.328 ⁺	.663 ^{**}

	Sig. (2-tailed)	.200	.014	.625	.017	.005	.022	.000		.020	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
9	Pearson Correlation	-.047	.043	.205	.209	.400**	.500**	.328*	.328*	1	.598**
	Sig. (2-tailed)	.747	.768	.154	.145	.004	.000	.020	.020		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1	Pearson Correlation	.401**	.450**	.482**	.627**	.724**	.694**	.558**	.663**	.598**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Correlations

		10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	X2
10	Pearson Correlation	1	.114	.205	.402**	.571**	.468**	.198	.057	.108	.091	.485**
	Sig. (2-tailed)		.431	.154	.004	.000	.001	.168	.694	.457	.530	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
11	Pearson Correlation	.114	1	.249	.238	.193	.334*	.215	.263	.288*	.361**	.593**
	Sig. (2-tailed)	.431		.081	.096	.180	.018	.134	.065	.042	.010	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
12	Pearson Correlation	.205	.249	1	.187	.036	.116	.161	.297*	.222	.112	.430**
	Sig. (2-tailed)	.154	.081		.194	.801	.423	.263	.036	.122	.439	.002
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
13	Pearson Correlation	.402**	.238	.187	1	.570**	.343*	.452**	.214	.191	.254	.610**
	Sig. (2-tailed)	.004	.096	.194		.000	.015	.001	.136	.185	.075	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

14	Pearson Correlation	.571**	.193	.036	.570**	1	.432**	.441**	.212	.248	.213	.610**
	Sig. (2-tailed)	.000	.180	.801	.000		.002	.001	.139	.083	.138	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
15	Pearson Correlation	.468**	.334*	.116	.343*	.432**	1	.482**	.346*	.532**	.398**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.001	.018	.423	.015	.002		.000	.014	.000	.004	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
16	Pearson Correlation	.198	.215	.161	.452**	.441**	.482**	1	.544**	.465**	.520**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.168	.134	.263	.001	.001	.000		.000	.001	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
17	Pearson Correlation	.057	.263	.297*	.214	.212	.346*	.544**	1	.554**	.415**	.633**
	Sig. (2-tailed)	.694	.065	.036	.136	.139	.014	.000		.000	.003	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
18	Pearson Correlation	.108	.288*	.222	.191	.248	.532**	.465**	.554**	1	.539**	.669**
	Sig. (2-tailed)	.457	.042	.122	.185	.083	.000	.001	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
19	Pearson Correlation	.091	.361**	.112	.254	.213	.398**	.520**	.415**	.539**	1	.656**
	Sig. (2-tailed)	.530	.010	.439	.075	.138	.004	.000	.003	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2	Pearson Correlation	.485**	.593**	.430**	.610**	.610**	.711**	.721**	.633**	.669**	.656**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		20	21	22	23	24	25	26	27	X3
20	Pearson Correlation	1	.572**	.378**	.211	.431**	.134	.167	.217	.649**
	Sig. (2-tailed)		.000	.007	.141	.002	.352	.247	.130	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
21	Pearson Correlation	.572**	1	.406**	.179	.337*	.253	.055	.177	.622**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.213	.017	.077	.705	.218	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
22	Pearson Correlation	.378**	.406**	1	.246	.164	.032	.199	.124	.529**
	Sig. (2-tailed)	.007	.003		.085	.255	.826	.167	.389	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
23	Pearson Correlation	.211	.179	.246	1	.448**	.455**	.406**	.436**	.646**
	Sig. (2-tailed)	.141	.213	.085		.001	.001	.003	.002	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
24	Pearson Correlation	.431**	.337*	.164	.448**	1	.487**	.434**	.456**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.002	.017	.255	.001		.000	.002	.001	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
25	Pearson Correlation	.134	.253	.032	.455**	.487**	1	.394**	.625**	.651**
	Sig. (2-tailed)	.352	.077	.826	.001	.000		.005	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
26	Pearson Correlation	.167	.055	.199	.406**	.434**	.394**	1	.524**	.577**
	Sig. (2-tailed)	.247	.705	.167	.003	.002	.005		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
27	Pearson Correlation	.217	.177	.124	.436**	.456**	.625**	.524**	1	.671**
	Sig. (2-tailed)	.130	.218	.389	.002	.001	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50

X3	Pearson Correlation	.649**	.622**	.529**	.646**	.731**	.651**	.577**	.671**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		28	29	30	31	32	Y
28	Pearson Correlation	1	.329*	.236	.487**	.506**	.692**
	Sig. (2-tailed)		.020	.098	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
29	Pearson Correlation	.329*	1	.364**	.666**	.303*	.790**
	Sig. (2-tailed)	.020		.009	.000	.032	.000
	N	50	50	50	50	50	50
30	Pearson Correlation	.236	.364**	1	.363**	.272	.643**
	Sig. (2-tailed)	.098	.009		.010	.056	.000
	N	50	50	50	50	50	50
31	Pearson Correlation	.487**	.666**	.363**	1	.263	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.010		.066	.000
	N	50	50	50	50	50	50
32	Pearson Correlation	.506**	.303*	.272	.263	1	.621**
	Sig. (2-tailed)	.000	.032	.056	.066		.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y	Pearson Correlation	.692**	.790**	.643**	.791**	.621**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

UJI REABILITAS

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	73.3800	44.444	.338	.736
2	73.7400	43.870	.383	.732
3	73.6400	42.888	.400	.728
4	73.5800	41.228	.556	.714
5	73.5000	41.235	.676	.710
6	73.7000	40.582	.633	.707
7	73.6800	41.896	.477	.720
8	73.6800	41.528	.606	.713
9	73.7600	41.696	.526	.717
X1	38.9800	11.734	1.000	.754

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
10	80.2400	74.064	.433	.740
11	81.1000	68.704	.508	.723
12	80.4200	73.514	.357	.741
13	80.4600	72.009	.560	.731
14	80.4800	71.765	.558	.730
15	80.4800	70.540	.670	.723
16	80.6600	69.902	.678	.721
17	80.6600	71.617	.584	.729
18	80.4400	71.598	.627	.728
19	80.6600	69.943	.599	.723
X2	42.4000	19.673	1.000	.805

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
20	64.4800	43.806	.573	.725
21	64.3400	44.800	.552	.730
22	64.3400	45.453	.442	.738
23	64.2200	45.155	.587	.731
24	64.3200	44.100	.681	.722
25	64.1000	44.296	.583	.727
26	64.2000	46.735	.525	.741
27	64.2000	45.143	.618	.730
X3	34.2800	12.696	1.000	.782



IAIN JEMBER

