

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH (Studi Kasus Pada KSPPS BMT TUMANG Cabang Boyolali)

¹⁾Sri Lestari, ²⁾Listyowati Puji Rahayu, ³⁾Unna Ria Safitri

¹⁾Fakultas Ekonomi Universitas Boyolali
Jln. Pandanaran No.405 Boyolali

²⁾Fakultas Ekonomi Universitas Boyolali
Jln. Pandanaran No.405 Boyolali

³⁾Fakultas Ekonomi Universitas Boyolali
Jln. Pandanaran No.405 Boyolali

e-mail: srilestari0797@gmail.com¹⁾, Listyowatipujirahayu63@gmail.com²⁾, unnaria68@gmail.com³⁾

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota, untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan pelayanan terhadap loyalitas anggota, dan untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan dan kepuasan anggota secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas anggota. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan metode survey untuk mendapatkan data primer. Analisis data dalam penelitian ini meliputi analisis asumsi klasik, uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien determinasi, uji F, uji t, dan uji koefisien korelasi. Dari data yang diperoleh, selanjutnya dianalisis data menggunakan *software* SPSS 26. Hasil analisis penelitian menyatakan bahwa setiap butir pernyataan di instrumen penelitian yang digunakan adalah valid dan reliabel. Hasil uji asumsi klasik menjelaskan data yang terkumpul terdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas, terjadi autokorelasi, dan tidak terjadi heterokedasitas. Hasil uji t menyatakan bahwa kualitas pelayanan ($t_{tabel} > t_{hitung} = 3,409 > 1,984$) dan kepuasan nasabah ($t_{tabel} > t_{hitung} = 2,250 > 1,984$) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil uji F menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara serentak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah ($F_{tabel} > F_{hitung} = 36,904 > 3,98$).

Kesimpulan dari penelitian antara lain kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah ($t_{tabel} > t_{hitung}$), kepuasan nasabah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah ($t_{tabel} > t_{hitung}$), kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara serentak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah ($F_{tabel} > F_{hitung}$).

Kata kunci : BMT, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze service quality on member loyalty, to determine and analyze service satisfaction on member loyalty, and to determine and analyze service quality and member satisfaction jointly affect member loyalty. This research is a quantitative research that uses a survey method to obtain primary data. Data analysis in this study includes classical assumption analysis, validity test, reliability test, coefficient of determination test, F test, t test, and correlation coefficient test. From the data obtained, then analyzed the data using SPSS26 software. The results of the research analysis state that each statement item in the research instrument used is valid and reliable. The results of the classical assumption test explain that the data collected is normally distributed, there is no multicollinearity, there is autocorrelation, and there is no heteroscedasticity. The results of the t test state that service quality ($t_{table} > t_{count} = 3,409 > 1,984$) and customer satisfaction ($t_{table} > t_{count} = 2,250 > 1,984$) partially have a significant effect on member loyalty. The results of the F test state that service quality and customer satisfaction simultaneously have a significant effect on member loyalty ($F_{table} > F_{count} = 36.904 > 3.98$)

The conclusions from the research include that service quality partially has a significant effect on member loyalty ($t_{table} > t_{count} = 3,409 > 1,984$), customer satisfaction partially has a significant effect on

member loyalty ($t_{table} > t_{count} = 2,250 > 1,984$), *service quality* and *Customer satisfaction* simultaneously has a significant effect on member loyalty ($F_{table} > F_{count} = 36.904 > 3.98$).

Keywords: BMT, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

1. Pendahuluan

Penggunaan jasa Perbankan di era 4.0 menjadi hal yang tidak asing lagi bagi kita, apalagi bagi masyarakat yang bertempat tinggal di perkotaan. Seiring makin ketatnya persaingan, sehingga makin sulit juga pihak perbankan (Bank Konvensional, Bank Syariah, Lembaga Keuangan Syariah atau disingkat dengan LKS) guna memelihara kesetiaan nasabah supaya tidak pindah ke Bank yang lain. Untuk meningkatkan dan mempertahankan nasabah maka Bank harus menjaga citra yang baik di depan para nasabahnya demi eksistensinya. Hal tersebut mendorong Bank untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan prima dalam menawarkan produk dan jasa untuk menarik minat dan mempertahankan nasabah agar nasabah tetap nyaman.

