

## PENDAHULUAN

Pada era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat, meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing, menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Tujuan dari setiap bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan setiap pelanggan. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan memberikan berbagai manfaat.

Konsep kepuasan pelanggan mutlak diperlukan dalam peta persaingan bisnis yang semakin meningkat tajam, preferensi dan perilaku pelanggan berubah. Teknologi informasi dan mesin transaksi perbankan berkembang dengan cepat mendorong organisasi bisnis untuk lebih fokus menanggapi kepuasan pelanggan untuk menjamin pengembangan bisnis perbankan. Kepuasan pelanggan bergantung persepsi pelanggan. Sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan berkualitas, maka kualitas itu dapat memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dalam perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan secara terus-menerus dapat memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

Di saat bank syariah muncul, persaingan semakin ketat, baik secara nasional maupun internasional. Dalam kondisi semacam ini, para bankir berusaha keras untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan menawarkan berbagai jenis produknya. Dampaknya, nasabah memiliki banyak pilihan, kekuatan tawar-menawar nasabah semakin besar, ini semua menjadi bagian penting dalam mendorong setiap bank menempatkan orientasinya pada kepuasan nasabah sebagai tujuan utamanya. Para bankir pun semakin yakin bahwa kunci sukses untuk memenangkan persaingan terletak pada kemampuannya memberikan total customer value yang dapat memuaskan nasabah melalui penyampaian produk yang berkualitas dengan harga bersaing.<sup>1</sup>

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rahmat Hidayat, dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan, Produk dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri."<sup>2</sup> Hasil penelitian dengan variabel kualitas layanan, produk, dan nilai nasabah tidak berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah tanpa melewati kepuasan nasabah. Hasil ini menunjukkan bahwa seorang akan menjadi loyal harus merasakan kepuasan terlebih dahulu terhadap kualitas layanan ataupun produk yang diberikan oleh pihak perbankan. Berdasarkan penelitian tersebut diambil dari rujukan bahwa kualitas layanan, kualitas produk dan nilai nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kualitas pelayanan yang baik adalah saat perusahaan dapat memberikan pelayanan sesuai permintaan konsumen serta dapat mendengarkan segala bentuk keluhan konsumen dan memberikan reaksi yang positif terhadap keluhan konsumen sehingga tidak menimbulkan persepsi yang tidak baik atau buruk atas kualitas pelayanan yang diberikan. Untuk kompetitif, kualitas layanan dapat dijadikan alat dan sangat berperan serta menentukan apabila dalam terdapat persaingan dalam usaha merebut pasar dalam kegiatan jasa.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Ali Hasan, . "Marketing Bank Syariah", (Bogor:Ghalia Indonesia, 2010), Cet. ke-1, hlm..83.

<sup>3</sup> Rozalayah,"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah",hlm.3

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah kemampuan dalam merencanakan, menciptakan, serta menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi pelanggan. Kualitas pelayanan karyawan sebagai jaminan atas ketersediaan produk, rasa *responsivitas*, biaya administrasi yang lebih hemat, ketetapan waktu memberikan pelayanan dan waktu tunggu yang lebih pendek, kesempurnaan pelayanan, kemampuan menimbulkan kesenangan dan perasaan nyaman bagi konsumen (*economic administrasion cost, lead time to customer delivery, elimination of wast time, and securities to customer*).<sup>4</sup>

Sesuai dengan prinsipnya perbankan syariah diciptakan untuk memberikan produk-produk unggul yang sesuai dengan syariat Islam. Namun, meskipun produk-produk tersebut unggul secara syariah, masih banyak yang meragukan keprofesionalan pelayanannya. Unggul di dalam produk masih belum mencukupi untuk mempertahankan pelanggan. Di dalam masyarakat yang semakin kritis seperti sekarang, selain produk, pelayanan juga mempengaruhi keberlangsungan perusahaan. Kualitas pelayanan yang unggul akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Konsekuensi dari kepuasan pelanggan yang tinggi akan memberikan keuntungan yang tinggi pula bagi perusahaan.

