

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH KSPPS BMT
UGT NUSANTARA CAPEM JATIROTO DI ERA PANDEMI**

SKRIPSI



Oleh:

Nurul Fathiatur Rizqi
NIM. E20161157

Dosen Pembimbing:

Dr. Hersa Farida Qoriani, S.Kom., M.E.I.
NIP. 198611292018012001

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
APRIL 2021**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH KSPPS BMT
UGT NUSANTARA CAPEM JATIROTO DI ERA PANDEMI**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan syariah

Oleh:

Nurul Fathiatur Rizqi
NIM. E20161157

Dosen Pembimbing:



Dr. Hersa Farida Qoriani, S.Kom., M.E.I.
NIP. 198611292018012001

MOTTO

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ
مُحِبُّ 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 ma'afkanlah 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.¹”

IAIN JEMBER

¹ Departemen Agama RI, *AL Qur'an Al Quddus* (Kudus:CV. Mubarakatan Thoyyibah,2013), 70.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas rahmat dan kesempatan untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Rasa syukur terucap kepada-Mu, yang telah memberikan kemudahan dan pemahaman sehingga karya tulis ilmiah ini dapat terselesaikan. Saya persembahkan karya sederhana ini kepada:

1. Bapak dan ibu tercinta (Bpk Slamet, ibu Nurul Fitriya, Bpk Muhammad Irfan dan Ibu Misnayu), adik saya Naila Nuril Izzah beserta seluruh keluarga besar saya yang dengan segala ketulusannya senantiasa mendo'akan, memberikan, kasih sayang yang tulus dan ikhlas yang selama ini menyertai setiap langkah saya dan memberikan dukungan moral serta material yang sangat besar demi keberhasilan saya.
2. Guru-guru saya yang sangat mulia, karena dengan barokah serta do'anya yang luar biasa, saya bisa sampai pada tahap saat ini.
3. Sahabat-sahabat saya (Aisha, Yuyun, Anis, Lisa, Khomsi, Dewi, Zainul) yang selalu setia menyemangati saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Teman-teman organisasi, Tanaszaha Komisariat IAIN Jember, Ikatan Mahasiswa Jember dan juga keluarga besar Perbankan Syariah 4 angkatan 2016, yang berjuang bersama mulai dari semester awal hingga semester akhir.
5. Almamater saya IAIN JEMBER yang selalu saya banggakan.
6. Dan kepada semua pihak yang mendukung saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME yang telah meilmpahkan rahmat dan kenikmatan yang sangat besar berupa kesehatan, kekuatan hati, dan pikiran kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.

Sholawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW yang mengangkat kita dari zaman jahiliyah menuju jalan yang islamiyah.

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto di Era Pandemi”** skripsi ini disusun guna untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Jember (IAIN JEMBER). Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan semua pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E.,MM, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa’i, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember yang selalu memberikan arahan dan bimbingan dalam program perkuliahan yang kami tempuh.

3. Ibu Dr. Hersa Farida Qoriani,S.Kom.,M.E.I selaku Dosen Pembimbing skripsi, yang selalu memberikan arahan dan bimbingan serta meluangkan waktunya demi kelancaran skripsi ini.
4. Segenap Dosen IAIN Jember.
5. Semua pihak yang terlibat dan telah berjasa dalam penulisan skripsi ini yang tidak bias penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya, semoga amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT.

Jember, 10 April 2021
Penulis

Nurul Fathiatur Rizqi

IAIN JEMBER

ABSTRAK

Nurul Fathiatur Rizqi, Hersa Farida Qoriani, S.Kom., M.E.I, 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto di Era Pandemi*

Koperasi KSPPS BMT Ugt Nusantara merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa lembaga keuangan, koperasi mempunyai peranan penting bagi masyarakat termasuk kepada nasabah/anggotanya yang membutuhkan modal. Jadi dengan adanya koperasi masyarakat sekitar bisa berbelanja kebutuhan sehari-hari dengan harga yang murah. Semakin banyak masyarakat yang berbelanja dan cepat perputarannya, maka semakin besar pula keuntungan yang didapat oleh koperasi dan juga memberikan keuntungan yang besar kepada nasabah/anggota yang menanamkan modal pada koperasi dengan bagi hasil dari koperasi.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: (1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT Ugt Nusantara Capem Jatiroto di era pandemi? (2) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto di era pandemi? (3) Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto (2) Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto (3) Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan metode penarikan *simple random sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi $<0,05$ yaitu 0,000. Sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi sebesar $>0,05$ yaitu 0,567. Dan secara simultan kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi 0,000.

ABSTRACT

Nurul Fathiatur Rizqi, Hersa Farida Qoriani, S.Kom., MEI, 2021. *The Influence of Quality Service and Product Quality on Customer Satisfaction of KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto in the pandemic era*

KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto is a company engaged in financial institution services. Cooperation has an important role for society including for their member who needs fund. The existence of cooperation makes people easy to shop their daily needs in low price. The more people shop and the faster money circulated, the higher benefit that cooperation will receive. It affects to the member's profit who invests to the cooperation by using profit sharing system.

The problem statements of this research are: 1. Does service quality affect the satisfaction of KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto's customer in the pandemic era? (2) Does product quality affect the satisfaction KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto's customer in the pandemic era? (3) Does service quality and product quality simultaneously (together) affect customer's satisfaction?

This research aims to: 1. determine whether there is an effect of service quality on satisfaction of KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto's customer (2) determine whether there is an effect of product quality on satisfaction of KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto's customer (3) determine whether there is an effect of service quality and product quality simultaneously (together) to customer's satisfaction of KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto.

The method used by the researcher is descriptive quantitative methodology. In addition, the researcher uses probability sampling with a simple random sampling method as the sampling technique.

The results showed that partially, service quality has a significant effect on customer satisfaction with a significance value <0.05 , namely 0.000. While product quality has no significant effect on customer satisfaction with a significance value of >0.05 , namely 0.567. And simultaneously service quality and product quality have a significant effect on customer satisfaction with a significance value of 0.000.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	12
F. Definisi Operasional.....	14
G. Asumsi Penelitian.....	16
H. Hipotesis	17
I. Metode Penelitian.....	18
J. Sistematika Pembahasan	31

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	33
A. Penelitian Terdahulu	33
B. Kajian Teori.....	43
BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....	56
A. Gambaran Objek Penelitian.....	56
B. Penyajian Data.....	66
C. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	69
D. Pembahasan	82
BAB IV PENUTUP	86
A. Kesimpulan.....	86
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	88

LAMPIRAN-LAMPIRAN

IAIN JEMBER

DAFTAR TABEL

No	Keterangan	
1.1	BMT yang tersebar di Kabupaten Jember dan Lumajang	7
1.2	Data Nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto.....	8
1.3	Indikator Variabel.....	15
2.1	Penelitian Terdahulu	40
2.2	Struktur Organisasi	60
3.1	Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
3.2	Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Usia.....	67
3.3	Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah ...	68
3.4	Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
3.5	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	70
3.6	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	70
3.7	Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah.....	71
3.8	Hasil Uji Reliabilitas X1	72
3.9	Hasil Uji Reliabilitas X2.....	72
3.10	Hasil Uji Reliabilitas Y	73
3.11	Hasil Uji Multikolinieritas	74
3.12	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	76
3.13	Hasil Uji T (Parsial).....	78
3.14	Hasil Uji F (Simultan)	80
3.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	82

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	
3.2	Hasil Uji Normalitas	74
3.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	75



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman globalisasi saat ini banyak sekali kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern. Adapun perubahan yang terjadi ditandai dengan pola pikir masyarakat yang semakin berkembang, kemajuan teknologi, dan gaya hidup yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Dengan adanya kemajuan dan perubahan tersebut secara tidak langsung menuntut kita untuk dapat mengimbangnya dalam kehidupan sehari-hari. Pengaruh dari perkembangan zaman yaitu banyak sekali bermunculan produk barang dan jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk dan jasa tersebut. Hal ini membuat konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan dalam menggunakan produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen.²

Kualitas pelayanan menjadi salah satu kunci utama keberhasilan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.³

Pelaku bisnis wajib memperhatikan pengaruh dari kepuasan nasabah yakni memegang peranan yang sangat penting dalam kesuksesan dari sebuah perusahaan untuk dapat bersaing yang nantinya akan menciptakan nilai loyalitas yang tinggi juga dimata para nasabah. Kepuasan tersebut akan

² Heri Sudarso, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia.2003), 96.

³ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa Edisi Kedua*, (Yogyakarta: Andi Offset,2006), 59.

menjadi pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi ke arah pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga menjadi sumber keunggulan daya saing berkelanjutan.⁴

Begitu pula yang terjadi pada perkembangan perbankan di Indonesia. Nasabah semakin mempunyai banyak pilihan untuk memanfaatkan jasa bank. Apabila pelayanan suatu perbankan dirasa kurang memuaskan nasabah, maka secara tidak langsung nasabah akan berpaling dan berpindah pada lembaga perbankan yang lain. sebagai usaha untuk mempertahankan nasabah, bank harus bisa memilih mana bentuk kebijakan maupun teknologi yang paling tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Hal tersebut akan mempengaruhi ketetapan terhadap nasabah. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan mencerminkan baik tidaknya bank tersebut di mata nasabah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa salah satu faktor yang mendongkrak pangsa pasar suatu perbankan dan juga perusahaan lain yang bergerak di bidang jasa adalah kualitas pelayanan.⁵

Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sangat berkaitan erat. Dimana kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan. Serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan

⁴ Jamal Lulail Yunus, *Manajemen Bank Syariah*, Malang:UIN Malang Press,2009), 33.

⁵ Heri Sudarso, *ibid*, 97

meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada dasarnya kepuasan nasabah mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan kinerja atau hasil yang dirasakan.⁶

Nasabah menggunakan jasa perbankan untuk menyelesaikan masalah dan nasabah memberikan nilai dalam proporsi tertentu. Nilai yang diberikan nasabah berhubungan dengan keuntungan yang akan diterimanya. Kualitas produk perbankan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan nasabah. Sehingga sebelum konsumen membeli suatu produk ia sudah mempunyai harapan atas kualitas produk yang akan di dapat. Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan nilai dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Jika pelanggan mengatakan bahwa nilai adalah produk yang berkualitas. Jika nilai bagi pelanggan adalah kenyamanan maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar dapat membuat konsumen tersebut terasa nyaman. Jika nilai dalam perbankan bagi pelanggan adalah kemudahan bertransaksi, maka kepuasan pelanggan akan didapat pada bank yang mampu memberikan kemudahan lebih dalam bertransaksi finansial yang dilakukan.⁷

Kualitas pelayanan dan kualitas produk adalah hal yang penting pada sebuah bank. Produk-produk yang dihasilkan bank harus sesuai dengan

⁶ Rismi Somad dan Donni Juni Prinsa, *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*, (Bandung:Alfabeta, 2014), 32.

⁷ Atep Adya Brata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima* (Jakarta:PT Alex Media Komputindo,2006), 26.

kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Dengan terpenuhinya kebutuhan, maka nasabah akan tetap memilih bank tersebut dan tidak pindah ke bank lainnya. Selain itu nasabah akan tertarik untuk memilih bank tersebut jika nasabah merasa bahwa produk perbankan dapat memenuhi kebutuhannya. Nasabah akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang baik serta keistimewaan yang mencolok.⁸

Kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka produk tersebut akan dinilai semakin berkualitas.⁹

Dengan adanya kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik mampu bersaing secara kompetitif, tentunya juga akan mempengaruhi rasa kepercayaan konsumen. Kepercayaan adalah rasa percaya, kepada mitra dimana seseorang berhubungan. Kepercayaan timbul dari suatu produk yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai. Apabila kepercayaan sudah terjalin diantara pelanggan dan perusahaan maka usaha untuk membinanya tentu lebih mudah.¹⁰

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut.

⁸ Kasmir, *Etika Costumer Service* (Jakarta: Raja Wali Pers, 2011), 32.

⁹ Hani T Handoko, *Manajemen;Edisi Kedua Cetakan Ketiga Belas* (Yogyakarta: BPFE,2002), 23.

¹⁰ Atep Adya Brata, *Ibid* 36.

Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dari agen yang biasanya diartikan dengan kualitas dari agen tersebut.¹¹

Semakin terpenuhi harapan-harapan dari pelanggan tentu pelanggan akan semakin puas. Sebuah perusahaan harus mempunyai strategi-strategi dalam memasarkan produknya, agar pelanggan dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika pelanggan merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan, perusahaan harus dapat menjual barang atau jasa dengan kualitas yang paling baik dengan harga yang layak sesuai dengan apa yang didapatkan. Perusahaan juga melakukan strategi-strategi untuk membentuk kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Dengan kualitas yang baik akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meminimalkan pengalaman yang tidak menyenangkan dari pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.¹²

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu barang atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya. Suatu produk atau jasa akan menjadi gagal apabila tidak dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Namun usaha untuk memuaskan pelanggan sangatlah sulit karena persaingan yang begitu ketat dan perubahan lingkungan sosial mempengaruhi perilaku konsumen serta tingkat pertumbuhan ekonomi

¹¹ Hani T Handoko, *ibid* 34.

¹² Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andy Offset, 2002), 54.

yang semakin tinggi. Dengan melakukan bauran pemasaran yang tetap yaitu meliputi produk, harga, tempat dan promosi akan meningkatkan kepuasan pelanggan.¹³

Beberapa penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah BMT sudah pernah dilakukan. Namun, peneliti tetap tertarik untuk melakukan penelitian ini karena dalam penelitian ini ada beberapa perbedaan dengan penelitian sebelumnya, yaitu lokasi penelitian, dan kuisioner yang digunakan. Dengan adanya perbedaan itu, maka sangat memungkinkan hasil dari penelitian ini juga berbeda.

BMT merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa lembaga keuangan, koperasi mempunyai peranan penting bagi masyarakat termasuk kepada nasabah/anggotanya yang membutuhkan modal. Jadi dengan adanya koperasi masyarakat sekitar bisa berbelanja kebutuhan sehari-hari dengan harga yang murah.¹⁴

Semakin banyak masyarakat yang berbelanja dan cepat perputarannya, maka semakin besar pula keuntungan yang didapat oleh koperasi dan juga memberikan keuntungan yang besar kepada nasabah/anggota yang menanamkan modal pada koperasi dengan bagi hasil dari koperasi.

¹³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Prenhallindo,2000), 355.

¹⁴ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wattamwil* (Yogyakarta:UUI Press Yogyakarta,2004), 126.