Kholis dan Mutmainnah (2018:201) menjelaskan bahwa untuk mempertahankan dan meningkatkan nasabah, Bank sebagai sebuah organisasi *intermediary* (penghubung) antara pihak yang kelebihan uang dan pihak yang membutuhkan uang wajib memberikan pelayanan yang prima sehingga pelanggan merasa puas dan tidak salah pilih bank. Kepuasan nasabah merupakan hal yang dapat ditentukan nasabah berdasarkan pelayanan dan penyediaan produk Bank kepada nasabah (Ria Octavia, 2019:36).

Dalam penelitian ini penulis fokus untuk meneliti dan mengamati Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah (LKS) yang dalam hal ini Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Baitul Maal wa Tamwil (BMT) Tumang yang berada di Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah yang sekarang ini mengalami perkembangan yang luar biasa dan signifikan meski dalam kondisi pandemi Covid-19 yang mulai masuk ke Indonesia awal maret 2020 yang lalu.

Perumusan masalah merupakan hal yang penting dalam suatu penelitian, agar dalam suatu permasalahan dalam penelitian disusun secara sistematis dan rinci. Maka penulis menentukan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada KSPPS BMT TUMANG Cabang Boyolali?
- b. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada KSPPS BMT TUMANG Cabang Boyolali?
- c. Apakah kualitas layanan dan kepuasan nasabah berpengaruh positif, terhadap loyalitas nasabah pada KSPPS BMT TUMANG Cabang Boyolali?

Tujuan penelitian antara lain sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan dan kepuasan anggota secara bersama-sama berpengaruh terhadap terhadap loyalitas nasabah.

Adapun Manfaat dari Penelitian ini yaitu:

- a. Hasil penelitian di KSPPS BMT TUMANG Boyolali ini diharapkan bisa menjadi tambahan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama duduk di bangku perkuliahan dan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) yang nantinya akan diterapkan di dunia kerja.
- b. Dengan adanya penelitian semacam ini diharapkan bisa menjadi informasi untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan agar tercapai kepuasan dan loyalitas nasabah di KSPPS BMT TUMANG Boyolali.
- c. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan literatur serta referensi yang dapat dijadikan informasi bagi mahasiswa yang akan meneliti permasalahan yang sama dan kedepan bisa menambah indikator penelitian yang belum ada pada penelitian ini sehingga akan ditemukan pembaharuan atau *novelty* dan bisa menambah perbendaharaan isi perpustakaan di Universitas Boyolali.
- d. Dengan adanya penelitian yang studinya di KSPPS BMT TUMANG ini diharapkan dapat menjadi informasi bagi masyarakat luas mengenai keberadaan KSPPS BMT TUMANG di Boyolali ini.

2. Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

Tinjauan pustaka ini berisi teori tentang penjelasan berbagai teori-teori yang menunjang sebuah penelitian, sehingga teori-teori yang disajikan ini adalah teori-teori yang mendukung atau menjadi landasan pemikiran. Penulis sebagai peneliti ketika pelaksanaan penelitian menemukan tantangan ataupun permasalahan. Beberapa permasalahan yang timbul dalam penelitian ini antara lain kualitas pelayanan, kepuasan anggota, serta loyalitas atau dedikasi para nasabah

2.1 Kualitas Pelayanan

Kasmir (2017:47) mendefinisikan pengertian kualitas pelayanan sebagai tindakan seseorang atau organisasi atau perusahaan untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan atau karyawan. Pada umumnya ketika pelanggan menerima pelayanan sebagaimana yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dikategorikan memuaskan atau baik, sebaliknya ketika pelanggan merasa tidak terpuaskan terhadap pelayanan yang diberikan, kualitas pelayanan dikategorikan jelek atau tidak memuaskan.

Kotler dalam Tjiptono (2016:284) menyatakan terdapat lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa, kelima faktor dominan tersebut diantaranya yaitu berwujud (*tangible*), empati (*empathy*), cepat tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), kepastian (*assurance*), yaitu berupa kemampuan pegawai untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

2.2 Kepuasan Pelayanan

Kepuasan Pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang atau jasa. Artinya apa yang diharapkan dapat dicapai oleh pelanggan sesuai dengan kenyataan. Harapan dengan kenyataan inilah yang akan menentukan tingkat kepuasan pelanggan. (Kasmir, 2017:236).

Hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dilihat dari ukuran atau dimensi kepuasan pelanggan menurut Kotler & Keller (2017:196) antara lain tetap setia, membeli produk yang ditawarkan, merekomendasikan produk, bersedia membayar lebih, memberi masukan, loyalitas anggota. Tjiptono (2016:453-454) menyebutkan bahwa indikator Kepuasan Pelanggan yaitu kepuasan pelanggan menyeluruh, konfirmasi harapan, minat pembelian ulang, ketersediaan untuk merekomendasi, loyalitas pelanggan.

2.3 Loyalitas anggota

Loyalitas adalah sesuatu yang timbul tanpa adanya paksaan tetapi timbul dengan sendirinya. Menurut Giffin yang dikutip oleh Sangadji dan Shopiah (2018:104) mengatakan bahwa loyalitas mengacu pada wujud perilaku unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus atas produk yang dipilih. Sedangkan menurut Tjiptono (2016:393) mengemukakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan untuk kembali melakukan pembelian atas jenis barang ataupun merek barang yang sama.

Griffin dalam Sangadji dan Shopiah (2018:105), bahwa pelanggan yang loyal terhadap perusahaan mempunyai beberapa karakteristik. Adapun karakteristik pelanggan yang loyal terhadap perusahaan tersebut adalah melakukan pembelian secara teratur atau berulang, melakukan pembelian disemua lini produk atau jasa, merekomendasikan produk lain, menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian dengan metode kuantitatif artinya data yang diperoleh dapat terukur dan dianalisis dengan metode statistika yang sesuai untuk menjawab tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan berbagai metode pengumpulan data, meliputi angket (kuesioner) dan studi dokumen. Menurut Sugiyono (2018 : 219; 329) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab dan dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

Populasi adalah nasabah KSPPS BMT Tumang yang memiliki rekening simpanan dan rekening pembiayaan selama kurun waktu 2020-2021. Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki populasi. Rumus *slovin* adalah formula untuk menghitung jumlah sampel minimal jika perilaku sebuah populasi belum diketahui secara pasti. Umumnya, besaran sampel penelitian dengan rumus Slovin ditentukan lewat nilai tingkat kesalahan. Di mana semakin besar tingkat kesalahan yang digunakan, maka semakin kecil jumlah sampel yang diambil. Rumus slovin dituliskan sebagai berikut

$$n = \frac{N}{1 + N + e}$$

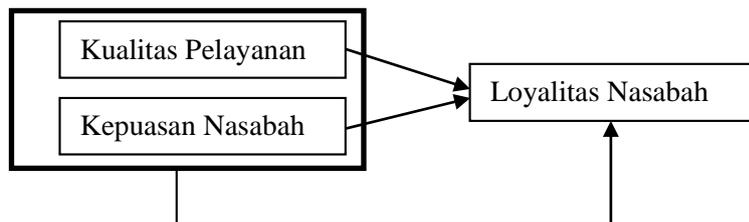
Di mana

- n : ukuran sampel
- N : ukuran populasi
- e : persen kelonggaran (eror=5%)

Jika nasabah pemilik rekening tabungan dan rekening pembiayaan di KSPPS BMT TUMANG sepanjang tahun 2020-2021 sebanyak 130 nasabah, dengan menggunakan rumus slovin di atas maka didapatkan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

Objek penelitian adalah Kantor Pusat KSPPS BMT TUMANG yang beralamatkan di Jalan Boyolali-Semarang KM 01 Penggung, Boyolali. Waktu penelitian dilaksanakan sejak April 2021-Juni 2021.

Variabel penelitian dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Variabel independen terdiri dari kualitas pelayanan (X₁) dan kepuasan nasabah (X₂). Variabel dependen adalah loyalitas anggota. Dengan kerangka pemikiran sebagai berikut



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Keterangan :

1. Variabel Bebas (X₁) yakni Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y) yakni Loyalitas Nasabah
2. Variabel Bebas (X₂) yakni Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y) yakni Loyalitas Nasabah
3. Variabel Bebas (X₁) dan (X₂) yakni Kualitas Pelayanan dan Kepuasan nasabah bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel (Y) yakni Loyalitas Nasabah

Metode analisis data yang dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan adalah dengan mengolah data primer dari hasil kuesioner. Rekapitulasi data dilakukan menggunakan *software microsoft excel* dan analisis statistik dilakukan dengan *software SPSS26*. Data yang dianalisis menggunakan *software SPSS 26* meliputi uji validitas dan uji reliabilitas instrumen kuesioner; uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heterokedasitas; uji hipotesis meliputi uji t dan uji F; uji persamaan linier berganda; dan uji korelasi.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Penelitian kuantitatif yang dilakukan dengan metode survey menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner menghasilkan dua jenis data yaitu data deskripsi responden, dan data inti penelitian yaitu tentang pengujian variabel X terhadap variabel Y. Berdasarkan rekapitulasi data diketahui bahwa persentase data tertinggi menunjukkan bahwa sebanyak 63% responden adalah wanita, 41% responden berusia di atas 41 tahun, 39% responden berpendidikan D3/S1, 48% responden adalah pegawai swasta, dan 40% responden berpenghasilan sekitar 1-2 juta.