Terkait dengan kualitas pelayanan di bank syariah, banyak kritik dari masyarakat, terutama mengenai penerapan sistem bagi hasil yang diterapkannya. Beberapa di antara mereka masih meragukan kesesuaian bank syariah dengan syariat Islamnya. Selain itu beberapa keluhan pelayanan di bagian *front office* yang terkesan kurang profesional juga banyak dilontarkan di masyarakat. Hal semacam inilah yang harus diselesaikan untuk menjaga loyalitas nasabah yang mengutamakan prinsip syariah sebagai motivator untuk menggunakan bank syariah.<sup>5</sup>

### Kualitas Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang bisa ditawarkan pada produsen untuk diperhatikan, diminta, diminati, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Sedangkan kualitas orang sulit didefinisikan kualitas secara tepat. Kualitas itu sendiri dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa.<sup>6</sup>

Menurut Hansen dan Mowen kualitas adalah kesesuaian terhadap karakter dalam suatu produk atau jasa yang khusus didesain untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Menurut Handoko kualitas adalah suatu kondisi dalam, yang dilihat dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar perusahaan, apakah produk itu bervariasi dan aman sehingga pelanggan tertarik menggunakan produk yang kita tawarkan.

### Kepuasan Pelanggan

Kepuasan nasabah bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai, relatif terhadap harapan pembeli. Jika produk jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembeli tidak terpuaskan tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan, pembeli terpuaskan. Jika kinerja melebihi yang diharapkan, pembeli lebih senang. Pelanggan yang puas akan kembali membeli, dan mereka akan

---

<sup>4</sup>Ali Hasan, "Marketing Bank Syariah", (Bogor:Ghalia Indonesia, 2010), Cet. ke-1, hlm.91

<sup>5</sup>Septin Puji Astuti dkk (ed) "Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Bank Syariah": *Jurnal Manajemen Bisnis*, April-Juli 2009. Vol 2., No 1. <http://journal.irjbs.com> (di akses pada 25 Januari 2017, pukul 13.49)

<sup>6</sup>Oko Sugihartono, "Analisis Pengaruh Citra, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas": Tesis ( Universitas Diponegoro, Studi Kasus Pt. Pupuk Kalimantan,

memberitahu yang lain tentang pengalaman baik mereka tentang produk tersebut. Kuncinya adalah menyesuaikan harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan. Perusahaan yang pintar bermaksud untuk memuaskan pelanggan dengan hanya menjanjikan apa yang dapat mereka berikan, kemudian mereka lebih banyak dari yang mereka janjikan.<sup>7</sup>

Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang dimana mereka menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan. Banyak manfaat yang diterima perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan yang tinggi. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan dan mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatnya reputasi bisnis.<sup>8</sup>

## **BAHAN DAN METODE**

Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang berupa angka-angka atau besaran tertentu yang sifatnya pasti,

Secara spesifik, penelitian ini merupakan penelitian dekskriptif kuantitatif, yaitu untuk menjelaskan dan menggambarkan pengaruh dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen yaitu dengan menganalisis data dengan menggunakan angka. Artinya data yang diambil berasal dari lapangan secara langsung menggunakan koesioner di analisis dengan metode kuantitatif.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden peneliti untuk dijawab. Data diperoleh berdasarkan *Skala Likert*, skala tingkat persetujuan.

Subjek dalam penelitian ini adalah nasabah yang telah tercatat aktif sebagai anggota BMT Artha Sejahtera. Sedangkan yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BMT Artha Sejahtera.

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>9</sup>

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.<sup>10</sup> Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan insidental sampel. Jumlah sampel yang diambil adalah 43.03 dibulatkan menjadi 44 dari nasabah yang aktif melakukan transaksi.

### **Variable Penelitian**

Penelitian ini ada 2 variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen.