Dibawah ini merupakan data jaringan KSPPS BMT UGT Nusantara di kabupaten Jember dan Lumajang:

Tabel 1.1
BMT yang tersebar di Kabupaten Jember dan Lumajang

Kabupaten	Lokasi
Jember	<ol style="list-style-type: none"> 1. BMT Bina Tanjung 2. BMT NU Cabang Sumpersari 3. BMT AL-Ikhlas 4. BMT Masalah 5. Baitul Maal Hidayatullah Jember 6. KSPPS BMT UGT Nusantara
Lumajang	<ol style="list-style-type: none"> 1. BMT AL-Ikhlas 2. Bmt Masalah Tukum 3. KSPPS BMT UGT Nusantara

Sumber : Data diolah, 2020.

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa di Indonesia BMT berkembang dengan sangat pesat, di Kabupaten Jember ada 6 BMT sedangkan di Kabupaten Lumajang ada 3 BMT yang tersebar. Alasan dalam memilih KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto, karena di kabupaten Lumajang jaringan KSPPS BMT UGT Nusantara lebih terjangkau utamanya di Jatiroto. KSPPS BMT UGT Nusantara merupakan koperasi yang cukup lama berdiri, sehingga masyarakat banyak yang memilih KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto karena mayoritas masyarakat Jatiroto adalah menengah ke bawah. Sehingga dengan keberadaan KSPPS BMT UGT Nusantara masyarakat bisa berbelanja kebutuhan sehari-hari dengan lebih mudah.

Penyebaran pandemic Covid-19 telah berakibat pada bertambahnya jumlah korban serta kerugian harta benda, bertambah lingkup kawasan yang

terdampak dan menyebabkan dampak dalam aspek sosial ekonomi yang luas di Indonesia. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2020 mengenai Penetapan Bencana Nonalam Penyebaran *Corona Virus Disease (Covid-19)* sebagai bencana nasional.¹⁵

Berikut ini adalah data nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto:

Tabel 1.2
Data Nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2016	735
2	2017	719
3	2018	440
4	2019	444
5	2020	370
	Jumlah	2.708

Sumber: Data diolah, 2020

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah nasabah pada KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto pada tahun 2017 mengalami penurunan, pada tahun 2018 mengalami penurunan, sedangkan pada tahun 2019 mengalami penurunan dan pada tahun 2020 mengalami penurunan kembali. Tahun 2020 merupakan tahun dimana Virus Covid-19 semakin menyebar ke seluruh kalangan masyarakat, sehingga keadaan tersebut mengakibatkan mobilisasi orang, barang dan jasa menjadi sangat terganggu dan bahkan menyebabkan rantai aktivitas perekonomian tertentu harus berhenti. Di tengah keadaan jumlah kasus Covid-19 yang semakin bertambah serta belum terdapat kepastian hingga kapan keadaan tersebut berlangsung, ternyata sangat

¹⁵ Mardiyatus Rositaningsih, *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Manajemen Industri Perbankan Syariah* (Jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol. 2, No. 1, 2020).

berkorelasi buruk dengan merosotnya kinerja pelaku usaha sebab keadaan krisis tersebut. Dari keadaan itu pastinya berakibat dalam menurunnya jumlah pemasukan sampai kesulitan membayar hutang atau kredit terhadap debitur.¹⁶

Untuk itu peneliti merasa tertarik melakukan penelitian tentang kepuasan nasabah BMT di era pandemi tersebut karena hal ini dapat mempengaruhi kepercayaan nasabah terhadap BMT itu sendiri, padahal BMT memiliki pelayanan yang sudah direncanakan dengan baik, perencanaan tersebut dapat mempengaruhi citra BMT dari kacamata nasabah, selain pelayanan BMT juga sudah menciptakan produk yang berkualitas supaya kepuasan nasabah dapat tercapai, hal-hal tersebut yang membuat berhasil mewujudkan kesan yang baik pada pelanggan dan pada akhirnya akan memudahkan meraih konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis akan mengangkat judul dalam penelitian ini yaitu tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto di Era Pandemi”**.

B. Rumusan Masalah

Bagian ini mencatumkan semua rumusan masalah yang dicari jawabannya melalui penelitian. Perumusan masalah harus disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat tanya.¹⁷

¹⁶ Lutfhia Ayu Azanella, *Apa Itu PSBB Hingga Jadi Upaya Pencegahan Covid-19* (Jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol. 2, No. 1, 2020).

¹⁷ Tim Revisi Buku, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 60.

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah di atas peneliti memfokuskan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto di Era Pandemi?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto di Era Pandemi?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian yang akan dilaksanakan adalah :

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto di Era Pandemi
2. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto di Era Pandemi
3. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto di Era Pandemi

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat

teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruham. Kegunaan penelitian harus obyektif dan realistis.¹⁸

Manfaat dari penelitian merupakan dampak dari terciptanya suatu tujuan. Adapun manfaat yang ingin dicapai dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Sebagai kontribusi guna menambah wawasan dalam dunia perbankan kedepannya agar bisa menjadi lebih baik dari sebelumnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti : sebagai langkah awal dalam berproses mengenal dunia perbankan dan juga sebagai penambah wawasan ilmu perbankan
- b. Bagi Almamater IAIN Jember : sebagai pengembangan ilmu dan sebagai referensi kepustakaan terkait dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto di Era Pandemi.
- c. Bagi BMT : untuk membantu memecahkan dan mengantisipasi masalah yang ada di KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto di Era Pandemi.

¹⁸ Tim Revisi Buku, *ibid* 61.

E. Ruang lingkup penelitian

Adapun ruang lingkup dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel penelitian

Pada bagian ini peneliti harus menentukan variabel secara jelas dan tegas. Mana yang menjadi variabel bebas dan mana variabel terikatnya. Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁹

Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain. Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua variabel yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dengan uraian sebagai berikut :

a. Variabel Independen (X)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

- 1) Kualitas Pelayanan (X_1)
- 2) Kualitas Produk (X_2)

¹⁹ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya,2016), 108.

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

1) Kepuasan Nasabah (Y)

2. Indikator Variabel

Setelah variabel penelitian terpenuhi, kemudian dilanjutkan dengan mengemukakan indikator-indikator penelitian yang merupakan rujukan empiris dari variabel yang diteliti. Indikator empiris ini nantinya akan dijadikan dasar dalam membuat butir-butir pertanyaan dalam kuisioner dan observasi.²⁰

Indikator variabel penelitian adalah alat ukur variabel. Fungsi dari variabel indikator adalah mendeteksi secara penuh variabel yang akan diukur, sehingga keberadaan indikator harus jelas dalam variabel yang akan diukur.

Indikator variabel dalam penelitian ini adalah indikator variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto. Indikator ini merupakan tolak ukur yang akan digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT

²⁰ Tim Revisi Buku, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 38.

UGT Nusantara Capem Jatiroto di Era Pandemi. Berikut ini adalah indikator dari variabel X Dan Y:

Tabel 1.3
Indikator Variabel

No	Variabel	Indikator
1	Kualitas pelayanan (X1)	<ul style="list-style-type: none"> a. Bukti langsung (<i>Tangibles</i>) b. kehandalan (<i>Reliability</i>) c. daya tanggap (<i>Responsiveness</i>) d. jaminan (<i>Asurance</i>) e. empati (<i>Empathy</i>)
2	Kualitas produk (X2)	<ul style="list-style-type: none"> a. Kinerja (<i>Performance</i>) b. Keistimewaan tambahan (<i>Features</i>) c. Kehandalan (<i>Reliability</i>) d. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>Conformance</i>) e. Daya tahan (<i>Durability</i>) f. Kemampuan pelayanan (<i>Serviceability</i>) g. Estetika (<i>Aesthetics</i>) h. Kualitas yang dipersepsikan (<i>Perceived quality</i>)
3	Kepuasan nasabah	<ul style="list-style-type: none"> a. Kualitas produk b. Kualitas pelayanan c. Emosional d. Harga e. Biaya

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 dibuat agar tidak terjadi salah pengertian dengan istilah yang digunakan dalam penelitian. Adapun definisi yang perlu adanya pemahaman adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima.²¹

Kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun.

2. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsi dan kinerjanya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas produk menjadi hal penting yang harus dimiliki oleh sebuah produk, sehingga produsen dituntut untuk menghasilkan produk yang berkualitas agar dapat menarik perhatian konsumen dan memenangkan pasar.²²

3. Kepuasan nasabah

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.²³

²¹ A.S Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia* (Bandung: PT. Bumi Aksara,2008). 27

²² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Prenhallindo,2000), 355

²³ Husnul Khatimah, *Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah* (Skripsi Universitas Negri Alauddin Makasar,2018).

4. Era Pandemi (Covid-19)

Dari situs resmi *World Health Organization* (WHO), dijelaskan bahwasanya *Corona Virus* merupakan sebuah kelompok virus yang berasal dari kota Wuhan, China yang bisa mengakibatkan penyakit pada hewan dan manusia. Sejumlah jenis *Corona Virus* diketahui mengakibatkan infeksi saluran nafas di manusia mulai dari batuk flu sampai yang lebih parah misalnya *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) serta *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS).²⁴

G. Asumsi Penelitian

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

Asumsi penelitian disebut sebagai anggapan dasar atau postulat, yaitu sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh peneliti. Anggapan dasar yang harus dirumuskan secara jelas sebelum peneliti melangkah mengumpulkan data.²⁵ Di asumsi penelitian terdapat berbagai pernyataan yang diuji kebenarannya dengan melakukan percobaan dalam penelitian. Dalam penelitian ini peneliti berasumsi bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk dapat meningkatkan Kepuasan Nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto di Era Pandemi.

²⁴ Tauratiya. 2020. *Overmacht: Analisis Yuridis Penundaan Pelaksanaan Prestasi Akibat Pandemi Covid-19*, Mizani: *Wacana Hukum, Ekonomi dan Keagamaan*. Vol. 7, No. 1.

²⁵ Tim Revisi Buku, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 39.

H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.

Berikut adalah hipotesis dalam penelitian ini :

1. H_1 : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto di Era Pandemi.
2. H_2 : Terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto di Era Pandemi.
3. H_3 : Terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto di Era Pandemi.

I. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data dan informasi mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Istilah metode berasal dari kata *methodos* (Yunani) berarti cara atau jalan. Meyangkut dengan upaya ilmiah, metode dihubungkan

dengan cara kerja, yaitu cara kerja untuk dapat memahami objek yang menjadi sasaran ilmu yang bersangkutan.²⁶

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian pada dasarnya adalah suatu kegiatan atau proses sistematis untuk memecahkan masalah yang dilakukan dengan menerapkan metode ilmiah. Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Sesuai dengan namanya, dalam penelitian kuantitatif banyak dituntut menggunakan angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dari hasilnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan data kuantitatif dan statistic objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel yakni para nasabah dan orang-orang yang terlibat yang di minta untuk menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survey untuk menentukan frekuensi dan presentase tanggapan mereka.

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang sejenis akan tetapi berbeda karena karakteristiknya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto pada tahun 2020 yang berjumlah 370 nasabah dan yang digunakan sebagai sampel sebanyak 192 nasabah.

²⁶ Deni Darmawan, *ibid*, 126

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.²⁷

Sehingga sampel merupakan suatu bagian dari populasi yang ada, untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. Pengambilan sampel yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik sampel probabilitas (*probability sampling*) karena peneliti membutuhkan kerangka sampel, yaitu suatu daftar dari unit-unit *sampling* dalam rangka untuk mendapatkan responden dengan peluang yang telah diketahui sebelumnya, dengan metode penarikan sampel acak sederhana (*simple random sampling*) cara demikian dilakukan karena anggota populasi dalam penelitian ini dianggap homogen.

Sampel probabilitas (*probability sampling*) merupakan sampel yang dipilih sedemikian rupa dari populasi sehingga masing-masing anggota populasi memiliki probabilitas atau peluang yang sama untuk dijadikan sampel. Sedangkan penarikan sampel acak sederhana (*simple random sampling*) adalah pengambilan sampel dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi dan setiap

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung; Alfabeta, 2010), 81.

anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel.²⁸

Dalam menentukan ukuran sampel dari suatu populasi dapat dilakukan dengan rumusan sebagai berikut :

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

n = jumlah sampel

N = ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolerir yaitu 5% (0,05).²⁹

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

$$n = \frac{370}{1+(370 \times 0,05^2)}$$

$$n = \frac{370}{1+(370 \times 0,0025)}$$

$$n = \frac{370}{1+0,925}$$

$$n = \frac{370}{1,925}$$

$$n = 192,20$$

Jadi jumlah sampel yang didapat berdasarkan rumus Slovin adalah sebesar 192,20 responden sehingga dibulatkan menjadi 192 responden.

²⁸ Suharyadi Purwanto, *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern Edisi 2* (Jakarta:Salemba Empat,2011), 08.

²⁹ Sugiyono, *ibid* , 86

3. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Bagian terpenting dalam melakukan proses penelitian adalah yang 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 mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah :

a. Observasi

Yaitu metode penelitian dengan pengamatan yang dicatat secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki.³⁰ Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuisioner. Kalau wawancara dan kuisioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain.

Observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra. Jadi, mengobservasi dapat dilakukan dengan melalui penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba, dan pengecap. Apa yang dikatakan ini sebenarnya adalah pengamatan

³⁰ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research* (Yogyakarta: Andi Offset,2004), 151

langsung. Di dalam artian penelitian observasi dapat dilakukan dengan tes, kuisisioner, rekaman, gambar, dan rekaman suara.³¹

b. Kuisisioner (Angket)

Kuisisioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan tehnik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuisisioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

Dalam penelitian ini menggunakan instrument berupa kuisisioner dengan menggunakan *skala likert* dengan 5 opsi jawaban. *Skala likert* merupakan skala yang paling terkenal dan sering digunakan dalam penelitian karena dalam pembuatannya relative lebih mudah dan tingkat reliabilitasnya tinggi.