Instrumen penelitian yang baik adalah instrumen penelitian yang mampu mengukur data yang ingin diukur dan handal. Untuk menguji tingkat validitas dan kehandalan sebuah instrumen penelitian maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel X1, X2, dan Y

Variabel	Butir Pertanyaan	r tabel	r hitung	Keterangan
X ₁	Butir 1	0,195	0,764	valid

(Kualitas Pelayanan)	Butir 2	0,195	0,724	valid
	Butir 3	0,195	0,788	valid
	Butir 4	0,195	0,777	valid
	Butir 5	0,195	0,846	valid
	Butir 6	0,195	0,790	valid
	Butir 7	0,195	0,782	valid
	X ₂ (Kepuasan Pelayanan)	Butir 8	0,195	0,786
Butir 9		0,195	0,765	valid
Butir 10		0,195	0,739	valid
Butir 11		0,195	0,714	valid
Butir 12		0,195	0,761	valid
Butir 13		0,195	0,719	valid
Butir 14		0,195	0,779	valid
Y (Loyalitas Anggota)	Butir 15	0,195	0,719	valid
	Butir 16	0,195	0,654	valid
	Butir 17	0,195	0,722	valid
	Butir 18	0,195	0,707	valid
	Butir 19	0,195	0,758	valid
	Butir 20	0,195	0,755	valid
	Butir 21	0,195	0,754	valid

Sumber: Data yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa semua butir pertanyaan untuk variabel X₁, X₂, dan Y adalah valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Novikasari (2016) menjelaskan dalam melakukan uji validitas instrumen menggunakan SPSS pengambilan keputusan dilakukan dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Apabila nilai dari $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka data valid, dan apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka data tidak valid.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas X1, X2, dan Y

No	Variabel	Cronbach's Alpha	r _{tabel}	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0.893	0,195	Reliabel
2	kepuasan nasabah	0.871	0,195	Reliabel
3	Loyalitas Nasabah	0.847	0,195	Reliabel

Sumber: Data yang diolah 2021

Berdasarkan data pada tabel 2 diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah masing-masing adalah 0,893; 0,871; 0,847 ketiga nilai tersebut adalah lebih dari r_{tabel} sehingga ketiga variabel tersebut adalah reliabel artinya kuesioner yang digunakan sebagai instrumen penelitian ini bersifat andal. Amanda *et al* (2019:5) jika nilai *Cronbach's alpha* > 0,6 maka data tersebut reliabel.

4.2 Uji Asumsi Klasik

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.58602564
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.043
	Negative	-.060

Test Statistic	.060
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

Sumber: Data yang diolah 2021

Berdasarkan data pada tabel 3 diketahui bahwa nilai signifikansi > 0,05 yaitu sebesar 0,200. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data penelitian untuk variabel kualitas pembelian, kepuasan pembelian, dan loyalitas nasabah terdistribusi normal. Priyatno (2018:56) menjelaskan bahwa untuk mengambil keputusan pada uji normalitas *kolmogorov-sminov* dengan SPSS dilihat dari nilai signifikansi, apabila nilai signifikansi > 0,05 maka data terdistribusi normal sementara itu jika nilai signifikansi < 0,05 maka data tidak terdistribusi normal.