Variabel dependen (dependent variable) atau variabel tak bebas adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen nilainya. Dilambangkan dengan Y.

---

<sup>7</sup> Kothler & Armstrong, "*Prinsip-Prinsip Pemasaran*," Bahasa Damos Sihombing, (Jakarta: Erlangga, Jilid 1, Edisi 8, 2001), hlm.13.

<sup>8</sup> Rambut Lupiyoadi & A. Hamdani, "*Manajemen Pemasaran Jasa*," (Jakarta: Salemba Empat, Edisi 2, 2006), hlm.192.

<sup>9</sup> Sugiyono, "*Metedologi Penelitian Bisnis*," (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 389

Variabel independen (independent variabel) atau variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya (terpengaruhnya) variabel dependen. Dilambangkan dengan X.

### **Pengukuran variabel penelitian**

Untuk memudahkan dalam penelitian dapat menggunakan *Skala Likert* pada pengisian kuesioner yang telah disusun dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

Sangat setuju (SS) dengan skor	: 5
Setuju (S) dengan skor	: 4
Netral (N) dengan skor	: 3
Tidak Setuju (TS) dengan skor	: 2
Sangat tidak setuju (STS) dengan skor	: 1

### **Teknik Pengumpulan Data**

Jenis-jenis data tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut :

Penulis akan melakukan penelitian ini dengan menggunakan data primer dengan langsung melakukan observasi peneliti ke lembaga keuangan syaria'ah tersebut dalam hal ini adalah BMT Artha Sejahtera.

Metode pengumpulan data adalah bagian instrument pengumpulan data yang menentukan berhasil tidaknya suatu penelitian. Ada beberapa metode dalam pengumpulan data yaitu:

#### **Studi Pustaka**

Studi pustaka adalah metode untuk memperoleh data dengan mengutip melalui literatur, artikel, jurnal, buku, majalah, koran, dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema penelitian.

#### **Wawancara (interview)**

Wawancara digunakan sebagai teknik untuk pengumpulan data serta melakukan study pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harus diteliti. Wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak terstruktur, yaitu wawancara bebas dimana peneliti harus berpedoman pada garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan serta dilakukan secara langsung tatap muka.

#### **Kuesioner (angket)**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden peneliti untuk dijawab. Data diperoleh berdasarkan *Skala Likert*, skala tingkat persetujuan.

### **Pengolahan Data**

#### **Analisis Deskriptif**

Metode analisis merupakan cara penelitian dalam merumuskan dan menafsirkan data yang diperoleh yang dapat memberikan gambaran relevan mengenai persepsi nasabah tentang pengaruh kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

### **Uji Validitas**

Digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu instrumen pengukuran yang digunakan, artinya mampu mengungkapkan apa yang akan diukur. Suatu instrumen kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan apa yang akan diukur. Mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara : menilai korelasi antara butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel, dan dikatakan valid jika terdapat kuesioner positif.<sup>11</sup>

### Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor ( skala pengukuran). Reliabilitas berbeda dengan validitas karena yang pertama memusatkan perhatian pada masalah konsistensi, sedangkan yang kedua lebih memperhatikan masalah ketepatan. Dengan demikian reliabilitas mencakup 2 hal utama yaitu stabilitas dan konsistensi internal ukuran.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan BMT Artha Sejahtera. Regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, apabila penelitian bertujuan meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan).<sup>12</sup>

### Pengujian Hipotesis

#### Uji-T (persial)

Korelasi parsial digunakan untuk menganalisis bila peneliti bermaksud mengetahui pengaruh atau mengetahui hubungan antara variabel independen dan dependen, dimana salah satu variabel independennya dibuat tetap atau dikendalikan.

#### Uji-F (serentak)

Pengujian signifikan terhadap koefisien korelasi ganda dapat menggunakan rumus uji F. Menggunakan tingkat kesalahan 5% jika F hitung lebih besar dari F tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, jika demikian maka bisa dikatakan signifikan.