Skala yang digunakan untuk setiap responden adalah *skala likert* dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Sangat Setuju (SS) dengan skor 5
- 2) Setuju (S) dengan skor 4
- 3) Ragu-ragu (RR) dengan skor 3

³¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta:Rineka Cipta,2019), 199

- 4) Tidak Setuju (TS) dengan skor 2
- 5) Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1

Penggunaan 5 kategori dalam skala diatas karena dipandang dapat mewakili dengan baik tingkat intensitas penilaian responden. Pertanyaan yang berjumlah 20 s/d 30 pertanyaan tersebut akan diberikan kepada responden atau nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto.

c. Dokumentasi

Dokumentasi asalnya dari kata dokumen yang merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain.³²

4. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mengolah data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan

³² Sugiyono, *ibid* 240

perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.³³

Kegiatan menganalisis data dalam penelitian ini melalui beberapa tahap antara lain:

a. Proses editing

Tahap awal analisis data adalah melakukan editing terhadap data yang telah dikumpulkan dari hasil survey lapangan. Pada prinsipnya proses editing data bertujuan agar data yang diamati akan dianalisis secara akurat dan lengkap.

b. Tabulasi

Menyajikan data yang diperoleh dalam tabel. Tujuan tabulasi adalah agar data bisa mudah disusun, dijumlah dan mempermudah penataan data untuk disajikan serta dianalisa. Setelah proses tabulasi selesai kemudian data-data dalam tabel tersebut akan diolah dengan bantuan software *SPSS (Statistical Package For Social Science) version 19*. Agar data yang dikumpulkan dapat bermanfaat maka harus diolah dan dianalisis sehingga dapat dijadikan pengambilan keputusan.

c. Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu keadaan yang menggambarkan tingkat instrument yang bersangkutan mampu mengukur apa yang akan

³³Sugiyono, *ibid* 147

diukur.³⁴ Validitas merupakan 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 antar data yang di laporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah data kuisisioner yang digunakan dalam penelitian valid atau tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *software SPSS version 20* dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasi person atau metode *corrected item total correlation*³⁵. Ini artinya bahwa alat ukur haruslah memiliki akurasi yang baik terutama apabila alat ukur tersebut yang digunakan sehingga validitas akan meningkatkan bobot kebenaran data yang diinginkan peneliti, maka kuisisioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukur dengan bantuan SPSS.

Metode uji validitas ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total item. Skor item dengan penjumlahan dari keseluruhan item. Pengujian validitas instrument dilakukan dengan menggunakan *SPSS version 19* dengan kriteria berikut:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

³⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Penelitian Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta,2010), 167.

³⁵ Duwi Priyanto Andi, *Pandun Praktis Oleh Data Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Andi Offset,2017), 24.

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan keunggulan suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisioner.

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai alpha $> 0,60$ maka reliable.³⁶

d. Uji Asumsi Klasik

Untuk mendapatkan model regresi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data terdiri heteroskedastisitas, normalitas dan multikolinieritas. Uji asumsi klasik yang digunakan sebagai berikut :

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual data dari model regresi linear memiliki distribusi normal ataukah tidak. Jika residual data tidak 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) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model

³⁶ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk penelitian*, (Yogyakarta;Pustaka Baru Press,2015), 192

regresi. Jika terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolinearitas 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 ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi adalah sebagai berikut:

- a) *Nilai tolerance* dan lawannya
- b) *Variance Inflation Factor (VIF)*

Kedua ukuran diatas menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel lainnya. *Tolerance* mengukur variabel 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 kolinieritas 0,1 atau sama dengan nilai VIF kurang dari 10. Apabila terdapat variabel bebas yang dimiliki nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 dan VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.³⁷

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan

³⁷ Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 64.

pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika:

- a) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
 - b) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
 - c) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
 - d) Penyebaran titik-titik data tidak terpola.³⁸
- e. Analisis Regresi Linier Berganda

Model ini dikenal dengan sebutan model regresi berganda yaitu suatu model di mana variabel tak bebas (dependen) tergantung pada dua atau lebih variabel bebas (independen). Model regresi berganda paling sederhana adalah model regresi yang terdiri dari tiga variabel yang terdiri dari suatu variabel dependen dan dua variabel independen.

Dan rumusnya sebagai berikut:

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

Keterangan : Y : kepuasan nasabah (BMT UGT Sidogiri Capem

Jatiroto)

: X_1 : *kualitas pelayanan*

: X_2 : *kualitas produk*

: a : konstanta

: b : koefisien korelasi

³⁸ Nazir, *Ibid*, 187

: e : nilai eror

Untuk mengetahui serta menentukan pengaruh koefisien variabel bebas terhadap variabel terikat, maka digunakan bantuan SPSS versi 16.

1) Uji t (Uji Parsial)

Uji parametrik (*parametric test*) merupakan instrument statistic yang digunakan untuk meneliti seberapa sering hasil pengamatan dapat terjadi. Salah satu metode ujinya yaitu uji-t yang digunakan untuk membandingkan mean aatau nilai rata-rata sampel yang diamati dengan nilai rata-rata yang diharapkan secara normal dan distribusi nilai rata-rata.³⁹ Uji-t membandingkan nilai rata-rata satu sama lain untuk menentukan adanya signifikansi statistik. Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut :

a) Menentukan Formulasi Hipotesis

(1) $H_0 : b_1 : b_2 = 0$. Artinya, variabel independent bukan merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependen.

(2) $H_a : b_1 : b_2 = 0$. Artinya, variabel independen merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.⁴⁰

b) Menentukan derajat kepercayaan 5% ($\alpha=0,05$) dari t_{hitung} dan t_{tabel} . Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika $t_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

³⁹ Morissan, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: Prenada Media,2015), 330.

⁴⁰ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta:Graha Ilmu,2006) 154.

c) menentukan t_{hitung} dengan rumus $t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$

d) menentukan t_{tabel} (diambil dari hasil tabel distribusi t pada $\alpha=5\%$) adapun nilai t tabel dalam penelitian ini adalah 1,652 nilai tersebut didapatkan dari $df=n-2=192-2=190$ dengan signifikansi 0,05.

e) kriteria uji t:

H_0 diterima jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ pada $\alpha=0,05$

H_a diterima jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ pada $\alpha=0,05\%$

2) Uji F (Uji Simultan)

Uji statistic f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat.

Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

a) menentukan derajat kepercayaan 5% ($\alpha=0,05$) dari f_{hitung} dan f_{tabel} , jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_3 ditolak.

b) Menentukan f_{hitung} dengan rumus $F = \frac{R^2(n-k-1)}{K(1-R^2)}$

c) Menentukan f_{tabel} dengan cara $df=N$ (jumlah sampel) – k (jumlah variabel) yaitu $192-3=189$ dengan derajat kepercayaan 5% ($\alpha=0,05$).

d) Kriteria pengambilan keputusan.

Ho diterima jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ pada $\alpha=0,05$

Ha diterima jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ pada $\alpha=0,05$ ⁴¹

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Bahwa R^2 adalah koefisien determinasi yakni suatu nilai yang menggambarkan total variasi dari Y (variabel terikat) dari suatu persamaan regresi. Nilai koefisien determinasi yang besar menunjukkan bahwa regresi tersebut mampu dijelaskan secara besar pula.

Pada intinya, koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependent sangat terbatas. Untuk menentukan nilai koefisien determinasi dinyatakan dengan nilai *Adjust R Square*.

J. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Bagian ini berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskripsi naratif, bukan seperti daftar skripsi. Secara global sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan dasar dari penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian,

⁴¹ Widayat, *Penelitian Pemasaran* (Malang: UMM,2004), 192.

definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN KEPUSTAKAAN

Bab ini menguraikan tentang kajian kepustakaan yang meliputi : penelitian terdahulu dan kajian teori.

BAB III : PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini membahas penyajian data dan analisis yang meliputi : gambaran objek penelitian, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB IV : PENUTUP atau KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas tentang penutup yang meliputi : kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.

Bagian akhir : Daftar pustaka, pernyataan keaslian tulisan dan lampiran-lampiran.

IAIN JEMBER

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Studi pustaka perlu dikaji terlebih dahulu untuk menguasai teori yang relevan dengan topik atau masalah penelitian dan rencana model analisis yang dipakai. Sehubungan dengan penelitian ini, ada beberapa peneliti yang terdahulu pernah melakukan penelitian serupa, diantaranya yaitu:

1. Skripsi Daniatul Karomah, 2016 yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi
 - a. Perbedaan dari penelitian ini adalah membahas kualitas pelayanan frontliner terhadap kepuasan nasabah.
 - b. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.
 - c. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima frontliner berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi.⁴²
2. Skripsi Akhmad Khusaini, 2016 yang berjudul Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di SPA Club Arena Yogyakarta.
 - a. Perbedaan dari penelitian ini yaitu metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif.

⁴² Daniatul Karomah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi* (Skripsi: IAIN JEMBER, 2016).

- d. Persamaannya yaitu teknik pengumpulan data nya menggunakan kuisioner/angket.
 - e. Hasil penelitian menunjukkan dari 65 responden diketahui analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di SPA Club Arena Yogyakarta sebagian besar mempunyai sikap Puas sebesar 43,07 %, sikap tidak puas sebesar 26,15 %, Sangat Tidak Puas 20,0 % dan Sangat Puas 10,77 %. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diartikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Spa Club Arena Yogyakarta adalah Puas.⁴³
3. Skripsi Roisiya, 2018 yang berjudul Penerapan Kualitas Pelayanan Pada Bank Syariah Mandiri KCP Balung.
 - a. Perbedaan dari penelitian ini yaitu metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis kajian *field research* (penelitian lapang), dan hanya membahas tentang penerapan kualitas pelayanan terhadap Bank Syariah Mandiri KCP Balung saja bukan terhadap kepuasan nasabahnya.
 - b. Sedangkan persamannya dari penelitian ini yaitu teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sama-sama menggunakan observasi, wawancara dan dokumen.
 - c. Hasil dari penelitian ini adalah penerapan pelayanan prima terhadap nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Balung dalam mempertahankan nasabahnya dari konsep A3 (Sikap, Perhatian dan Tindakan) tersebut

⁴³ Akhmad Khusaini, *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di SPA Club Arena Yogyakarta* (Skripsi:UIN Sunan Kalijaga,2016).

mempunyai pengaruh yang positif. Pelayanan tersebut dapat mempengaruhi kepuasan nasabah yang disebabkan karena baiknya pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada nasabah dengan demikian nasabah dapat merasa puas dan akan terus bertahan dalam menggunakan produk-produk yang ada di Bank Syariah Mandiri KCP Balung.⁴⁴

4. Skripsi Aulia Jadydatul Adawiyah, 2018 yang berjudul Implementasi Kualitas Pelayanan Oleh Customer Service Pada BMT Bismillah Sukorejo.
 - a. Perbedaan dari penelitian ini adalah metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif.
 - b. Sedangkan persamaannya teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, obeservasi, dan dokumentasi.
 - c. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer service* mampu mengimplementasikan standar-standar yang sudah ditetapkan oleh BMT Bismillah kedalam pelayanan yang sudah menjadi tugasnya, namun bukan sembarang pelayanan tapi pelayanan prima (*service excellence*) yang meliputi aspek dasar *Accountability* (Tanggung Jawab), *Action* (Tindakan), *Attention* (Perhatian), *Appearance* (Penampilan), *Attitude* (Sikap), *Ability* (Kemampuan) yang mampu memuaskan dan menarik hati nasabah agar tetap loyal kepada BMT Bismillah.⁴⁵

⁴⁴ Roisiya, *Penerapan Kualitas Pelayanan Pada Bank Syariah Mandiri KCP Balung* (Skripsi:IAIN JEMBER,2018).

⁴⁵ Aulia Jadydatul Adawiyah, *Implementasi Kualitas Pelayanan Oleh Customer Service Pada BMT Bismillah Sukorejo* (Skripsi:UIN Walisongo Semarang,2018).

5. Skripsi Abesa Putrianingsih, 2018 yang berjudul *Implementasi Service Excellence Pada BMT Madani Sepanjang Sidoarjo*.
 - a. Perbedaan dari skripsi ini metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang digunakan untuk memecahkan masalah dengan informasi yang didapat dari wawancara terhadap direktur, wakil direktur, staf operasional, staf pemasaran dan anggota BMT Madani Sepanjang Sidoarjo.
 - b. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama membahas excellence service di BMT.
 - c. Hasil penelitian ini adalah Service Excellence yang BMT Madani menggunakan konsep A6 yang sudah dilakukan dengan baik oleh BMT Madani Sepanjang Sidoarjo serta semua kriteria sudah berjalan sesuai dengan sifat teladan nabi Muhammad SAW. Dan dimasa yang mendatang dapat lebih baik lagi dan dipertahankan sifat kekeluargaannya.⁴⁶
6. Skripsi Geni Prayogi, 2018 yang berjudul *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Kereta Penumpang Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*.
 - a. Persamaan dari penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dan sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan.

⁴⁶ Abesa Putrianingsih, *Implementasi Service Excellence Pada BMT Madani Sepanjang Sidoarjo* (Skripsi:UIN Sunan Ampel Surabaya,2018).

- b. Sedangkan perbedaannya yaitu menganalisis kepuasan pengguna jasa kereta penumpang dalam perspektif Ekonomi Islam.
- c. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan prima berpengaruh nyata terhadap kepuasan pengguna jasa kereta api penumpang variable yang berpengaruh antara lain; karyawan berkomunikasi dengan baik, karyawan KAI dapat membuat pengguna jasa merasa aman, apakah karyawan PT.KAI bersikap sopan , Karyawan PT.KAI selalu memberikan perhatian atas kebutuhan pengguna jasa, karyawan PT.KAI memberikan tindakan yang cepat dan tanggap, Karyawan PT.KAI memberikan kemudahan prosedur pelayanan pada pengguna jasa.⁴⁷

7. Skripsi Retno Sri Rahayu, 2018 dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening.

- a. Persamaan dari penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.
- b. Sedangkan perbedaannya dalam teknik pengumpulan data dalam penelitian ini hanya menggunakan teknik observasi dan kuisioner.
- c. Hasil uji Ttest menunjukkan bahwa variabel attitude, attention, action, ability, appearance, accountability dan kepuasan berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.⁴⁸

⁴⁷ Geni Prayogi, "Analisis Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Kereta Penumpang Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam" (Skripsi: UIN Raden Intan Lampung, 2018).

⁴⁸ Retno Sri Rahayu, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening* (Skripsi: IAIN Salatiga, 2018).

8. Skripsi Leli Martiyani, 2018 yang berjudul Implementasi Fungsi Pelayanan Prima dan Kualitas Produk Pada Nasabah Di BMT Walisongo Semarang.
 - a. Perbedaannya focus penelitiannya hanya membahas tentang fungsi pelayanan prima dan respon nasabah terhadap pelayanan prima tersebut.
 - b. Sedangkan persamaannya yaitu teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi.
 - c. Hasil dari penelitian tersebut fungsi pelayanan prima di BMT Walisongo Semarang sudah terlaksana dengan baik, tentu saja pihak BMT Walisongo terus berupaya memaksimalkan dalam memberikan pelayanan prima terhadap pelanggannya. Selanjutnya mengenai respon nasabah, dari data yang berhasil dihimpun oleh peneliti baik itu melalui wawancara, maupun observasi menunjukkan bahwa nasabah merasa sangat puas, puas dan hanya beberapa yang kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT Walisongo Semarang dengan pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan anggota/nasabah.⁴⁹
9. Skripsi Nada Akrobin, 2019 yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri (Studi kasus pada nasabah Bank Syariah Mandiri di kota Yogyakarta).
 - a. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dan sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.

