

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota pada Simpanan Masyarakat Syariah di BMT Istiqomah Tulungagung

Berdasarkan hasil dari penelitian dengan menyebarkan angket kuesioner kepada para responden penelitian kemudian diadakan analisis yang merupakan pengolahan lebih lanjut dari hasil uji hipotesis. Dalam analisis ini akan dibuat semacam interpretasi dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus regresi yang telah diproses dari hasil pengolahan data statistik analisis regresi linier sederhana menggunakan alat bantu SPSS *for windows* 23.00 sebagai berikut:

Kualitas pelayanan pada anggota BMT Istiqomah Tulungagung berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pada produk simpanan masyarakat syariah.

Dari pengujian hipotesis 1 diketahui bahwa nilai t-hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai t-tabel. Artinya kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas atau dengan kata lain H1 diterima. variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan maka variabel loyalitas juga mengalami kenaikan, dengan ketentuan variabel lain bernilai tetap, begitu juga sebaliknya.

Dalam penelitian ini juga sebanyak 51 responden dari 92 total responden atau sekitar 55,4% responden menyatakan setuju bahwa bahwa kehandalan BMT Istiqomah Tulungagung dalam pencatatan dilakukan

dengan teliti dalam setiap transaksi sangat relevan dan sesuai dengan fakta lapangan. Dari hasil data tersebut, dapat dilihat bahwasannya responden memiliki respon positif atas pencatatan yang dilakukan dengan teliti dalam transaksi yang mampu memberikan pelayanan yang stimulus terhadap loyalitas anggotanya.

Selain itu, dalam pengujian yang dilakukan juga ditemukan sebanyak 38 responden atau 41,3% responden menyatakan setuju bahwa BMT Istiqomah Tulungagung memberikan pelayanan dengan ramah, dari sini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan juga dipengaruhi oleh keramahan dalam pelayanan. Sehingga, responden merasa nyaman dan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan adanya kualitas pelayanan yang ramah, salah satunya dikarenakan merasa nyaman dan sesuai pada pelayanan yang diberikan salah satunya BMT Istiqomah Tulungagung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan maka variabel loyalitas anggota juga mengalami kenaikan, begitu juga sebaliknya.

Hasil penelitian tersebut, sejalan dan sesuai dengan penelitian terdahulu dan kajian teori yang digunakan. Dimana, dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas anggota, sedangkan hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Christin Arie Asie dalam penelitiannya mengenai kualitas pelayanan mengemukakan bahwa, kualitas pelayanan memiliki pengaruh

yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹ Dengan begitu, kedua penelitian tersebut, menghasilkan keputusan yang sama yakni kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel Y dalam hal ini adalah loyalitas anggota atau nasabah.

Berdasarkan pada hasil penelitian, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota pada simpanan masyarakat syariah di BMT Istiqomah Tulungagung. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan tabel Coefficient diperoleh nilai Sig. kurang dari α dan lebih dari, maka dapat disimpulkan bahwa ditolak dan diterima. Dengan demikian berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan atau artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota pada simpanan masyarakat syariah di BMT Istiqomah Tulungagung. Serta dari hasil koefisien regresi diperoleh nilai B dengan nilai positif atau memiliki pengaruh yang searah. Hal ini menandakan bahwa setiap penambahan untuk kualitas pelayanan maka loyalitas anggota pada simpanan masyarakat syariah meningkat pula. Begitu pula sebaliknya, jika mengalami penurunan dalam kualitas pelayanan maka loyalitas anggota pada simpanan masyarakat syariah akan menurun. Faktor kualitas pelayanan juga menjadi faktor yang mendorong anggota untuk tetap loyal (setia) terhadap BMT Istiqomah Tulungagung. Dengan meningkatnya kualitas pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan maka loyalitas anggota tersebut akan meningkat.

¹ Christin Arie Asie, *Analisis Kualitas Pelayanan Dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt.Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Tengah (Bank Kalteng) Cabang Kasongan*, (Jurnal Sains Manajemen, Vol. 3 No. 1, 2014), hal. 10.

Hal tersebut sesuai dengan teori yang diuraikan oleh Wahab² bahwa kualitas pelayanan yang baik akan menentukan sikap konsumen dalam menilai, memutuskan sekaligus memberikan kesan terhadap pelayanan yang diberikan, karena seringkali konsumen yang merasa puas akan cenderung lebih loyal terhadap perusahaan itu. Kepuasan konsumen terhadap pelayanan perusahaan akan menjadi sangat penting untuk mempertahankan posisi perusahaan di pasar serta menciptakan efektivitas dan efisiensi perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zakiy, et.all, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah dengan nilai koefisien sebesar 0,368 dan T-value 2,647 dengan tingkat signifikan sebesar $\leq 0,05$.³ Selain itu penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hadiwidjaja yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi tangible, empathy, responsiveness, reliability, dan assurance berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada BMT di Pamulang ditunjukkan dengan nilai R square

² Wirdayani Wahab, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru", Jurnal Kajian Ekonomi Islam, Vol. 2 No. 1, 2017, hal. 51.

³ Muhammad Zakiy dan Ervita Putri Azzahroh. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening", Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. Vol. 3. No. 1, 2017, hal. 33.

sebesar 15,7%.⁴ Dari sini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas anggota.

B. Pengaruh Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Anggota pada Simpanan Masyarakat Syariah di BMT Istiqomah Tulungagung

Dari pengujian hipotesis 2 yang berbunyi: tingkat kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota diketahui bahwa nilai t-hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai t-tabel. Artinya tingkat kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota atau dengan kata lain H2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila variabel tingkat kepuasan mengalami kenaikan maka variabel loyalitas anggota juga mengalami kenaikan, dengan ketentuan variabel lain bernilai tetap, begitu juga sebaliknya.