### Identifikasi Determinasi ( $R^2$ )

Identifikasi determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengatasi signifikan variabel maka harus dicari identifikasi determinasi ( $R^2$ ). Identifikasi determinasi menunjukkan besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar identifikasi determinasi ( $R^2$ ). Jika identifikasi determinasi ( $R^2$ ) semakin besar (mendekati satu) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan SPSS 22 dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika  $r_{hitung}$  positif dan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pertanyaan tersebut valid.
- 2) Jika  $r_{hitung}$  negatif dan  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pertanyaan tersebut tidak valid
- 3)  $r$  hitung dapat dilihat pada kolom *corrected* item-total correlation.

---

<sup>11 11</sup> Muhamad Sunardi, *Pengaruh Kompensasi dan Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan BMT Beringharjo Yogyakarta*, 2016. Hlm.44

Pada penelitian validitas ini, peneliti menguji 44 responden yang menjadi nasabah tabungan di BMT Artha Sejahtera untuk mengukur apakah alat ukur yang digunakan sudah valid dan mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner.

Pada penelitian ini kuesioner berisi 15 butir pernyataan yang menyangkut variabel bebas yaitu kualitas pelayanan yang terdiri dari 9 pernyataan dan kualitas produk yang terdiri dari 3 butir pernyataan dan variabel terikat yaitu kepuasan nasabah yang terdiri dari 3 butir pernyataan.

Berikut ini adalah tabel validitas Kualitas Pelayanan di BMT Artha Sejahtera sebanyak 9 butir pernyataan.

**Tabel 4.11**  
**Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)**

	Corrected item-total correlation		
	(r hitung)	r tabel	Validitas
Pernyataan 1	0,700**	0,297	Valid
Pernyataan 2	0,607**	0,297	Valid
Pernyataan 3	0,598**	0,297	Valid
Pertanyaan 4	0,736**	0,297	Valid
Pernyataan 5	0,753**	0,297	Valid
Pernyataan 6	0,710**	0,297	Valid
Pernyataan 7	0,698**	0,297	Valid
Pernyataan 8	0,732**	0,297	Valid
Pernyataan 9	0,640**	0,297	Valid

Sumber: olah data (kuesioner) di olah dengan SPSS 22. For windows7

Kolom *corrected item -total correlation* untuk menunjukkan korelasi antara skor item dan total skor item yang digunakan untuk menguji validitas instrumen pada signifikn 5% dengan jumlah 44 responden  $r_{tabel}$  adalah 0,297 pada hasil yang dapat dilihat bahwa nilai *corrected item- total correlation* ( $r_{hitung}$ ) semuanya lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  sehingga dapat disimpulkan ke -9 pernyataan dapat dinyatakan valid.

#### 4.12

### Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,858	9

Sumber: olah data kuesioner di olah dengan SPSS 22. For windows7

Suatu instrumen pernyataan dikatakan reliabel apabila memiliki *cronbach alpha* > 0,60 dengan analisa SPSS diketahui nilai *cronbach alpha* sebesar 0,858 oleh karena 0,858 > 0,60 dinyatakan data tersebut reabil.

#### 4.13

### Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

#### Correlations

		X.1	X.2	X.3	Kualitas Produk
X.1	Pearson Correlation	1	,627**	,429**	,816**
	Sig. (2-tailed)		,000	,004	,000
	N	44	44	44	44
X.2	Pearson Correlation	,627**	1	,575**	,896**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	44	44	44	44
X.3	Pearson Correlation	,429**	,575**	1	,789**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000		,000
	N	44	44	44	44
Kualitas Produk	Pearson Correlation	,816**	,896**	,789**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	44	44	44	44

R hitung terletak pada "*person corelation*" untuk menunjukkan korelasi antara skor item dan skor total item yang digunakan untuk menguji validitas instrumen. Pada signifikan 5% dengan jumlah 44 sampel  $r_{tabel}$  adalah 0,297 sedangkan  $r_{hitung}$  untuk semua pernyataan lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa ke-3 pernyataan dapat dikatakan valid.