⁴⁹ Leli Martiyani, *Implementasi Fungsi Pelayanan Prima dan Kualitas Produk Pada Nasabah Di BMT Walisongo Semarang* (Skripsi:UIN Walisongo Semarang,2018).

- b. Sedangkan perbedaannya terletak pada focus penelitian yaitu pengaruh bukti fisik, jaminan, kehandalan/kemampuan, daya tanggap/tindakan, empati/perhatian, sikap, penampilan, dan tanggung jawab terhadap nasabah.
- c. Hasil penelitian secara simultan semua variabel sama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Yogyakarta. Secara parsial, variabel kemampuan dan tanggung jawab berpengaruh positif dan signifikan, variabel daya tanggap/tindakan tidak berpengaruh negative dan signifikan, sedangkan variabel bukti fisik, jaminan, empati/perhatian, sikap, dan penampilan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Yogyakarta.⁵⁰

10. Skripsi Shoufi Rahma Dianti, 2019 yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Galeri Investasi Syariah-BEI Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Suska Riau.

- a. Persamaan dari penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan menyebarkan kuisisioner/angket.
- b. Sedangkan perbedaannya yaitu objek penelitiannya pada Galeri Investasi Syariah-BEI Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau.

⁵⁰ Nada Akobin, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri (studi kasus pada nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta)* (Skripsi:UIN Yogyakarta, 2019).

- c. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara compliance, assurance, reliability, tangible, empathy dan responsiveness terhadap kepuasan nasabah.⁵¹

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama penelitian/tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Daniatul Karomah (2016) skripsi IAIN Jember	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi	Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif	Perbedaan dari penelitian ini adalah membahas pelayanan prima atau excellent service pada frontliner terhadap kepuasan nasabah
2	Akhmad Khusaini (2016) skripsi Universitas Negeri Yogyakarta	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di SPA Club Arena Yogyakarta	Persamaan dari penelitian ini yaitu teknik pengumpulan data nya menggunakan kuisisioner/angket	Perbedaan dari penelitian ini terletak pada metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif
3	Roisiya (2018) skripsi IAIN Jember	Penerapan Kualitas Pelayanan Pada Bank Syariah Mandiri KCP Balung	Persamaan dari penelitian ini yaitu teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sama-sama menggunakan observasi dan dokumen	Perbedaan dari penelitian ini yaitu metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis kajian <i>field research</i> (penelitian lapang), dan hanya membahas tentang penerapan kualitas pelayanan terhadap Bank Syariah

⁵¹ Shoufi Rahma Dianti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Galeri Investasi Syariah-BEI Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Suska Riau* (Skripsi;UIN Sultan Syarif Kasim Riau,2019).

				Mandiri KCP Balung saja bukan terhadap kepuasan nasabahnya
4	Aulia Jadydatul Adawiyah (2018) skripsi UIN Walisongo Semarang	Implementasi Kualitas Pelayanan Oleh Customer Service Pada BMT Bismillah Sukorejo	Persamaan dari penelitian ini yaitu tehnik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, obeservasi, dan dokumentasi	Perbedaan dari penelitian ini adalah terletak pada metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif
5	Abesa Putrianingsih (2018) skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya	Implementasi Service Excellence Pada BMT Madani Sepanjang Sidoarjo	Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas excellence service di lembaga keuangan non bank atau koperasi yaitu BMT	Perbedaan dari penelitian ini terletak pada metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang digunakan untuk memecahkan masalah dengan informasi yang didapat dari wawancara terhadap direktur, wakil direktur, staf operasional, staf pemasaran dan anggota BMT Madani Sepanjang Sidoarjo
6	Geni prayogi (2018) skripsi UIN Raden Intan Lampung	Analisis Pengaruh kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Kereta Penumpang Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam	Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dan sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan dan kualitas produk.	Perbedaan dari penelitian ini terletak pada fokus penelitiannya yaitu menganalisis kepuasan pengguna jasa kereta penumpang dalam perspektif Ekonomi Islam
7	Retno Sri Rahayu (2018) skripsi IAIN Salatiga	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap	Persamaannya adalah sama-sama menggunakan metode penelitian	Perbedaannya yaitu tehnik pengumpulan data dalam penelitian ini hanya

		Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening	kuantitatif	menggunakan teknik observasi dan kuisisioner
8	Leli Martiyani (2018) skripsi UIN Walisongo Semarang	Implementasi Fungsi Service Excellent dan Kualitas Produk Pada Nasabah Di BMT Walisongo Semarang	Persamaan dari penelitian ini adalah teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi	Perbedaan dari penelitian ini terletak pada focus penelitiannya hanya membahas tentang fungsi pelayanan prima dan respon nasabah terhadap pelayanan prima tersebut
9	Nada Akrobin (2019) skripsi UIN Yogyakarta	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri (Studi kasus pada nasabah Bank Syariah Mandiri di kota Yogyakarta)	Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dan sama-sama membahas tentang Service Excellent terhadap kepuasan nasabah	Perbedaan dari penelitian ini terletak pada focus penelitian yaitu pengaruh bukti fisik, jaminan, kehandalan/kemampuan, daya tanggap/tindakan, empati/perhatian, sikap, penampilan, dan tanggung jawab terhadap nasabah
10	Shoufi Rahma Dianti (2019) skripsi UIN Sultan Syarif Kasim Riau	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Galeri Investasi Syariah-BEI Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Suska Riau	Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan menyebarkan kuisisioner/angket	Perbedaannya terletak pada objek penelitiannya yaitu bertempat di Galeri Investasi Syariah-BEI Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau

B. Kajian Teori

Kajian teori berisi tentang pemahaman teori yang dijadikan sebagai bahan 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.⁵²

1. Kualitas Pelayanan

a. Pemahaman Tentang Kualitas Pelayanan

Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan pada usaha yang dijalankan jangan memberikan yang buruk dan tidak berkualitas, melainkan harus yang baik dan berkualitas kepada pelanggan. Seperti dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah (2): 267

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا اَخْرَجْنَا لَكُمْ
مِّنَ الْاَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِاَخٰذِيْهِ اِلَّا اَنْ
تُغْمِضُوْا فِيْهِ ۗ وَاَعْلَمُوْا اَنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ حَمِيْدٌ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan

⁵² Tim Revisi Buku, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 39.

yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima.⁵³ Dalam sumber ini dijelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi konsumen. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan suatu perusahaan itu ialah seberapa jauh ia dapat memenuhi harapan para pelanggannya.

Dengan adanya persamaan titik tolak dan tujuan dalam konsep layanan kepada pelanggan (customer service), kepedulian kepada pelanggan (customer care), dan pelayanan prima (service excellent), maka dapat kita simpulkan, bahwa yang paling penting dalam memberikan layanan terbaik bagi pelanggan harus berorientasi kepada kepentingan para pelanggan, sehingga memungkinkan kita mampu memberikan kepuasan yang optimal.

Upaya memberikan layanan yang terbaik ini dapat diwujudkan apabila kita dapat menonjolkan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab yang baik dan terkoordinasi.

⁵³ A.S Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia* (Bandung: PT. Bumi Aksara, 2008). 27

Jadi keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada penyelarasan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab dalam pelaksanaannya.

b. Standar kualitas pelayanan

Ada lima dimensi yang harus dipenuhi dalam pelayanan menurut Zeithaml, Parasuraman dan Berry, yaitu *tangible*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *emphaty*.⁵⁴ Kelima dimensi tersebut disebut juga dengan dimensi *service quality (SERVQUAL)*, dimana kelimanya dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah dengan metode *SERVQUAL*. Sehingga dari kelima dimensi tersebut memiliki peran dalam mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah.

1) *Tangible* (Bukti langsung)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.⁵⁵

2) *Reliability* (Kehandalan)

Adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus

⁵⁴ A.S Moenir, *ibid*, 31.

⁵⁵ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 148.

sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3) *Responsiveness* (Daya tanggap)

Adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4) *Assurance* (Jaminan)

Adalah pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

5) *Emphaty* (Empati)

Adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

2. Kualitas Produk

a. Pemahaman Tentang Kualitas Produk

Setiap organisasi (baik profit maupun non profit) didirikan dengan tujuan-tujuan tertentu, di antaranya meraih laba, mendapatkan

pangsa pasar spesifik, mempertahankan eksistensi, meraih tingkat penjualan tertentu, mencapai tingkat pertumbuhan tertentu, memberikan pelayanan sosial, dan sebagainya. Dalam rangka merealisasikan tujuan tersebut, organisasi atau produsen berupaya menghasilkan suatu produk (baik yang bersifat konkrit maupun abstrak) yang kemudian ditawarkan kepada pasar individual maupun organisasional.⁵⁶

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk juga dapat didefinisikan sebagai serangkaian atribut *tangible* dan *intangible*, termasuk manfaat atau utilitas fungsional, sosial, dan psikologis.⁵⁷

Produk merupakan pandangan pertama bagi konsumen dalam membeli karena dapat dipastikan bahwa konsumen akan menyukai suatu barang yang menawarkan kualitas, kinerja, dan pelengkap inovatif yang terbaik. Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil yang lebih dari yang diharapkan.

Orang akan memuaskan keinginan dan kebutuhannya melalui suatu produk. Pengertian produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.

Produk mencakup lebih dari sekedar barang-barang yang berwujud.

⁵⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andy Offset,2002), 56.

⁵⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Prenhallindo,2000), 355.

Dalam arti luas produk meliputi obyek-obyek fisik, jasa, acara, orang, tempat, organisasi, ide, atau bauran-bauran entitas ini.⁵⁸

Produk yang dipasarkan merupakan senjata yang sangat bagus dalam memenangkan persaingan apabila memiliki mutu atau kualitas yang tinggi. Sebaliknya produk yang mutunya rendah akan sukar untuk memperoleh citra dan para konsumen. Oleh karena itu produk yang dihasilkan harus diusahakan agar tetap bermutu baik.⁵⁹

b. Tingkatan Produk

Produk dapat dibagi menjadi beberapa tingkatan berdasarkan manfaat penggunaannya, antara lain:

- 1) Inti produk (cover benefit), yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk.
- 2) Produk dasar (basic product), yaitu bentuk dasar dari suatu produk yang dapat dirasakan panca indera.
- 3) Produk yang diharapkan (expected product), yaitu serangkaian atribut-atribut produk dan kondisi-kondisi yang diharapkan oleh pembeli pada saat mereka membeli suatu produk.
- 4) Produk yang ditingkatkan (augmented product), yaitu sesuatu yang membedakan antara produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing.

⁵⁸ Philip Kotler dan Armstrong, *prinsip-prinsip pemasaran edisi ke-12* (Jakarta: Erlangga, 2006), 266.

⁵⁹ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: BPFEE, 1997), 139.

- 5) Produk potensial (potential product), yaitu mencakup semua kemungkinan tambahan dan transformasi yang mungkin dialami sebuah produk atau penawaran di masa depan.

Dalam dunia perbankan di mana produk yang dihasilkan berbentuk jasa, maka ciri-ciri produk yang berbentuk jasa adalah sebagai berikut:

- 1) Tidak berwujud, artinya tidak dapat dirasakan atau dinikmati sebelum jasa tersebut dibeli atau di konsumsi. Oleh karena itu, jasa tidak memiliki wujud tertentu sehingga harus dibeli dahulu.
- 2) Tidak terpisahkan, artinya antara si pembeli jasa dengan si penjual jasa saling berkaitan satu sama lainnya, tidak dapat dititipkan melalui orang lain.
- 3) Beraneka ragam, artinya jasa dapat di perjual belikan dalam berbagai bentuk atau wahana seperti tempat, waktu, atau sifat.
- 4) Tidak tahan lama, artinya jasa tidak bisa disimpan begitu saja, jika dibeli maka harus segera di konsumsi.

c. Dimensi Produk

Ada delapan dimensi kualitas produk yang dikembangkan dan dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan strategis dan analisis.⁶⁰

Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk manufaktur antara lain meliputi:

- 1) Kinerja (*Performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti (core product) yang dibeli.

⁶⁰ Fandy Tjiptono, *ibid*, 59.

- 2) Ciri-ciri atau Keistimewaan tambahan (*Features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- 3) Keandalan (*Reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- 5) Daya Tahan (*Durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
- 6) Kemampuan Pelayanan (*Serviceability*), meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
- 7) Estetika (*Aesthetics*), yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
- 8) Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

3. Kepuasan Nasabah

a. Pemahaman Tentang Kepuasan Nasabah

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

sangat puas atau senang. Penilaian pelanggan atas kinerja produk tergantung pada banyak faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan sebuah merek. Konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk dengan merek yang sudah mereka anggap positif.⁶¹

b. Model kepuasan pelanggan

Pada dasarnya tujuan sebuah bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang puas. Sejalan dengan itu, berbagai upaya telah dilakukan untuk menyusun rangka teoretikal guna menjelaskan determinan, proses pembentukan, dan konsekuensi kepuasan pelanggan. Secara garis besar, riset-riset kepuasan pelanggan didasarkan pada tiga teori utama: *contrast theory*, *assimilation theory*, dan *assimilation-contrast theory*.

Contrast theory berasumsi bahwa konsumen akan membandingkan kinerja produk actual dengan ekspektasi pra-pembelian. Apabila kinerja actual lebih besar atau sama dengan ekspektasi, maka pelanggan akan puas. Sebaliknya, jika kinerja actual lebih rendah dibandingkan ekspektasi, maka konsumen akan tidak puas.

Assimilation theory menyatakan bahwa evaluasi purnabeli merupakan fungsi positif dan ekspektasi konsumen pra-pembelian. Karna proses dikonfirmasi secara psikologis tidak enak dilakukan, konsumen cenderung secara perseptual mendistorsi perbedaan antara

⁶¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Surabaya:Erlangga,2008), 139.

ekspektasi dan kinerjanya ke arah ekspektasi awal. Dengan kata lain, penyimpangan dan ekspektasinya cenderung akan diterima oleh konsumen bersangkutan.

Assimilation contrast-theory berpegangan bahwa terjadinya efek asimilasi (*assimilation effect*) atau efek kontras (*contrast effect*) merupakan fungsi dari tingkat kesenjangan antara kinerja yang diharapkan dan kinerja actual. Apabila kesenjangannya besar, konsumen akan memperbesar gap tersebut, sehingga produk dipersiapkan jauh lebih bagus/buruk dibandingkan kenyataannya (sebagaimana halnya *contrast theory*). Namun, jika kesenjangannya tidak terlampau besar, *assimilation theory* yang berlaku. Dengan kata lain, jika rentang deviasi yang bisa diterima (*acceptable deviations*) dilewati, maka kesenjangan antara ekspektasi dan kinerja akan menjadi signifikan dan di situlah efek kontras berlaku.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan.⁶² Yaitu:

1) Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini,

⁶² Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 149.

kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah di benak konsumen.

2) Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan terutama dibidang jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk perusahaan.⁶³

3) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas produk, tetapi dari nilai sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merk tertentu.

4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

⁶³ Rambat Lupiyoadi, *ibid*, 150.

5) Biaya

Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu, harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Konsumen yang puas akan setia lebih lama, dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

d. Standar kepuasan

Pihak yang paling mampu mengungkapkan kepuasan atas produk, baik barang atau jasa, hanyalah para pelanggan sendiri, karena merekalah yang mengkonsumsinya. Dalam menentukan standar kepuasan, pihak perusahaan pembuat produk atau pembentuk jasa hanya akan mampu memperkirakan, mereka-reka, dan mencoba mengarahkan produk barang atau jasanya ke arah kepuasan konsumen berdasarkan tanggapan pelanggan di masa lalu yang di dapat dari hasil riset/penelitian.

Pelaksanaan penelitian kepuasan pelanggan biasanya ditujukan untuk meneliti tingkat kepuasan pelanggan, antara lain:

- 1) Mengukur kepuasan pelanggan atas kemudahan didapatnya barang atau jasa (menyangkut kelancaran distribusi atau penyebaran)
- 2) Mengukur kepuasan pelanggan melalui kualitas barang atau jasa
- 3) Mengukur kepuasan pelanggan melalui nilai barang atau jasa

- 4) Mengukur kepuasan berdasarkan keyakinan pelanggan atau produk yang digunakannya dibandingkan dengan produk lainnya.

e. Strategi kepuasan pelanggan

Penelitian empiris membuktikan bahwa strategi pangsa pasar dan strategi kepuasan pelanggan berkaitan erat. Keduanya akan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Meskipun demikian, ada perbedaan diantara kedua strategi tersebut. Meraih dan meningkatkan pangsa pasar merupakan strategi ofensif, di mana kegagalan dan kesuksesannya dievaluasi terutama melalui hubungannya dengan para pesaing. Sedangkan meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun rintangan beralih merupakan strategi defensif, yang kesuksesan dan kegagalannya dievaluasi melalui perubahan pada *customer retention*.

Strategi kepuasan pelanggan menyebabkan para pesaing harus berusaha keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut pelanggan sebuah perusahaan spesifik. Satu hal yang perlu diperhatikan disini adalah bahwa kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia.

IAIN JEMBER

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sekilas Sejarah

Diawali oleh keprihatinan KH. Nawawi Thoyib (Alm) pada tahun 1993 akan maraknya praktek-praktek rentenir di desa Sidogiri. Maka beliau mengutus beberapa orang untuk mengganti hutang masyarakat tersebut dengan pola pinjaman tanpa bunga dan Alhamdulillah program tersebut bisa berjalan hampir 4 tahun meskipun masih terdapat sedikit kekurangan dan praktek rentenir masih belum punah. Pada akhirnya seluruh tim pendiri sepakat untuk mendirikan Koperasi BMT yang diberi nama Baitul Mal wat-Tamwil Masalahah Mursalah lil Ummah Pasuruan disingkat BMT MMU.

Setelah koperasi BMT MMU berjalan selama dua tahun, maka banyak masyarakat madrasah diniyah yang mendapat bantuan guru dari Pondok Pesantren Sidogiri lewat Urusan Guru Tugas (UGT) mendesak dan mendorong untuk didirikan koperasi dengan skop yang lebih luas yakni skop Koperasi Jawa Timur, juga ikut mendorong berdirinya koperasi itu adalah para Alumni Pondok Pesantren Sidogiri yang berdomisili di luar Kabupaten Pasuruan. Maka pada tanggal 22 Juni 2000 diresmikan dan dibuka satu unit Koperasi BMT UGT Sidogiri di Jalan Asem Mulyo 48 C Surabaya.

Pada tanggal 08 Mei 2011 dibukalah cabang dan diresmikanlah BMT UGT Sidogiri Capem Jatiroto. Para alumni yang ada di Yosowilangun yang bertekad untuk memperluas cabang BMT UGT Sidogiri maka dengan atas izin Allah dan para pengurus cabang pembantu Lumajang maka terbentuklah BMT UGT Sidogiri Capem Jatiroto. Maka dengan kepercayaan yang telah diberikan oleh para pengurus kepada para karyawan yang ditunjuk dan yang telah diberi pembekalan dalam merintis koperasi jasa keuangan syariah (KJKS) BMT UGT Sidogiri dengan tekad dan kerja keraslah dapat memberikan kepercayaan dan pelayanan yang baik kepada para nasabah hingga saat ini, dengan modal awal 200 juta dapat mengembangkan BMT UGT Sidogiri tersebut dalam bentuk pembiayaan, tabungan dan deposito. Walaupun banyak sekali saingan yang ada, tetapi BMT UGT Sidogiri Capem Jatiroto tidak akan menyerah dan terus berjuang demi kemaslahatan masyarakat di dunia dan di akhirat.

Berdirinya BMT itu juga untuk pemberdayaan kepada para alumni pondok pesantren Sidogiri. Uniknya para alumni bukan background ekonomi, tapi background di kitab kuning. Maka tingkat SDM mereka terbilang masih belum mampu untuk mengelola keuangan. Tapi kenapa UGT memprioritaskan para alumni karena prinsip yang dipegang UGT adalah jujur dan amanah. Sedang sifat jujur dan amanah tersebut sudah diyakini dan dimiliki oleh orang jebolan pesantren Sidogiri. Jika prinsip seseorang jujur dan amanah meskipun tidak mempunyai kapasitas SDM

yang bagus, paling tidak uang tidak akan hilang, jadi tetap mendapatkan kepercayaan.

Untuk SDM UGT terus berupaya untuk meningkatkan melalui pelatihan-pelatihan, seperti mendatangkan dari pihak perbankan, dosen, dari praktisi pemerintah untuk membekali pengelola-pengelola UGT. Seperti pelatihan analisa pembiayaan, bagaimana menganalisa seseorang apakah dia layak diberi pembiayaan atau tidak. Pelatihan pengelolaan uang, pelatihan bagaimana penagihan, sekiranya tetap terkesan sopan, pelatihan service excellent, bagaimana pelayanan yang bagus kepada masyarakat. Pelatihan akuntansi, pelatihan menganalisa laporan keuangan apakah aman dan bagaimana kedepannya. Pelatihan strategi pemasaran, karakteristik produk, cara pengembangannya dan lain sebagainya.

2. VISI dan MISI

a. Visi

- 1) Membangun dan mengembangkan ekonomi umat dengan landasan syariah islam dan mewujudkan budaya ta'awun dalam kebaikan dan ketakwaan di bidang sosial ekonomi.

b. Misi

- 1) Menetapkan dan memasyarakatkan syariat islam dalam aktifitas ekonomi
- 2) Menanamkan pemahaman bahwa sistem syariah di bidang ekonomi adalah adil, mudah dan maslahah
- 3) Meningkatkan kesejahteraan umat dan anggota

- 4) Melakukan aktifitas ekonomi dengan budaya STAF (Siddiq/benar, Tabligh/komunikatif, Amanah/dipercaya, Fathonah/professional).

3. Perkembangan Usaha Koperasi

a. Asset

Dari modal simpanan pokok sebesar Rp. 200.000.000,- (Dua Ratus Juta Rupiah) Desember 2011 berkembang menjadi Rp. 708.758.144,- (Tujuh Ratus Delapan Juta Tujuh Ratus Lima Puluh Delapan Seratus Empat Puluh Empat Rupiah) dan Desember 2012 sebesar Rp. 1.335.871.958,72,- (Satu Milyar Tiga Ratus Tiga Puluh Lima Juta Delapan Ratus Tujuh Puluh Satu Ribu Sembilan Ratus Lima Puluh Delapan Koma Tujuh Puluh Dua Rupiah).

b. Kewajiban modal

Modal penyertaan sebesar Rp. 200.000.000,- pada tabungan beserta deposito sebesar Rp. 497.148.541,63,- pada tahun 2011 dan tahun 2012 sebesar Rp. 1.075.259.907,59,-.

c. Laba/Rugi

Sampai dengan bulan Desember 2011 KJKS BMT UGT Sidogiri Capwm Jatiroto sudah memperoleh laba sebesar Rp. 11.626.595.70,; (sebelas juta enam ratus dua puluh enam ribu lima ratus Sembilan puluh lima koma tujuh puluh rupiah), dan pada bulan Desember 2012 sebesar Rp. 60.614.051,13,- (ena puluh juta enam ratus empat belas ribu lima puluh satu koma tiga belas rupiah).

d. Rata-rata bagi hasil

Untuk rata-rata bagi hasil yang akan ditawarkan kepada nasabah adalah berdasarkan sharing, walaupun tetap memperhatikan dan mempertimbangkan harga beli pasar dengan mengacu standart Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) juga kebutuhan dana koperasi.

e. Teknologi Informasi

Untuk sistem informasi yang digunakan oleh KJKS BMT UGT Sidogiri adalah program online. Cara kerja kasir (*Teller*) dan administrasi pembiayaan.

4. Struktur Organisasi



5. Kegiatan Umum Perusahaan

Mengenai kegiatan pada umumnya di KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto dalam setiap harinya yaitu:

- a. Disetiap OPENING khususnya di KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto wajib membaca do'a bersama demi diberikannya

kelancaran, kemudahan dan keselamatan dalam menjalani aktifitas pekerjaan di setiap bidangnya masing-masing.

- b. Mengisi absensi kehadiran.
- c. Melakukan transaksi dari tabungan, pembiayaan, angsuran dan penarikan serta memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah.
- d. Bagi AOSP & AOSP melakukan penarikan angsuran pada nasabah yang sudah jatuh tempo dan yang macet, juga menarik tabungan bagi nasabah yang tertentu di dalam maupun di luar pasar.
- e. AOSP & AOSP menyetorkan hasilnya kepada teller dan teller yang memasukkan data pemasukan kas dan dicetak validasi.
- f. Apabila semua laporan kas masuk dan keluar sudah selesai atau *balance* serta waktu sudah menunjukkan ja tutup baru teller akan mencetak laporan kas masuk dan keluar setiap harinya di akhir hari, laporan tersebut ditulis dan juga dicopy ke flashdisk untuk menghindari terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan.
- g. Di setiap CLOSING akhir hari di KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto wajib membaca doa bersama demi kelancarannya rejeki bagi nasabah-nasabah dan anggotanya dalam berkerja setiap harinya.

6. Ruang Lingkup Usaha KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto

Di KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto memiliki beberapa produk, yaitu:

a. Produk Simpanan

1) Tabungan Umum Syariah

Tabungan yang setoran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat sesuai kebutuhan anggota. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah mudharabah musytarakah, dengan nisbah 70% dan anggota 30%.

2) Tabungan Haji

Tabungan umum berjangka untuk membantu keinginan anggota melaksanakan ibadah haji. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah mudharabah musytarakah, dengan nisbah 50% dan anggota 50%.

3) Tabungan Umrah

Tabungan umum berjangka untuk membantu keinginan anggota melaksanakan ibadah umrah. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah mudharabah musytarakah, dengan nisbah 60% dan anggota 40%.

4) Tabungan Hari Raya Idul Fitri

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

5) Tabungan Pendidikan

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

6) Tabungan Kurban

Tabungan umum berjangka untuk membantu dan memudahkan anggota dalam merencanakan ibadah kurban dan aqiqah. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah mudharabah mustaraka, dengan nisbah 60% dan anggota 40%.

7) Tabungan Tarbiyah

Tabungan umum berjangka untuk keperluan pendidikan anak dengan jumlah setoran bulanan tetap (installment) dan dilengkapi dengan asuransi. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah mudharabah mustaraka, dengan nisbah 75% dan anggota 25%.

8) Tabungan Berjangka

Tabungan berjangka yang setoran dan penarikannya berdasarkan jangka waktu tertentu. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah mudharabah musytarakah dengan nisbah tertentu sesuai jangka waktu yang dipilih oleh anggota.

9) Tabungan MDA Berjangka Plus

Tabungan berjangka khusus dengan manfaat asuransi santunan kesehatan secara gratis. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah mudharabah musytarakah dengan nisbah 50% dan anggota 50%.

10) Tabungan Masa Depan

Tabungan umum berjangka untuk membantu merencanakan keuangan masa depan dengan fasilitas gratis perlindungan asuransi. Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah mudharabah musytarakah dengan nisbah 35% anggota dan 65% BMT.

b. Produk Pembiayaan

1) UGT GES (Gadai Emas Syariah)

Fasilitas pembiayaan dengan agunan berupa emas, ini sebagai alternative memperoleh uang tunai dengan cepat dan mudah. Akad yang digunakan akad rahn bil ujah.

2) UGT MUB (Modal Usaha Barokah)

Fasilitas pembiayaan modal kerja bagi anggota yang mempunyai usaha mikro. Akad yang digunakan adalah akad yang berbasis bagi hasil (mudharabah/musyarakah) atau jual beli (murabahah).

3) UGT MTA (Multi Guna Agunan)

Fasilitas pembiayaan tanpa agunan untuk memenuhi kebutuhan anggota. Akad yang digunakan adalah akad yang

berbasis jual beli (murabahah) atau berbasis sewa (ijarah & kafalah).

4) UGT KBB (Kendaraan Bermotor Barokah)

Fasilitas pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor.

Akad yang digunakan adalah akad yang berbasis jual beli (Murabahah).

5) UGT PBE (Pembelian Barang Elektronik)

Fasilitas pembiayaan yang ditujukan untuk pembelian barang elektronik. Akad yang digunakan adalah akad yang berbasis jual beli (Murabahah) atau akad Ijarah Mumtahiyyah Bittamlik.

6) UGT PKH (Pembiayaan Kafalah Haji)

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 Kafalah bil Ujrah dan Wakalah bil Ujrah.

7) UGT MJB (Multi Jasa Barakah)

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 atau hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan Syariah Isla. Akad yang digunakan adalah akad yang

berbasis jual beli dan sewa (Bai' al Wafa atau Bai' dan IMBT) atau berbasis sewa (Ijarah atau Rahn Tasjil).

8) UGT MGB (Multi Griya Barokah)

Pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (consumer), baik baru maupun bekas, di lingkungan developer, atau membangun rumah atau renovasi rumah. Akad yang digunakan adalah akad yang berbasis jual beli (Murabahah, Bai' Maushuf Fiddhimmah atau Isthisna') atau multi akad (murabahah dan ijarah paralel).

9) UGT MPB (Modal Pertanian Barokah)

Fasilitas pembiayaan untuk modal usaha pertanian. Akad yang digunakan adalah akad yang berbasis jual beli (Murabahah) atau multi akad (Murabahah dan Ijarah Paralel atau Bai' al Wafa dan Ijarah).