Pada variabel tingkat kepuasan menunjukkan bahwa 37 responden dari total 92 responden atau 40,2% responden menyatakan setuju bahwa merasa puas dengan bagi hasil yang diberikan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat yang telah responden peroleh melalui bagi hasil yang ditentukan oleh BMT Istiqomah Tulungagung pada produk tabungan simasya. Selain itu, data tersebut juga terlihat bahwa, tingkat kepuasan responden juga tinggi yang dibuktikan dari tanggapan responden yang memilih setuju bahwa nisbah atau bagi hasil yang diperoleh itu sesuai dengan keuntungan anggota yang diperoleh dan sudah ditentukan pada BMT Istiqomah Tulungagung.

⁴ Rini Dwiyan Hadiwidjaja, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Baitul Maal wat Tamwil", Jurnal Ilmu Akuntansi. Vol. 10 No. 2, 2017, hal. 311

Selain itu, dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa 30 responden atau 30,2% responden menyatakan setuju dan meyakini bahwa merasa puas kepada karyawan BMT Istiqomah karena cepat tanggap dalam melayani. Dari data tersebut juga menunjukkan bahwa tingkat kepuasan responden juga mempengaruhi loyalitas anggota pada produk simpanan masyarakat syariah di BMT Istiqomah Tulungagung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila tingkat kepuasan meningkat maka loyalitas anggota pada produk tabungan simasya juga mengalami kenaikan.

Hasil penelitian ini, juga sejalan dengan penelitian terdahulu, yang dilakukan oleh Rochmaniah⁵ yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan keadaan yang dicapai apabila produk sesuai dengan kebutuhan. Kepuasan nasabah sebagai keadaan dimana kebutuhan nasabah dapat terpenuhi melalui produk yang digunakan. Oleh karena itu setiap transaksi baru maupun lama akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Nasabah sudah merasa puas dengan adanya dari produk-produk yang disediakan oleh BMT. Nasabah juga puas dengan bagi hasil yang ditentukan oleh BMT. Secara emosional dari pihak BMT dapat memahami apa yang diinginkan oleh nasabahnya. BMT juga memberikan kemudahan saat nasabah melakukan transaksi di BMT, baik melakukan pembiayaan atau pembelian produk lainnya. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa salah satu variabelnya yaitu kepuasan nasabah memberikan

⁵ Ana Rochmaniah, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada BMT Tulungagung*". (Tulungagung: Skripsi tidak diterbitkan, 2014), pada repo.iain-tulungagung.ac.id, hal. 87.

pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah.⁶ Sehingga semakin tinggi kepuasan nasabah maka akan semakin tinggi loyalitas nasabah. dapat disimpulkan bahwasannya tingkat kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas anggota atau nasabah.

C. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepuasan Secara Simultan atau Bersama-Sama Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Loyalitas Anggota pada Simpanan Masyarakat Syariah di BMT Istiqomah Tulungagung

Dari hasil perhitungan uji F diperoleh nilai F-hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai F-tabel. Artinya Hipotesis diterima bahwa antara kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas anggota. Besarnya tingkat variabel kualitas pelayanan dalam mempengaruhi loyalitas dapat dilihat dari persamaan regresi linear berganda (lihat tabel coefficient) yang menunjukkan nilai positif mempunyai arti bahwa setiap kenaikan kualitas pelayanan terhadap anggota pada simpanan masyarakat syariah di BMT Istiqomah. Semakin baik kualitas pelayanan maka loyalitas anggota juga akan mengalami kenaikan.

Begitu juga dengan variabel tingkat kepuasan, dimana besarnya variabel tingkat kepuasan dalam mempengaruhi loyalitas anggota dapat diketahui dalam uji regresi linear berganda pada tabel coefficient yang menunjukkan nilai positif mempunyai arti bahwa setiap kenaikan tingkat

⁶ *Ibid.*, hal. 88.

kepuasan akan memberikan kepuasan sesuai dengan produk-produk yang ditentukan oleh BMT. Tingkat kepuasan yang semakin besar akan mempengaruhi loyalitas anggota menjadi lebih besar juga.

Hasil penelitian tersebut sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Sulaeman⁷ yang menyatakan bahwa nasabah yang loyal adalah alat promosi yang efektif. Dengan adanya nasabah yang loyal akan sangat membantu pihak perusahaan. Karena nasabah yang loyal merupakan alat promosi dari mulut ke mulut yang efektif. Nasabah yang loyal akan membawa nasabah lainnya untuk menikmati pelayanan produk perusahaan. Semakin meningkat jumlah nasabah yang dilayani, maka semakin meningkat pula pendapatan dan laba perusahaan.

Dengan demikian, loyalitas anggota sebagaimana yang dipaparkan diatas, bahwa nasabah atau anggota yang loyal merupakan alat promosi dari mulut ke mulut yang efektif, salah satunya yakni kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan sehingga berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota. Selain itu, dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa, nilai koefisien determinasi yang digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat pada adjusted r square dan dinyatakan dalam presentase, dimana nilai koefisien determinasi sebesar 0,420, dapat diartikan bahwa variabel loyalitas (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas kualitas pelayanan (X1) dan tingkat kepuasan (X2) sebesar 0,420

⁷ Maman Sulaeman, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kewiraniagaan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pensiun Serta Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah", Jurnal Aplikasi Bisnis, Vol. 17 No. 2, 2017, hal. 38-39.

(42 %). Jadi variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 42% sedangkan sisanya 58% dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini (tidak diteliti). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwasannya variabel kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas anggota.