Berikut ini adalah tabel uji reliabilitas kualitas produk di BMT Artha Sejahtera sebanyak 3 butir pernyataan.

Tabel 4.14

Reliabilitas Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,782	3

Sumber : olah data koesiner diolah dengan SPSS 22. For windows 7

Suatu instrumen pernyataan dikatakan reliabel apabila memiliki *cronbach alpha* > 0,60 dengan analisa SPSS diketahui nilai *cronbach alpha* sebesar 0,782 oleh karena itu 0,782 > 0,60 dinyatakan data tersebut reliabel.

Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Nasabah

Berikut ini adalah tabel validitas kepuasan nasabah di BMT Arha sejahtera sebanyak 3 butir pernyataan :

Tabel 4.15

Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Kepuasan Nasabah
Y.1	Pearson Correlation	1	,433**	,539**	,793**
	Sig. (2-tailed)		,003	,000	,000
	N	44	44	44	44
Y.2	Pearson Correlation	,433**	1	,582**	,810**
	Sig. (2-tailed)	,003		,000	,000
	N	44	44	44	44
Y.3	Pearson Correlation	,539**	,582**	1	,868**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	44	44	44	44
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	,793**	,810**	,868**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	44	44	44	44

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

Sumber : olah data ( koesioner) di olah dengan SPSS. 22 For windows 7

Dari tabel di atas  $r_{hitung}$  terletak pada kolom total "person corelation" untuk menunjukkan korealsi antara skor item dengan total skor item yang digunakan untuk menguji validitas instrumen. Pada signifikan 5% dengan jumlah sampel sebanyak 44,

$r_{\text{tabel}}$  adalah 0,297 sedangkan  $r_{\text{hitung}}$  untuk semua pernyataan lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  sehingga dapat disimpulkan bahwa ke-3 pernyataan tersebut dapat dikatakan valid.

**Tabel 4.16**

**Uji Reabilitas Kepuasan Nasabah**

Cronbach's Alpha	N of Items
,764	3

Sumber : olah data koesioner di olah dengan SPSS 22. For windows 7

Suatu instrumen pernyataan dikatakan reliabel apabila memiliki *cronbach alpha* > 0,60 dengan analisa SPSS diketahui nilai *cronbach alpha* sebesar 0,764 oleh karena itu 0,764 > 0,60 dinyatakan data tersebut reliabel.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yang terdiri dari variabel kualitas pelayanan, kualitas produk terhadap variabel terikat yaitu kepuasan nasabah BMT Artha Sejahtera.

Persamaan regresi adalah

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Analisis regresi linier sederhana dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 22 For windows 7, yang terlihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.17**

**Uji Regresi Linier Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,393	2,202		1,541	,131
	Kualitas Pelayanan	,190	,062	,440	3,082	,004
	Kualitas Produk	,192	,127	,217	1,518	,137

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : olah data koesioner di olah dengan SPSS 22. For windows 7

Berdasarkan hasil pengolahan data seperti terlihat dalam tabel 4.17 pada kolom kedua (*unstandardized coefficients*) bagian B pada  $Y = 3,393 + 0,190X_1 + 0,192X_2$

baris pertama diperoleh model persamaan regresi linier adalah sebagai berikut :

Dimana

$$Y = \text{Kepuasan Nasabah}$$

a = Nilai Konstanta

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Kualitas Produk

b = Koefesien Regresi

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut :

- Nilai konstanta (a) adalah 3,393 jika variabel kualitas layanan dan kualitas produk dianggap sama dengan nol, maka variabel kepuasan nasabah sebesar 3,393
- Jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan satu poin, sementara variabel kualitas produk dianggap tetap, maka akan menyebabkan kenaikan variabel kepuasan nasabah sebesar 0,190
- Jika variabel kualitas produk mengalami kenaikan satu poin, sementara variabel kualitas pelayanan dianggap tetap, maka akan menyebabkan kenaikan variabel kepuasan nasabah sebesar 0,192

### Uji T hitung ( Uji Secara Parsial)

$T_{hitung}$  bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Hasil uji ini pada output SPSS dapat dilihat pada tabel *coefficients*.