B. Penyajian Data

1. Karakteristik Responden

a. Deskripsi profil responden berdasarkan jenis kelamin

Responden yang telah diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 192 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 3.1
Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	94	49 %
2	Perempuan	98	51 %
	Jumlah	192	100 %

Sumber: Data diolah dari hasil kuisioner

Berdasarkan tabel 3.1 diatas, menyatakan bahwa dari 192 responden. Jumlahnya hampir sama, namun lebih didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 98 responden, sedangkan jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 94 responden.

b. Deskripsi profil responden berdasarkan usia

Responden yang telah diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 192 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 3.2
Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	Dibawah 20 tahun	9	4,7 %
2	Usia 21-30 tahun	65	33,9 %
3	Usia 31-40 tahun	71	37 %
4	Usia 41-50 tahun	43	22,4 %
5	Usia 50 tahun ke atas	4	2,1 %
	Jumlah	192	100 %

Sumber: Data diolah dari hasil kuisisioner

Berdasarkan tabel 3.2 Terlihat bahwa dari 192 responden, diantaranya terdiri dari responden yang berusia dibawah 20 tahun sebanyak 9 responden, usia 21-30 tahun sebanyak 65 responden, usia 31-40 tahun sebanyak 71 responden, usia 50 tahun ke atas sebanyak 4 responden.

c. Deskripsi profil responden berdasarkan lama menjadi anggota BMT

Responden yang telah diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 192 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 3.3
Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

No	Lama menjadi anggota BMT	Jumlah	Prosentase
1	>1 tahun	31	16,1 %
2	1-2 tahun	68	35,4 %
3	3-4 tahun	78	40,6 %
4	5-6 tahun	12	6,3 %
5	>6 tahun	3	1,6 %
	Jumlah	192	100 %

Sumber: Data diolah dari hasil kuisisioner

Berdasarkan tabel 3.3 diatas, menyatakan bahwa dari 192 responden, lama responden menjadi anggota BMT >1 tahun sebanyak 31 responden, yang lama menjadi anggota BMT 1-2 tahun sebanyak 68 responden, sedangkan dalam waktu 3-4 tahun sebanyak 78 responden, 5-6 tahun sebanyak 12 responden, dan lama menjadi anggota BMT >6 tahun sebanyak 3 responden.

d. Deskripsi profil responden berdasarkan pekerjaan

Responden yang telah diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 192 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 3.4
Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Pegawai negeri sipil	28	14,6 %
2	Pegawai swasta	73	38 %
3	Wiraswasta	45	23,4 %
4	Pelajar/mahasiswa	46	24 %
	Jumlah	192	100 %

Sumber: data diolah dari hasil kuisisioner

Berdasarkan tabel 3.4 diatas, dapat dinyatakan bahwa dari 192 responden, sebanyak 28 responden bekerja sebagai pegawai negeri sipil, sebanyak 73 responden bekerja sebagai pegawai swasta, sebanyak 45 responden bekerja sebagai wiraswasta dan sebanyak 46 responden adalah seorang pelajar/mahasiswa.

C. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

1. Pengujian instrumen data

Sebelum dilakukan pengolahan data dari hasil jawaban kuisisioner (data primer), terlebih dahulu dilakukan uji validitas instrumen yang digunakan agar dapat diketahui kelayakan dari penggunaan butir pertanyaan dalam penelitian. Pengujian instrument tersebut dilakukan dengan bantuan program *SPSS Version 19*.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu.

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df=n-2$ dengan sig 5%. Jika r tabel $<$ r hitung maka valid.⁶⁴ Dalam penelitian ini dapat dihitung besarnya df sebesar $192-2$ atau df sebesar 190. Sehingga hasil uji validitas instrument penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Pertanyaan	Nilai r tabel	Nilai r hitung	Keterangan
x1.1	0,138	0,451	Valid
x1.2	0,138	0,373	Valid
x1.3	0,138	0,348	Valid
x1.4	0,138	0,319	Valid
x1.5	0,138	0,422	Valid
x1.6	0,138	0,382	Valid
x1.7	0,138	0,319	Valid
x1.8	0,138	0,329	Valid
x1.9	0,138	0,446	Valid
x1.10	0,138	0,237	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 19

Tabel 3.5 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki kriteria valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan kriteria r hitung lebih besar dari 0,138.

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Pertanyaan	Nilai r tabel	Nilai r hitung	Keterangan
x2.1	0,138	0,438	Valid
x2.2	0,138	0,484	Valid
x2.3	0,138	0,289	Valid
x2.4	0,138	0,344	Valid
x2.5	0,138	0,389	Valid
x2.6	0,138	0,358	Valid

⁶⁴ V. Wiratna Sujarwenti, *ibid* 192.

x2.7	0,138	0,237	Valid
x2.8	0,138	0,501	Valid
x2.9	0,138	0,399	Valid
x2.10	0,138	0,330	Valid
x2.11	0,138	0,443	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 19

Tabel 3.6 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki kriteria valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan kriteria r_{hitung} lebih besar dari 0,138.

Tabel 3.7
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah

Pertanyaan	Nilai r_{tabel}	Nilai r_{hitung}	Keterangan
y.1	0,138	0,272	Valid
y.2	0,138	0,357	Valid
y.3	0,138	0,260	Valid
y.4	0,138	0,332	Valid
y.5	0,138	0,314	Valid
y.6	0,138	0,302	Valid
y.7	0,138	0,184	Valid
y.8	0,138	0,229	Valid
y.9	0,138	0,263	Valid
y.10	0,138	0,385	Valid
y.11	0,138	0,408	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 19

Tabel 3.7 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki kriteria valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan kriteria r_{hitung} lebih besar dari 0,138.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic *cronbach alpha* (α). suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,60$. Berikut adalah tabel hasil uji reliabilitas:

Tabel 3.8
Hasil Uji Reliabilitas X1
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.260	10

Sumber: data diolah SPSS

Tabel diatas menunjukkan nilai *cronbach alpha* atas variabel kualitas pelayanan sebesar 0,260. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pertanyaan dalam kuisisioner ini reliabel karena mempunyai nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60.

Tabel 3.9
Hasil Uji Reliabilitas X2
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.426	11

Sumber: Data diolah SPSS

Tabel diatas menunjukkan nilai *cronbach alpha* atas variabel kualitas produk sebesar 0,426. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pertanyaan dalam kuisisioner ini reliabel karena mempunyai nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60.

Tabel 3.10
Hasil Uji Reliabilitas Y
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.549	11

Sumber: Data diolah SPSS

Tabel diatas menunjukkan nilai *cronbach alpha* atas variabel kualitas produk sebesar 0,549. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pertanyaan dalam kuisiner ini reliabel karena mempunyai nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60.

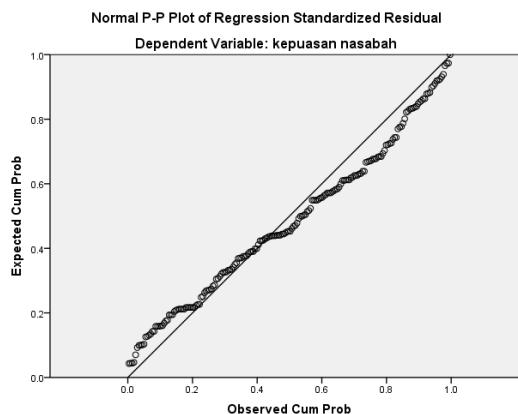
2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independent dan dependent atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Untuk mengetahui bentuk distribusi data dapat menggunakan grafik PP. Plot. Pada grafik PP Plot suatu data akan berdistribusi normal dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan.⁶⁵

⁶⁵ Sugiyono, *ibid*, 254.

Gambar 3.1
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data diolah dengan SPSS 19.0

Pengujian normalitas berdasarkan gambar di atas dapat diketahui data menyebar disekitar garis diagonal dimana mengikuti arah garis diagonal, sehingga pada model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolenieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikoleinearitas adalah nilai *tolerance* > 0,100 atau sama dengan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10.

Tabel 3.11
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Pelayanan	0,775	1.290
Kepuasan Produk	0,775	1.290

a. Dependent Variabel: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah dengan SPSS 19

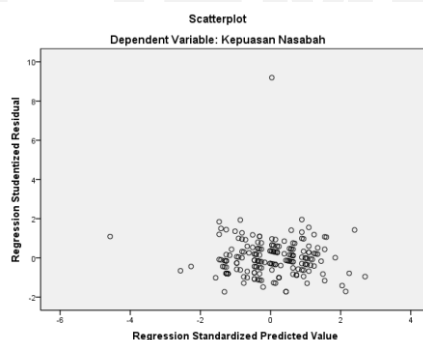
Berdasarkan tabel 3.11 dari hasil uji *Variance Inflation Factor* (VIF) pada hasil output SPSS tabel *coefficients*, masing-masing variabel independen memiliki $VIF < 10$ dan nilai *Tolerance* $> 0,100$. Maka dapat dinyatakan model regresi linear berganda tidak terdapat multikolinieritas antara variabel dependen dengan variabel independen yang lain sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

c. Uji Heteroskedastisitas

Asumsi ini menyatakan bahwa apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan yang lain. jika variansi satu residual satu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Dalam perhitungan melalui SPSS, dasar pengambilan keputusannya adalah:

- 1) Jika ada pola tertentu, titik-titik membentuk pola (melebar, bergelombang, menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 3.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah dari SPSS 19

Pengujian heteroskedastisitas berdasarkan gambar di atas dapat diketahui data menyebar tidak ada pola yang jelas, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan model analisis regresi linear berganda untuk pembuktian hipotesis penelitian. Analisis ini menggunakan input berdasarkan data yang di peroleh dari kuisisioner. Perhitungan statistik yang digunakan dalam analisis linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 19. Hasil pengolahan data penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.12
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.425	5.060		5.223	.000
	kualitas pelayanan	.563	.123	.355	4.570	.000
	kualitas produk	-.056	.097	-.045	-.574	.567

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Data diolah dengan SPSS 19

Berdasarkan tabel 3.12 diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$= 26.425 + 0,563 X_1 - 0,056 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Jatiroto

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Kualitas Produk

A = Konstanta

β_1 = Koefisien-koefisien arah regresi variabel X₁

β_2 = Koefisien-koefisien arah regresi variabel X₂

e = Nilai eror

Adapun maksud dari persamaan regresi linear berganda di atas adalah:

- a) Dari persamaan tersebut diperoleh nilai konstanta sebesar 26.425, menyatakan bahwa nilai konstanta positif yang artinya jika semua variabel bebas (kualitas pelayanan dan kualitas produk) dianggap tidak sama dengan 0 atau mengalami perubahan, maka kepuasan nasabah akan meningkat.
- b) Nilai koefisien kualitas pelayanan (X₁) sebesar 0,563 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X₁) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Artinya, semakin tinggi kualitas pelayanan, maka kepuasan nasabah akan meningkat.

- c) Nilai koefisien kualitas produk (X_2) sebesar $-0,056$ menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X_2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Artinya, semakin tinggi kualitas produk, kepuasan nasabah tidak akan meningkat.

4. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas (kualitas pelayanan dan kualitas produk) terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah) berpengaruh secara parsial atau terpisah. Berikut ini adalah uji t dengan menggunakan SPSS versi 19.

Adapun kriteria keputusannya adalah, jika:

$\text{Sig} < 0,05$ = berpengaruh signifikan (H_a diterima, H_o ditolak).

$\text{Sig} > 0,05$ = tidak berpengaruh signifikan (H_o diterima, H_a ditolak).

Membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} sebagai berikut:

$t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ = berpengaruh signifikan (H_a diterima, H_o ditolak)

$t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ = tidak berpengaruh signifikan (H_a diterima, H_o ditolak)

adapun nilai t tabel dalam penelitian ini adalah 1,652 nilai tersebut didapatkan dari $df = n - 2 = 192 - 2 = 190$ dengan signifikansi 0,05.

Tabel 3.13
Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	26.425	5.060		5.223	.000

kualitas	.563	.123	.355	4.570	.000
pelayanan					
kualitas produk	-.056	.097	-.045	-.574	.567

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Data diolah dengan SPSS 19

Menurut hasil uji t (parsial) dari tabel diatas, pada variabel kualitas pelayanan (X_1) didapatkan nilai t hitung 4,570 dengan signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($4,570 > 1,652$) dan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dikatakan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

Sedangkan untuk variabel kualitas produk (X_2), didapatkan nilai t hitung sebesar -0,574 dengan signifikansi sebesar 0,567. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari r tabel ($-0,574 < 1,652$) dan signifikansi $0,567 > 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa H_2 ditolak dan H_0 diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

b. Uji F (Simultan)

Analisis uji f pada dasarnya menunjukkan apakah variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Berikut ini adalah

uji f dengan menggunakan SPSS version 19. Adapun kriteria keputusannya adalah:

Jika $\text{sig} < 0,05$ = berpengaruh signifikan (H_a diterima, H_o ditolak)

Jika $\text{sig} > 0,05$ = tidak berpengaruh signifikan (H_o diterima, H_a ditolak).

Membandingkan f_{hitung} dan f_{tabel} sebagai berikut:

$F_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ = berpengaruh signifikan (H_a diterima, H_o ditolak)

$F_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$ = tidak berpengaruh signifikan (H_o diterima, H_a ditolak).

Adapun nilai f tabel dalam penelitian ini adalah 2,65. Nilai tersebut didapatkan dari $df = n - k = 192 - 3 = 189$ (penyebut). Nilai k merupakan jumlah variabel bebas dan terikat. Berikut ini adalah hasil pengujian dengan menggunakan SPSS:

Tabel 3.14
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	240.754	2	120.377	12.076	.000 ^a
	Residual	1883.949	189	9.968		
	Total	2124.703	191			

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Data diolah dengan SPSS 19

Berdasarkan uji f di atas, didapatkan nilai f hitung sebesar 12,076 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena f hitung lebih besar dari f tabel ($12,076 > 2,65$) dengan nilai signifikansi sebesar

0,000<0,05. Maka H_3 diterima dan H_0 ditolak yang berbunyi bahwa ada pengaruh dari variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terdapat pengaruh terhadap kepuasan nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Jatiroto.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Bahwa R^2 disebut sebagai koefisien determinasi yakni dalam regresi menggambarkan besarnya kemampuan suatu variabel x menjelaskan variabel y sebagai variabel terikat.⁶⁶ Nilai koefisien determinasi yang besar menunjukkan bahwa regresi tersebut mampu dijelaskan secara besar pula.

Pada intinya koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen sangat terbatas. Untuk menunjukkan nilai koefisien determinasi pada output SPSS dinyatakan dengan nilai *Adjusted R Square* pada tabel *model summary*.

⁶⁶ Widayat, *ibid* 174.