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.494	2.430			
	KUALITAS PELAYANAN	.413	.121	.418	.389	2.574
	KEPUASAN NASABAH	.289	.128	.276	.389	2.574

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

Sumber: Data yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4 di atas diketahui bahwa untuk variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan nasabah masing-masing nilai VIF dan Tolerance adalah 2,574 dan 0,389. Nilai VIF sebesar 2,574 adalah kurang dari 10 dan nilai Tolerance sebesar 0,389 adalah lebih dari 0,1 sehingga antara dua variabel independen kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah tidak terjadi multikolinearitas. Dengan tidak adanya multikolinearitas pada dua variabel independen maka model regresi pada penelitian ini adalah baik. Priyatno (2018:59) menjelaskan bahwa untuk mengambil keputusan dari hasil uji multikolinearitas dengan SPSS dilihat dari nilai VIF dan *Tolerance*. Jika nilai tolerance >0,1 dan VIF < 10 maka data tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 5 Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.657 ^a	.432	.420	2.613	1.545

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN NASABAH, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

Sumber: Data yang diolah 2021

Berdasarkan data 5 diketahui bahwa nilai d (Durbin-Watson) sebesar 1,545, selanjutnya menentukan nilai dL dan dU dari tabel Durbin-Watson. Berdasarkan tabel Durbin-Watson untuk 2 variabel independen (k=2) diketahui bahwa nilai dL sebesar 1,6337 dan nilai dU sebesar 1,7152. Dengan membandingkan nilai d, dU, dan dL maka diketahui bahwa nilai d < dL yaitu 1,545 < 1,6337. Mengacu pada Priyatno (2018;61) maka keputusan yang diambil dari hasil uji autokorelasi diantara variabel independen kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah adalah terjadi autokorelasi, artinya ada korelasi antara nilai dari variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya.

Tabel 6 Hasil Uji Heterokedastitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.362	1.457		-1.621	.108
	KUALITAS PELAYANAN	.115	.073	.245	1.578	.118
	KEPUASAN NASABAH	.034	.077	.069	.444	.658

a. Dependent Variable: ABS_RES
Sumber: Data yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 6 diketahui bahwa nilai signifikansi pada variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah masing-masing adalah 0,118 dan 0,658 yang keduanya menunjukkan nilai lebih dari 0,05 sehingga keputusan yang diambil adalah tidak terjadi heterokedasitas diantara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Ardian (2019:5) menjelaskan bahwa uji heterokedasitas bertujuan untuk mengetahui apakah antara varian terjadi ketidaksamaan. Untuk mengambil keputusan hasil uji heterokedasitas melalui SPSS dilakukan dengan melihat nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka disimpulkan bahwa model regresi terjadi heterokedasitas.

4.3 Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier dilakukan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada variabel Y (dependen) jika variabel X (independen) terjadi perubahan (nilai pada variabel X dinaik atau turunkan). Pada bagian ini berisi tentang deskripsi data, pengujian hipotesis dan pembahasan serta intepretasi hasil penelitian.

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.494	2.430		2.672	.009
	Kualitas Pelayanan	.413	.121	.418	3.409	.001
	Kepuasan Nasabah	.289	.128	.276	2.250	.027

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

Sumber: Data yang diolah 2021

Secara umum persamaan regresi dapat dituliskan sebagai berikut

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, pada penelitian ini dapat dituliskan persamaan yang terbentuk adalah

$$Y = 6,494 + 0,413X_1 + 0,289X_2$$

Di mana:

- Y : Variabel loyalitas nasabah (Y)
- a : koefisien
- b₁, b₂ : konstanta
- X₁ : Variabel kualitas pelayanan (X₁)
- X₂ : variabel kepuasan nasabah (X₂)

Interpretasi data dari persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

No	Nilai	Interpretasi Data
----	-------	-------------------

1	a: 6,494	Pada saat kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah bernilai 0, maka loyalitas nasabah bernilai 6,494
2	b ₁ : 0,413	Jika kepuasan nasabah nilainya tetap, dan kualitas pelayanan ditingkatkan sebesar 1, maka loyalitas nasabah meningkat sebesar 0,413.
3	b ₂ : 0,289	Jika kualitas pelayanan nilainya tetap, dan kepuasan nasabah ditingkatkan sebesar 1, maka loyalitas nasabah meningkat sebesar 0,289.

4.4 Pengujian Hipotesis

1) Uji t

Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah pendugaan apakah variabel X₁ (kualitas pelayanan) dan variabel X₂ (kepuasan nasabah) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Perumusan hipotesis untuk uji parsial adalah sebagai berikut

a) Kualitas pelayanan (X₁) terhadap loyalitas nasabah (Y)

H0: Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di KSPPS BMT TUMANGCabang Boyolali.

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah KSPPS BMT TUMANGCabang Boyolali.

b) Kepuasan nasabah (X₂) terhadap loyalitas nasabah (Y)

H0 : Kepuasan nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di KSPPSBMTTUMANG Cabang Boyolali.