Ho:  $b_i = 0$

Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kepuasan nasabah

Ha :  $b_i \neq 0$

Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kepuasan nasabah.

Dengan kriteria pengambilan keputusan:

Ho diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

Ha diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

**Tabel 4.18**

### Uji Secara Parsial

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,393	2,202		1,541	,131
Kualitas Pelayanan	,190	,062	,440	3,082	,004
Kualitas Produk	,192	,127	,217	1,518	,137

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

**Sumber : olah data koesioner dengan SPSS 22 For windows 7**

Pada tabel 4.18 dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk faktor kualitas pelayanan (X1) adalah 3,082 dengan nilai tingkat signifikan 0,004 dan  $t_{hitung}$  untuk faktor kualitas produk (X2) adalah 1,518 Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan jika uji  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $\alpha = 5\%$  bernilai positif. Maka secara parsial variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat atau hipotesis diterima.

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa :

- Variabel kualitas pelayanan didapatkan nilai 3,082 > 1,683 dan nilai koefisien signifikan 0,004 (kurang dari 5%) artinya kualitas pelayanan berpengaruh

terhadap kepuasan nasabah dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah khususnya produk tabung di BMT Artha Sejahtera. Dengan nilai koefisien dan  $t_{hitung}$  adalah positif sehingga kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

- b. Variabel Kualitas Produk (X2) didapatkan  $1,518 < 1,683$  dan nilai koefisien signifikan  $0,137$  (lebih dari 5%) artinya kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dengan nilai koefisien dan  $t_{hitung}$  adalah negatif sehingga kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah karena produk yang berkinerja buruk, tidak sesuai dengan harapan konsumen, akan menyebabkan kekecewaan konsumen sehingga konsumen tidak puas dan ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja produk yang diharapkan.<sup>13</sup> Menurut pengamatan saya dilapangan bahwa nasabah di BMT Artha Sejahtera banyak yang tidak mengetahui produk-produk apa saja di BMT Artha Sejahtera pada waktu saya melakukan wawancara dengan nasabah mereka hanya mengikuti apa yang disarankan marketing pada saat pembukaan rekening tabungan.<sup>14</sup>

Dari hasil uji T, nilai  $t_{hitung}$  pada variabel kualitas pelayanan lebih besar dari nilai  $t_{hitung}$  pada kualitas produk, berarti nasabah lebih puas dengan kualitas pelayanan dibandingkan dengan produk tabungan di BMT Artha Sejahtera cabang Bantul dari hasil nilai uji t.

#### Uji Simultan dengan F Statistik (ANOVA)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen dan bebas dimasukkan dalam modal mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat).

**Tabel 4.19**

#### Uji F (ANOVA)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	27,107	2	13,554	9,783	,000 <sup>b</sup>
Residual	56,802	41	1,385		
Total	83,909	43			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

**Sumber : olah data koesioner dengan SPSS 22 For windows 7**

Pada tabel 4.19 dapat dilihat hasil signifikan uji F kualitas pelayanan dan kualitas produk adalah sebesar 0,000. Hasil uji tersebut dibawah nilai alpha 0,05, kemudia nilai F hitung sebesar 9,783 sedangkan nilai F tabel 3,22 berdasar kan uji hipotesis jika ( $F_{hitung} > F_{tabel}$ ) maka  $H_a$  diterima  $H_o$  ditolak maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dan simultan antara variabel independen

<sup>13</sup>Nasutin,M.N, "Total Service Management Jasa Terpadu "(Bogor: Ghalia Indonesia,2004),hlm.40.

<sup>14</sup> Observasi, BMT Artha Sejahtera Bantul Tgl 7 mei 2017.