Tabel 3.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.337 ^a	.113	.104	3.15721

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

Sumber: Data diolah dengan SPSS 19

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diatas dapat dilihat bahwa nilai *Adjust R Square* 10,4 Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk mampu mempengaruhi kepuasan nasabah dengan nilai sebesar 10,4 sedangkan sisanya sebesar 89,6% ($100\% - 10,4 = 89,6\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini. Seperti kepercayaan nasabah, pembiayaan, fasilitas, marketing mix, lokasi dan lain sebagainya

D. Pembahasan

1. Analisis dan Interpretasi Secara Parsial

a. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan uji t dilihat dari tabel 3.13 kualitas pelayanan terdapat pengaruh terhadap kkepuasan nasabah. Hal tersebut terbukti dengan hasil perhitungan *SPSS 19*. Dimana nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000, karena nilai signifikan 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_0 yang berbunyi tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah ditolak dan H_1 yang berbunyi ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah diterima.

Berdasarkan dari analisis dan interpretasi diatas dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial terdapat pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Daniatul Karimah dalam skripsinya pada tahun 2016, yaitu variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁶⁷

Jadi hasil analisis diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto di Era Pandemi. Hal ini disebabkan nasabah dapat melihat bahwa kualitas pelayanan bagus di mata nasabah dan mempengaruhi kepuasan nasabah di KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto di Era Pandemi.

b. Kualitas produk terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan uji t dilihat dari tabel 3.13 bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut terbukti dengan hasil perhitungan *SPSS 19*. Dimana nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,567, karena nilai signifikansi 0,05 ($0,567 > 0,05$) maka H_0 yang berbunyi tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah diterima dan H_2 yang berbunyi ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah ditolak.

⁶⁷ Daniatul Karomah, *Pengaruh Pelayanan Prima Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwang* (Skripsi: IAIN JEMBER, 2016).

Berdasarkan analisis dan interpretasi diatas dapat dikatakan bahwa kualitas produk secara parsial tidak dapat pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Leli Martiyani 2018 yaitu variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.⁶⁸

Jadi hasil analisis di atas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sehingga KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto harus meningkatkan kualitas produk agar anggota merasa puas.

c. Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan

Berdasarkan hasil uji f dapat dilihat (3.14) kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut terbukti dengan perhitungan *SPSS 19*, dimana nilai signifikansi lebih kecil dari pada 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_3 yang berbunyi ada pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah diterima.

Berdasarkan pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah ialah sebesar 10,4% dari hasil uji koefisien determinasi. Sisanya sebesar 89,6% ialah dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

⁶⁸ Leli Martiyani, *Implementasi Fungsi Pelayanan Prima dan Kualitas Produk Pada Nasabah Di BMT Walisongo Semarang* (SKRIPSI:UIN Wali Songo Semarang:2018).

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nada Akrobin pada tahun 2017, yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah bank syariah mandiri.⁶⁹

Jadi hasil analisis di atas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk sama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto di Era Pandemi.



⁶⁹ Nada Akrobin, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri (Studi kasus pada nasabah Bank Syariah Mandiri di kota Yogyakarta)* (SKRIPSI: UIN Yogyakarta, 2019).

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut terbukti dengan hasil perhitungan *SPSS 19*, dimana nilai signifikansi sebesar 0,000, karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan analisis dan interpretasi di atas dapat dikatakan bahwa tingkat kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut terbukti dengan hasil perhitungan *SPSS 19*, dimana nilai signifikansi sebesar 0,567, karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Berdasarkan analisis dan interpretasi di atas dapat dikatakan bahwa tingkat kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. Berdasarkan hasil uji f (simultan), dapat dilihat bahwa signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 dibawah 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berbunyi terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah BMT Ugt Sidogiri Capem Jatiroto, sehingga

dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk sama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto.

Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah ialah sebesar 10,4% dari hasil uji koefisien determinasi. Sisanya sebesar 89,6% ialah dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

B. SARAN

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

1. Kepada perusahaan perlu memperhatikan serta mempertahankan kualitas pelayanan dan kualitas produk serta juga faktor-faktor lain yang nantinya akan mempengaruhi terhadap kepuasan nasabah dan berdampak positif bagi nasabah serta bagi pihak KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto khususnya di era pandemic ini.
2. Saran untuk peneliti selanjutnya penelitian ini dapat dijadikan bahan rujukan untuk menulis penelitian selanjutnya, dan peneliti selanjutnya bisa menggunakan variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini. Seperti Kepercayaan nasabah, pembiayaan, fasilitas, marketing mix, lokasi dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akrobin, N. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah* Adawiyah, A. J. (2018). *Implementasi Kualitas Pelayanan Oleh Customer Service Pada BMT Bismillah Sukorejo*. Skripsi:Uin Walisongo Semarang.*Bank Syariah Mandiri*. Skripsi:UIN Yogyakarta.
- Amstrong, P. K. (2006). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi ke-12*. Jakarta: Erlangga.
- Andi, D. P. (2017). *Panduan Praktis Oleh Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Penelitian Praktik*. Jakarta.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Buku, T. R. (2017). *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* . Jember.
- Chandra, F. T. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Darmawan, D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dkk, D. P. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan* . *Administrasi Bisnis*, 37 .
- Gitosudarmo, I. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFEE.
- Hadi, S. (2004). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Handoko, H. T. (2002). *Manajemen Edisi Kedua Cetakan Ketiga Belas*. Yogyakarta: BPFEE.
- Karomah, D. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi*. Skripsi:IAIN JEMBER.
- Keller, P. K. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Surabaya: Erlangga.
- Khatimah, H. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah*. Skripsi Universitas Negeri Alauddin Makasar.
- Khusaini, A. (2016). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di SPA Club Arena Yogyakarta*. Skripsi:UIN Sunan Kalijaga.

- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Martiyani, L. (2019). , *Implementasi Fungsi Pelayanan Prima dan Kulaitas Produk Pada Nasabah Di BMT Walisongo Semarang* . Skripsi:UIN Yogyakarta.
- Moenir, A. (2008). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Bandung: PT. Bumi Aksara.
- Morissan. (2015). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Prenada Media.
- Mowen. (1995). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Pustaka Ilmu.
- Nazir. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor.
- Prayogi, G. (2018). *Analisis Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Kereta Penumpang Ditinjau Dari Persepektif Ekonomi Islam*. Skripsi:UIN Raden Intan Lampung.
- Purwanto, S. (2011). *Statistika Untuk Keuangan Ekonomi dan Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Putrianingsih, A. (2018). *Implementasi Servise Excellent Pada BMT Madani Sepanjang Sidoarjo*. Skripsi:UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Rahayu, R. S. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi:UIN Salatiga.
- Roisiya. (2018). *Pengaruh Kulaitas Pelayanan Pada Bank Syariah Mandiri KCP Balung*. Skripsi:IAIN JEMBER.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* . Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (1997). *Total Quality Service*. Yogyakarta: Gramedia.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widayat. (2004). *Penelitian Pemasaran*. Malang: UMM.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurul Fathiatur Rizqi
NIM : E20161157
Podi/Jurusan : Perbankan Syariah/Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut : IAIN Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto**” adalah hasil penelitian/karya sendiri.

Bagian atau data tertentu yang saya peroleh dari perusahaan atau lembaga dan/atau saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai kaidah penulisan karya ilmiah.

Jember, 04 Maret 2021

Saya yang menyatakan



Nurul Fathiatur Rizqi
NIM. E20161157

MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Rumusan Masalah	Hipotesis
Kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Jatiroto	Kualitas Pelayanan (X₁)	<ul style="list-style-type: none"> a. Bukti langsung (<i>Tangibles</i>) b. Keandalan (<i>Reliability</i>) c. daya tanggap (<i>Responsiveness</i>) d. jaminan (<i>Asurance</i>) e. empati (<i>Empathy</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Data primer yaitu <ul style="list-style-type: none"> a. Angket 2. Data Sekunder yaitu <ul style="list-style-type: none"> a. Dokumentasi b. Buku c. Internet d. Dan sumber tertulis lainnya 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Penelitian pendekatan kuantitatif 2. Jenis penelitian analisis deskriptif 3. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling 4. Analisis data <ul style="list-style-type: none"> a. Uji instrument data b. Uji asumsi klasik c. Analisis regresi linier berganda d. Uji hipotesis 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto? 2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jatiroto? 3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah? 	<p>H_a: Terdapat pengaruh antar kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.</p> <p>H₀: Tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.</p>
	Kualitas Produk (X₂)	<ul style="list-style-type: none"> a. Kinerja (<i>Performance</i>) b. Keistimewaan tambahan (<i>Features</i>) c. Keandalan (<i>Reliability</i>) d. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>Conformance</i>) e. Daya tahan (<i>Durability</i>) f. Kemampuan pelayanan (<i>Serviceability</i>) g. Estetik (<i>Aesthetics</i>) h. Kualitas yang dipersepsikan (<i>Perceived quality</i>) 				
	Kepuasan Nasabah (Y)	<ul style="list-style-type: none"> a. Kualitas produk b. Kualitas pelayanan c. Emosional d. Harga e. Biaya 				


Jurnal Kegiatan Penelitian

Di BMT UGT SIDOGIRI Capem Jatiroto

Tanggal	Kegiatan	Paraf
15 September 2020	Menyerahkan proposal penelitian dan surat izin penelitian	
12 & 15 Oktober 2020	Menyebarkan kuisisioner	
23 & 26 November 2020	Menyebarkan kuisisioner	
15 Desember 2020	Meminta surat keterangan selesai penelitian	

Jatiroto, 15 Desember 2020

Kepala Capem


M. SHOLEHUDDIN



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

Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.in-jember.ac.id – e-mail : info@iain-jember.ac.id

J E M B E R

Nomor : B- 515 /In.20/7.a/PP.00.9/09/2020
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan BMT UGT Sidogiri Capem Jatiroto

di-

TEMPAT.

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak pimpinan untuk memberikan izin penelitian Skripsi dengan identitas Mahasiswa sebagai berikut :

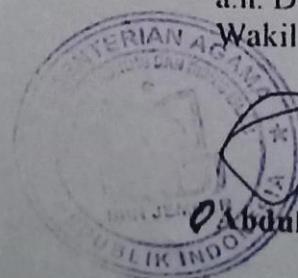
Nama Mahasiswa : Nurul Fathiatur Rizqi
NIM : E20161157
Semester : VIII
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
No Telpon : 083119479421
Dosen Pembimbing : Hersa Farida Qoriani, S.Kom.,M.E.I
NIP : 1198611292018012001
Judul Penelitian : PENGARUH SERVICE EXCELLENT DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH BMT UGT SIDOGIRI (STUDI KASUS PADA NASABAH BMT UGT SIDOGIRI CAPEM JATIROTO)

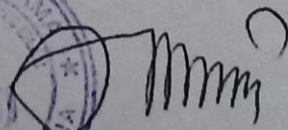
Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Jember, 15 September 2020

a.n. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik




Abdul Rokhman



KOPERASI SIMPAN PINJAM SYARIAH
BMT UGT SIDOGIRI INDONESIA
Usaha Gabungan Terpadu



SURAT KETERANGAN PENELITIAN

No: 65/SK.P/UGT/XII/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. SHOLEHUDDIN
Jabatan : Kepala Capem
Perusahaan : BMT UGT SIDOGIRI JATIROTO
Alamat : Jln. Jagalan Timur Pasar Jatiroto

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Nurul Fathiatur Rizqi
NIM : E20161157
Fakultas / Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar-benar telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsinya yang berjudul: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH BMT UGT SIDOGIRI CAPEM JATIROTO”**

Sejak tanggal 15 September 2020 sampai dengan tanggal 15 Desember 2020, dan telah pula membahas materi hasil penelitiannya dengan kami.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan seperlunya.

Jatiroto, 15 Desember 2020

Kepala Capem



M. SHOLEHUDDIN

Profil Responden

1. Nama :
2. Email :
3. Usia :
 - a. 17-25 tahun
 - b. Usia 26-30 tahun
 - c. Usia 31-40 tahun
 - d. <40 tahun
4. Jenis kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
5. Pekerjaan :
 - a. PNS
 - b. Pegawai Swasta
 - c. Wiraswasta/pedagang
 - d. Pelajar/mahasiswa
6. Lama menjadi anggota BMT
 - a. >1 tahun
 - b. 1-2 tahun
 - c. 3-4 tahun
 - d. 5-6 tahun
 - e. <6 tahun

Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Anggota mendapat layanan yang komunikatif selama menggunakan jasa BMT					
2	Setiap pelayanan jasa BMT terakses oleh customer service					
3	Anggota menilai sikap yang ditunjukkan oleh para karyawan memiliki sikap yang komunikatif					
4	Perilaku karyawan sangat sopan dalam menawarkan jasa BMT					
5	Anggota senang dengan perilaku yang ramah dan tertarik dalam menawarkan jasa BMT					
6	Anggota tertarik dengan berbagai penjelasan produk yang disampaikan dengan perilaku yang baik					
7	Karyawan terampil dalam memasarkan produk					
8	Karyawan memahami dan mengerti kebutuhan anggota					
9	Karyawan ahli dalam menunjukkan keunggulan jasa BMT					
10	Kondisi ruangan terasa sangat nyaman dikarenakan suhu di ruangan BMT tidak panas					

Variabel Kualitas Produk (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Produk tabungan di BMT sesuai dengan kebutuhan					
2	Produk tabungan di BMT terjamin keamanannya					
3	BMT mempunyai produk tabungan yang beragam, menarik dan inovatif					
4	Produk tabungan di BMT berbeda dengan produk tabungan di LKS lain					
5	Nisbah bagi hasil di BMT saling menguntungkan					
6	Produk tabungan di BMT sesuai dengan syariah					
7	Produk pembiayaan di BMT sesuai dengan kebutuhan					
8	Produk pembiayaan di BMT terjamin keamanannya					
9	BMT mempunyai produk pembiayaan yang beragam, menarik dan inovatif					
10	Produk pembiayaan di BMT berbeda dengan produk pembiayaan di LKS lain					

Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

No	Disiplin Kerja	SS	S	N	TS	STS
1	Pelayanan yang diberikan karyawan sesuai dengan harapan					
2	Saya sangat senang dengan para pegawai koperasi karena sangat ramah dan cepat dalam melayani					
3	Pelayanan di BMT sangat baik dan memuaskan					
4	Menurut penilaian saya BMT sudah memberikan layanan terbaik bagi anggota					
5	Anggota yakin keamanan menyimpan uang di BMT					
6	Pihak manajemen BMT memahami tipe fasilitas kebutuhan yang di inginkan anggota					
7	Suasana di BMT sesuai dengan yang anggota harapkan					
8	Sosialisasi karyawan kepada anggota sangat baik					
9	Pegawai BMT sangat ramah dalam melayani anggota					
10	Fasilitas yang ada di koperasi sangat lengkap sehingga anggota akan menggunakan jasa BMT kembali					
11	Karyawan tidak mempersulit ketika anggota hendak melakukan transaksi					