H1 : Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di KSPPS BMT TUMANGCabang Boyolali.

Untuk menjawab hipotesis pertama maka dilakukan analisis uji t yang hasilnya adalah sebagai berikut ini

Tabel 8 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.494	2.430		2.672	.009
	Kualitas Pelayanan	.413	.121	.418	3.409	.001
	Kepuasan nasabah	.289	.128	.276	2.250	.027

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

Sumber: Data yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 8 tersebut diketahui bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 3,409 dan nilai t_{hitung} untuk variabel kepuasan nasabah sebesar 2,250. Sementara itu, nilai t_{tabel} didapatkan dari tabel t dengan α 0,05 yaitu sebesar 1,984.

Dalam mengambil keputusan hasil uji t dengan cara membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} di mana ketika nilai t_{hitung} > t_{tabel} maka H0 ditolak dan H1 diterima dan ketika t_{hitung} < t_{tabel} maka H0 diterima dan H1 ditolak, sehingga berdasarkan hasil uji t tersebut maka dapat diambil keputusan menolak H0 dan menerima H1 artinya variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

2) Uji F

Hipotesis kedua pada penelitian ini adalah pendugaan apakah variabel X_1 dan variabel X_2 secara serentak (*simultan*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah yang dapat dituliskan sebagai berikut

H0: Kualitas pelayanan dan kepuasan secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di KSPPS BMT TUMANGCabang Boyolali

H1:Kualitas pelayanan dan kepuasan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di KSPPS BMT TUMANGCabang Boyolali.

Tabel 9 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	503.775	2	251.887	36.904	.000 ^b
	Residual	662.065	97	6.825		
	Total	1165.840	99			

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

b. Predictors: (Constant), KEPUASAN NASABAH, KUALITAS PELAYANAN

Sumber: Data yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 9 tersebut diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 36,904. Sementara itu, nilai F_{tabel} didapatkan dari tabel F dengan α 0,05 yaitu sebesar 3,98. Dalam mengambil keputusan hasil uji F dengan cara membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} di mana ketika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H0 ditolak dan H1 diterima dan ketika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H0 diterima dan H1 ditolak.

Berdasarkan data pada tabel 4.19 diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$. Dengan demikian keputusan yang diambil atas hipotesis yang telah dirumuskan sebagai hipotesis kedua (pada Bab 3) adalah menolak H0 dan menerima H1 yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kulaitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil perhitungan uji-t (parsial) diperoleh t_{hitung} variable kualitas pelayanan 3,409 > t_{tabel} 1,984 dan nilai sig 0,00 < sig 0,05 yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitasnasabah di KSPPS BMT TUMANG Cabang Boyolali. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oeh Ali Hasan bahwa kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkankepuasan pelanggan dan akan memberikan berbagai manfaat sepertidapatmendorong terciptanya loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil perhitungan uji-t (parsial) diperoleh t_{hitung} variable kepuasan nasabah 2,250 > t_{tabel} 1,984 dan nilai sig 0,02 < sig 0,05 yang yang artinya kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan berpengaruh terhadaployalitas nasabah di KSPPS BMT TUMANG Cabang Boyolali. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Ali Hasan bahwa kepuasan pelanggan memberikan respon pelanggan terhadapketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Kepuasan pelanggan bergantung kepada persepsi pelanggan. Sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan berkualitas, maka kualitas itu dapat memberikandorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan untuk terus-menerus dapat memahami denganseksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan Nilai f_{hitung} 36,904 > f_{tabel} 3,98 dengan menggunakan α (alfa) 0,05 atau 5% maka H0 ditolak dan H1 diterima. Penolakan H0 dibuktikan dengan hasil perhitungan h bahwa nilai sig (0,000) < dari α (alfa) 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variable independen secara simultan berpengaruh pada variable dependen loyalitas nasabah. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasancara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di KSPPS BMT TUMANG

Cabang Boyolali. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Fandy Tjiptono bahwa loyalitas nasabah memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Melalui pelanggan yang loyal perusahaan bisa mendapatkan pelanggan baru. Hal tersebut dikarenakan salah satu perilaku pelanggan yang loyal adalah menciptakan citra positif perusahaan yang bersangkutan kepada orang lain.