(kualitas pelayanan dan kualitas produk) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah).

### Uji Determinan ( $R^2$ )

Nilai  $R^2$  mempunyai nilai interval dari 0 sampai 1 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ), semakin besar  $R^2$  mendekati 1, semakin baik pula model regresi tersebut. Semakin mendekati 0 maka variabel independen secara serentak tidak dapat menjelaskan variabilitas dari variabel dependen nilai  $R^2$  dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.20**

### Uji Determinan ( $R^2$ )

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,568 <sup>a</sup>	,323	,290	1,17703

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Dari hasil statistik diperoleh koefisien determinasi  $R^2 = 0,323$  yang berarti 32,3% dari variabel terikat (dependen) dapat dijelaskan oleh variasi variabel bebasnya (independen), sedangkan sisanya 67,7% dijelaskan oleh variasi variabel lain di luar penelitian ini.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### KESIMPULAN

Berdasarkan analisa dengan bantuan program SPSS 22, hasil evaluasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk tabungan terhadap Kepuasan Nasabah pada BMT Artha Sejahtera sebagai berikut :

- 1) Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) berdasarkan hasil uji T hitung (3,082) lebih besar dari T tabel ( 1,683) dengan angka tingkat signifikannya sebesar 0,004.
- 2) Kualitas Produk (X2) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) berdasarkan hasil uji T hitung ( 1,518) lebih kecil dari T tabel (1,683) dengan angka tingkat signifikannya sebesar (0,137).
- 3) Secara serentak, kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) berdasarkan hasil uji F hitung (9,783) lebih besar dari F tabel (3,22) dengan tingkat signifikan 0,000.

### SARAN

- 1) Bagi perusahaan sebaiknya BMT Artha Sejahtera lebih memperkenalkan lagi produk-produk yang ada di BMT Artha Sejahtera khususnya produk tabungan karena pada saat melakukan penelitian dan saat ditanya produk yang ada di BMT Artha Sejahtera nasabah belum paham apa saja produk-produk yang ada khususnya produk tabungan.
- 2) Bagi penelitian yang akan datang sebaiknya mengembangkan variabel independen tidak hanya "kualitas pelayanan dan kualitas produk dalam mempengaruhi kepuasan nasabah.
- 3) Bagi penelitian yang akan datang bisa menggunakan metode lain seperti kualitatif dan tidak terpaku pada penelitian metode kuantitatif saja.

Bagi penelitian yang akan mendatang sebaiknya peneliti tidak hanya terpaku dalam satu tempat saja tetapi bisa dua tempat atau lebih agar hasil yang di dapatkan

## DAFTAR PUSTAKA

Ali Hasan, .*"Marketing Bank Syariah"*, (Bogor:Ghalia Indonesia, 2010), Cet. ke-1, hlm..83.

Rozaliyah,"*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah*"  
Ali Hasan, ".*Marketing Bank Syariah*", (Bogor:Ghalia Indonesia, 2010), Cet. ke-1, hlm.91

Septin Puji Astuti dkk (ed) "*Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Bank Syariah*": *Jurnal ManajemenBisnis*, April-Juli 2009. Vol 2., No 1. <http://journal.irjbs.com>( di akses pada 25 Januari 2017, pukul 13.49)

Rambut Lupiyoadi & A. Hamdani, "*Manajemen Pemasaran Jasa*," (Jakarta: Salemba Empat,`Edisi 2, 2006), hlm.192.

Sugiyono, "*Metedologi Penelitian Bisnis*", (Bandung: Alfabeta,2010), hlm. 389

Muhamad Sunardi, *Pengaruh Kompensasi dan Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan BMT Beringharjo Yogyakarta, 2016.*

Nasutin,M.N, "*Total Service Management Jasa Terpadu*" (Bogor: Ghalia Indonesia,2004),hlm.40.

Observasi, BMT Artha Sejahtera Bantul Tgl 7 mei 2017.