No	Kualitas Pelayanan										total x1
	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	x1.9	x1.10	
1	5	3	3	5	5	4	4	5	4	4	42
2	5	4	5	4	4	5	4	5	3	3	42
3	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	45
4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
5	4	3	3	5	4	4	4	4	5	4	40
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
9	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	43
10	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	37
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	44
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
21	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	45
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	4	4	4	4	4	6	4	4	4	4	42
25	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	2	2	3	3	3	4	3	5	3	5	33
28	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
34	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	40
35	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
36	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	46
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
38	4	5	5	4	4	3	3	4	3	4	39
39	4	4	5	3	5	4	4	5	4	4	42
40	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
41	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	45
42	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	43
43	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	46
44	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	45
45	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	45

46	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42
47	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
48	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	44
49	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	45
50	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
51	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	44
52	4	5	5	5	4	4	4	5	3	5	44
53	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	43
54	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	42
55	4	4	4	5	4	3	5	5	4	4	42
56	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	42
57	4	4	4	5	4	5	3	3	5	4	41
58	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	43
59	4	5	5	4	4	3	3	4	4	5	41
60	4	5	3	5	4	3	4	5	3	5	41
61	4	5	3	5	4	3	5	4	4	5	42
62	4	4	2	5	3	4	4	5	4	5	40
63	5	4	3	4	5	3	4	5	4	4	41
64	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
65	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	44
66	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	43
67	4	5	5	5	4	4	4	3	3	4	41
68	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	42
69	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	42
70	5	4	4	4	4	4	5	5	3	3	41
71	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
72	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
73	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	45
74	4	4	5	4	4	4	4	5	3	3	40
75	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	42
76	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	41
77	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	44
78	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	44
79	5	5	5	5	3	5	4	5	4	4	45
80	4	5	4	4	4	3	4	3	4	5	40
81	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	47
82	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	45
83	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
84	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	43
85	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
86	4	5	5	4	4	3	4	5	5	4	43
87	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	45
88	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	42
89	4	4	4	5	4	3	5	4	3	5	41
90	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
91	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	45
92	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	41

93	5	4	4	5	5	3	4	5	5	4	44
94	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	43
95	4	4	4	5	4	3	5	4	5	4	42
96	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	42
97	5	4	5	4	5	3	4	5	5	4	44
98	5	4	5	3	4	4	4	5	4	3	41
99	4	4	5	4	4	3	5	5	4	5	43
100	4	5	5	4	5	3	4	4	5	5	44
101	4	5	5	5	4	3	4	5	5	4	44
102	4	5	5	5	4	4	5	4	5	3	44
103	5	4	3	4	4	5	4	5	4	5	43
104	4	5	5	4	4	3	4	5	5	3	42
105	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	43
106	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	44
107	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	42
108	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	44
109	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
110	5	4	4	5	5	4	4	5	3	4	43
111	4	5	5	4	3	3	4	5	4	4	41
112	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
113	4	5	5	4	4	3	5	4	3	4	41
114	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	43
115	4	5	5	5	5	3	4	3	4	5	43
116	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	44
117	5	3	4	5	4	4	4	5	4	5	43
118	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	44
119	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	43
120	5	5	3	5	4	4	4	5	5	4	44
121	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	41
122	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	42
123	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	46
124	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	45
125	4	5	4	5	4	3	4	3	4	5	41
126	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	45
127	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	45
128	5	4	4	5	5	5	3	3	4	4	42
129	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	45
130	5	4	4	5	4	3	4	5	4	5	43
131	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
132	4	5	4	5	3	3	4	5	4	5	42
133	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	45
134	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	43
135	5	4	5	4	3	3	4	3	4	5	40
136	5	4	5	4	3	3	4	4	5	5	42
137	4	5	5	4	3	3	4	5	4	5	42
138	4	5	4	5	6	4	5	6	4	5	48
139	5	4	4	5	3	3	4	3	4	5	40

140	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	44
141	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	44
142	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	45
143	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	45
144	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	45
145	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	44
146	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
147	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	44
148	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	44
149	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
150	4	4	5	5	4	3	5	4	5	3	42
151	4	5	5	4	3	4	4	5	4	5	43
152	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	41
153	5	4	5	4	4	5	3	4	5	4	43
154	4	5	5	4	5	4	4	3	4	5	43
155	5	5	4	3	4	4	4	5	4	2	40
156	4	5	4	3	4	5	3	4	5	4	41
157	4	5	5	4	3	4	4	5	5	4	43
158	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
159	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	41
160	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	40
161	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	42
162	4	4	5	4	3	4	4	5	4	3	40
163	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	42
164	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	47
165	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	44
166	4	5	5	4	4	5	5	5	5	3	45
167	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	44
168	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	45
169	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	45
170	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	45
171	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
172	5	4	4	5	5	5	5	3	5	5	46
173	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	46
174	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	46
175	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
176	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	44
177	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	45
178	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	44
179	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	45
180	5	5	5	3	5	5	4	3	5	5	45
181	5	5	5	5	3	5	4	5	5	3	45
182	5	4	5	5	5	5	3	4	4	5	45
183	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	43
184	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	45
185	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	45
186	5	5	5	4	4	4	5	5	3	5	45
187	5	5	5	3	5	4	5	5	5	4	46
188	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	44
189	5	4	4	4	5	5	3	5	5	3	43
190	4	4	5	5	4	4	5	5	3	4	43
191	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	42
192	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	46

Kualitas Produk											total x2
x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7	x2.8	x2.9	x2.10	x2.11	
2	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	43
4	3	4	4	3	5	4	3	2	3	3	38
4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	46
3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	43
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	43
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
3	3	3	5	4	3	4	3	4	4	4	40
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	43
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	45
4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	43
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
3	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	47
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	5	5	3	2	3	3	3	5	3	4	40
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	45
4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	45
5	4	3	3	3	4	4	4	5	5	4	44
4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	40
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	48
4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	48
4	4	5	4	5	5	4	3	3	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
3	3	4	3	4	4	3	3	3	5	5	40
3	3	4	4	5	4	5	3	3	4	4	42
5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	51

4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	46
4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	48
4	4	5	5	5	3	3	4	4	5	5	47
4	5	5	4	4	5	3	5	4	5	5	49
4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	46
4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	46
4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	50
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	46
4	3	3	4	4	5	5	4	4	5	4	45
4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	47
4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	47
3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	42
5	5	4	3	4	4	5	3	5	4	3	45
3	4	4	3	4	4	5	3	4	4	3	41
3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	42
3	4	5	3	4	5	4	3	4	4	3	42
3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	42
3	4	5	5	4	4	5	3	4	5	5	47
5	5	4	4	3	3	4	4	4	5	4	45
4	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4	44
5	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	44
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	48
4	5	4	4	4	5	3	3	4	5	4	45
5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	48
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	46
3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	44
5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	48
4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	48
3	4	5	3	4	4	5	3	4	5	3	43
4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	48
3	3	4	3	4	3	5	4	5	5	5	44
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54
3	4	5	3	4	4	5	3	4	5	4	44
5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	52
4	4	5	4	3	4	3	4	3	5	4	43
5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	50
5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	47
4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	49
3	4	4	4	5	3	4	4	5	4	5	45
3	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	48
4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	46
3	4	5	4	5	3	5	4	5	3	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	45
4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	47
5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	48

3	4	5	5	4	4	5	3	4	5	3	45
5	5	4	4	5	4	4	4	3	3	5	46
3	4	5	5	4	3	4	4	5	4	5	46
3	5	4	5	5	4	5	3	4	5	5	48
3	5	4	3	5	5	4	5	5	5	5	49
3	4	5	4	5	4	5	4	4	5	3	46
3	4	5	4	5	5	4	3	5	4	5	47
3	4	5	5	4	4	5	3	4	5	4	46
3	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	47
3	4	5	5	4	4	5	3	4	4	5	46
5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	4	49
3	4	5	4	5	3	4	4	5	4	5	46
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	47
4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	5	46
4	3	4	3	4	5	5	4	4	4	5	45
4	4	5	4	5	4	4	4	3	5	5	47
5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	3	49
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	47
3	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	47
4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	48
3	4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	45
4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	49
3	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5	46
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	46
3	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	47
5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	46
4	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	48
5	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	47
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	48
4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	5	47
5	4	3	4	4	5	5	3	5	5	5	48
5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	4	51
3	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	45
5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	50
5	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	46
3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	48
4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	5	44
3	4	3	4	5	4	4	5	4	5	3	44
5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	44
4	4	3	4	4	4	4	5	3	5	4	44
4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	44
4	4	5	4	3	5	5	3	3	5	4	45
3	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	48
3	4	5	5	4	4	5	5	3	4	3	45
4	5	3	4	5	3	5	5	4	4	3	45
3	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	45
5	5	3	5	4	4	5	5	4	4	3	47

4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	43
5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	46
5	5	5	4	5	5	4	3	4	4	5	49
5	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	46
5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	50
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	51
5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	49
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	46
5	5	4	4	4	5	5	4	3	5	4	48
5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	49
4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	47
3	3	4	3	5	3	5	4	5	4	4	43
3	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	51
4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	49
4	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	46
4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	48
4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	3	44
4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	48
4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	45
4	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	48
4	5	5	4	4	5	4	5	4	3	4	47
5	5	4	3	4	5	4	5	4	5	3	47
3	4	4	5	5	3	5	4	4	3	4	44
4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	48
3	3	4	5	5	4	4	3	4	4	5	44
4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	50
5	5	3	5	5	5	3	3	4	5	4	47
5	4	5	5	3	5	3	5	5	4	3	47
4	5	4	5	4	4	4	3	5	5	4	47
5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	51
4	4	5	5	5	4	5	5	4	3	5	49
4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	51
4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	52
4	5	5	3	4	4	5	4	3	5	5	47
4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	50
4	4	4	5	5	4	4	4	5	3	4	46
5	4	4	3	4	5	3	4	5	4	5	46
5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	44
5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	5	51
4	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	51
5	5	5	5	3	5	5	4	5	4	5	51
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	50
5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	51
3	5	3	4	3	5	5	5	3	5	5	46
5	5	4	3	5	5	5	5	4	4	4	49
5	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	47
5	5	2	5	5	5	5	5	5	3	5	50
4	5	5	5	5	4	5	5	3	2	5	48
5	3	5	5	5	3	5	5	5	4	4	49
5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	48
4	5	5	4	5	5	4	4	4	3	5	48
3	4	5	5	5	5	4	4	3	5	5	48
3	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	48

Kepuasan Nasabah											total y
y.1	y.2	y.3	y.4	y.5	y.6	y.7	y.8	y.9	y.10	y.11	
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	43
3	4	4	4	5	5	3	4	3	4	4	76
4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	49
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	44
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	48
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	45
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	50
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	46
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	45
4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	51
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	45
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	5	5	5	5	2	3	5	46
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	46
4	4	3	5	3	4	4	4	4	3	3	41
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	44
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	43
5	5	4	3	3	4	4	5	3	5	3	44
4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	5	47
5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	49
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	45
4	3	5	4	3	5	5	5	3	4	5	46
4	5	5	5	5	4	5	5	3	4	5	50
4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	49

5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	47
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	51
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	53
5	5	3	4	5	5	4	4	5	5	4	49
4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	47
5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	48
4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	4	43
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	48
4	4	5	4	4	4	5	3	5	4	4	46
4	4	4	4	5	3	5	4	3	4	5	45
4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	49
5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	48
5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	49
4	4	5	4	5	4	4	5	3	4	5	47
5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	47
4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	5	47
4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	46
4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	2	45
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	45
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	45
4	4	4	5	4	4	3	5	3	4	4	44
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	45
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	46
5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	47
4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	50
4	5	4	5	3	5	3	5	5	5	4	48
4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	46
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	46
5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	51
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	50
4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	50
5	5	5	4	4	5	4	4	4	3	5	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	47
4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	49
5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	48
4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	47
5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	50
4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	51
4	4	3	5	5	4	4	4	4	5	5	47
3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	46

4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	51
5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	51
4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	50
4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	48
5	4	5	5	4	5	4	4	4	3	5	48
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	53
3	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	50
5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	51
5	3	4	4	5	5	4	5	4	4	5	48
5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	50
3	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	49
4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	49
5	4	5	3	3	4	5	4	5	4	5	47
5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	49
5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	51
5	5	5	5	5	3	4	5	4	5	4	50
4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	49
5	5	3	4	5	4	4	4	5	5	5	49
4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	50
4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	49
5	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	48
3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	47
4	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	47
4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	49
4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	49
4	4	4	5	5	3	5	5	5	4	4	48
4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	49
5	4	5	5	4	4	4	3	5	5	5	49
4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	46
4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	46
5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	48
5	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	47
4	4	5	5	5	4	5	3	3	5	4	47
4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	48
3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	46
4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	48
5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	50
5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	49
5	5	4	5	5	4	5	3	5	4	5	50
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	53
5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	49
5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	52
4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	49
5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	51
5	4	5	4	4	3	4	5	4	5	5	48
4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	51

4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	47
4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	47
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	48
5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	49
4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	46
4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	49
5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	51
4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	49
5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	50
4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	51
4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	5	48
3	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	47
4	5	4	5	3	5	4	5	5	4	4	48
5	4	5	5	5	4	4	3	5	4	5	49
5	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	47
5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	50
4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	48
5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	50
3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	47
4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	5	46
4	5	5	4	3	4	4	4	5	4	4	46
5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	3	48
5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	47
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	45
5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	48
4	3	3	3	5	4	4	5	4	4	4	43
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54
5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	50
5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	50
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	53
3	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	51
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	53
4	5	5	4	4	5	4	5	3	5	5	49
4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	44
4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	49
5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	50
4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	51
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	52
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	52
4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	5	47
5	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5	49
4	5	5	3	5	5	5	3	5	4	4	48
4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	50
5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	50
5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	53
4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	48
4	4	5	3	5	5	4	4	4	4	4	46
5	5	2	5	5	5	5	4	4	5	5	50
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	47
5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	51

BIODATA PENULIS



Nama Lengkap : Nurul Fathiatur Rizqi
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, tanggal lahir : Jember, 12 April 1998
Agama : Islam
Alamat : JL. 45 RT 001 RW 006 Desa Yosorati Kecamatan Sumberbaru
Kabupaten Jember
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Riwayat Pendidikan :

- TK Al-Hafidziyah
- SDN Yosorati 01
- MTs. Zainul Hasan Genggong Probolinggo
- MA Zainul Hasan 1 Genggong Probolinggo
- IAIN JEMBER