5. Kesimpulan

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. Berdasarkan hasil perhitungan uji-t (parsial) diperoleh t_{hitung} variable kualitas pelayanan $3,409 > t_{tabel}$ $1,984$ dan nilai sig $0,00 < sig$ $0,05$ yang berarti signifikan, jadi H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga variable kualitas pelayanan positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di KSPPS BMT TUMANG Cabang Boyolali
2. Berdasarkan hasil perhitungan uji-t (parsial) diperoleh t_{hitung} variable kepuasan nasabah $2,250 > t_{tabel}$ $1,984$ dan nilai sig $0,02 < sig$ $0,05$ yang berarti signifikan, jadi H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga variable kepuasan nasabah positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di KSPPS BMT TUMANG Cabang Boyolali
3. Dari hasil uji-t dapat dilihat bahwa variable yang paling berpengaruh terhadap loyalitas nasabah adalah variable kualitas pelayanan
4. Nilai f_{hitung} $36,904 > f_{tabel}$ $3,98$ dengan menggunakan α (alfa) $0,05$ atau 5% maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Penolakan H_0 dibuktikan dengan hasil perhitungan h bahwa nilai sig ($0,000$) $<$ dari α (alfa) $0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variable independen secara simultan berpengaruh pada variable dependen loyalitas nasabah
5. Berdasarkan perhitungan nilai Adjusted R^2 sebesar $0,0432$ hasil ini menunjukkan bahwa variable kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah 48% sedangkan sisanya 52% dipengaruhi oleh fakta lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Keterbatasan peneliti dalam pengetahuan, pengalaman dan kemampuan karena peneliti masih dalam taraf belajar dan baru pertama kali melakukan penelitian, sehingga peneliti tidak dapat mengungkapkan semua fakta yang ada dalam penelitian ini dengan tepat. Dengan demikian kesimpulan yang diambil hanya berlaku terbatas pada perolehan data dari hasil penelitian.
2. Masih adanya pandemi Covid-19 mengakibatkan transaksi di kantor KSPPS BMT TUMANG di Boyolali berkurang, sehingga untuk memperoleh hasil angket/kuisisioner terkendala waktu yang lama.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan di atas, berikut saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, pegawai KSPPS BMT TUMANG sebaiknya melakukan evaluasi atas jasa pelayanan yang diberikan kepada nasabah dan jika diperlukan dapat melakukan improvisasi jasa pelayanan misalnya menggunakan teknik pelayanan berbasis teknologi informasi (TI).
2. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah, pegawai KSPPS BMT TUMANG sebaiknya melakukan evaluasi terkait tingkat kepuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan, dan jika diperlukan dapat melakukan improvisasi dengan memberikan *reward* atau hadiah kepada nasabah yang sangat loyal kepada KSPPS BMT Tumang.
3. Untuk meningkatkan loyalitas nasabah, sebaiknya kantor KSPPS BMT TUMANG Cabang Boyolali memberikan *reward* terhadap nasabah yang sering melakukan transaksi baik simpanan maupun pembiayaan hal ini bertujuan agar nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan sehingga dapat memberikan imbal balik berupa rekomendasi produk KSPPS BMT TUMANG baik produk simpanan maupun pembiayaan kepada orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. 2019. *Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang*. Jurnal Matematika UNAND, 8(1), 179-188.
- [2] Ardian, N. 2019. *Pengaruh Insentif Berbasis Kinerja, Motivasi Kerja, Dan Kemampuan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai UNPAB*. JEpa, 4(2), 119-132.
- [3] Kasmir. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- [4] Kholis, N. K., Sumarmawati, E. D., & Mutmainah, H. M. 2018. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan*. Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi, 16(1), 19-25.
- [5] Kotler, P. & Keller, K. 2015. *Marketing Management* .15th Edition, Prentice Hall, Saddle River.
- [6] Laporan Pertanggung Jawaban Pengurus, Pengawas, dan Dewan Pengawas Syariah. 2020. KSPPS BMT Tumang
- [7] Novikasari, I. 2016. *Uji Validitas Instrumen*. Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- [8] Octavia, R. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT.Bank Index Lampung*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 13(1), 35–39. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.35>
- [9] Priyatno, D. 2018. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta:Penerbit Gava Media
- [10] Purnomo, Budi L.2021. *Pengaruh Pelatihan Motivasi dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Spining 2 PT. Sari Warna Asli Boyolali*. Jurnal Manajemen Ekobis
- [11] Sopiah, & Sangadji, E. M. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. (D.Prabantini, Ed.) (Ed.1). Yogyakarta: CV Andi Offset.
- [12] Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- [13] Tjiptono, Fandy. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.