

BAB V

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan menyebarkan angket atau kuesioner yang diajukan kepada anggota pembiayaan murabahah BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung, kemudian peneliti mengolah data hasil jawaban angket yang telah diisi oleh anggota pembiayaan murabahah BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung, pengelolaan tersebut dibantu dengan program SPSS, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

A. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Pembiayaan Murabahah di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung

Berdasarkan dari data yang peneliti dapatkan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota pembiayaan murabahah di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung, dan menunjukkan adanya pengaruh positif antara kualitas pelayanan dan loyalitas anggota pembiayaan murabahah. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan tabel *Coefficient* diperoleh nilai sig. kurang

dari α dan t_{hitung} lebih dari t_{tabel} . Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan atau artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota pembiayaan murabahah di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT Harapan Umat 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 pembiayaan murabahah meningkat pula. Begitu sebaliknya, jika mengalami penurunan dalam kualitas pelayanan maka loyalitas anggota pembiayaan murabahah juga akan menurun.

Kasmir menyatakan pada dasarnya pelayanan terhadap pelanggan tergantung dari latar belakang karyawan tersebut, baik suku bangsa, pendidikan, pengalaman, budaya atau adat istiadat. Namun, agar pelayanan menjadi berkualitas dan memiliki keseragaman, setiap karyawan dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan. Kualitas yang diberikan tentunya harus sesuai dengan standart tertentu seperti yang diinginkan perusahaan. Tanpa standart tertentu, maka akan sulit untuk memberikan pelayanan yang lebih berkualitas.

Hal tersebut sesuai dengan teori yang diuraikan oleh Wahab¹⁰⁸, bahwa kualitas pelayanan yang baik akan menentukan sikap konsumen dalam menilai, memutuskan sekaligus memberikan kesan terhadap

¹⁰⁸ 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.

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 efektifitas 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 koefisiensi sebesar 0,368 dan T-value 2,647 dengan tingkat signifikn sebesar $\leq 0,05$ ¹⁰⁹. Selain itu penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hadiwidjaja yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi *tangible*, *emphaty*, *responsiviness*, *reliability*, dan *assurance* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada BMT di Pamolang ditunjukkan dengan nilai R square sebesar 15,7%.¹¹⁰

Menurut Andespa, kualitas pelayanan pada lembaga keuangan ditentukan oleh penilaian nasabah, sehingga kepuasan nasabah dapat dicapai dengan memberikan kualitas pelayanan yang dapat diterima oleh nasabah dan pada akhirnya akan menciptakan nasabah-nasabah yang setia (loyal)¹¹¹.

¹⁰⁹ Muhammad Zakiy dan Ervita Putri Azzahroh, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3 No. 1, 2017, hal. 33.

¹¹⁰ Rini Dwiyani Hadiwidjaja, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Baitul Maal Wa Tamwil", *Jurnal Ilmu Akuntansi*, Vol. 10 No. 2, 2017, hal. 311.

¹¹¹ Romi Andespa, " Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Industri Perbankan Syariah dengan Konvensional", *Jurnal Al Masraf (Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan)*, Vol. 1 No. 1, 2016, hal. 79.

Dengan demikian, kualitas yang diberikan oleh BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung sudah baik dan merupakan faktor yang penting dalam menciptakan loyalitas bagi anggotanya

B. Pengaruh Kepuasan Anggota Terhadap Loyalitas Anggota Pembiayaan Murabahah di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa kepuasan anggota secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota pembiayaan murabahah di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung, dan menunjukkan adanya pengaruh positif antara kepuasan anggota dan loyalitas anggota pembiayaan murabahah. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan tabel *coefficient* diperoleh nilai sig. kurang dari α dan t_{hitung} lebih dari t_{tabel} . Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian berarti variabel kepuasan anggota berpengaruh positif dan signifikan atau artinya kepuasan anggota berpengaruh terhadap loyalitas anggota pembiayaan murabahah di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung. Serta dari hasil koefisien regresi diperoleh nilai B dengan nilai positif atau memiliki pengaruh yang searah. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi kepuasan anggota maka akan memperbesar loyalitas anggota. Begitu sebaliknya, semakin rendah kepuasan anggota maka akan memperkecil loyalitas anggota.

Menurut teori yang dikutip oleh Kasmir, Kepuasan nasabah dapat tercapai jika nasabah merasa keinginan dan kebutuhan serta harapan dalam proses mendapatkan, mengkonsumsi hingga menghabiskan produk jasa merasa terpenuhi. Ketika nasabah merasakan kepuasan maka mereka akan membeli kembali, menambah pembelian dan mengajak teman-teman lainnya ikut membeli¹¹².

Hal ini selaras dengan penelitian Wahyuni¹¹³, dengan judul “Pengaruh sistem pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah BMT Mitra Usaha Mulia Tempel Sleman” dengan kesimpulan sebagai berikut: Dari ketiga variabel bebas yang di uji dalam penelitian ini, hanya kepuasan yang mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Nasabah cenderung loyal terhadap BMT Mitra Usaha Mulia Tempel karena merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh BMT, baik dari segi profesional, ketanggapan, keramahan, serta pelayanan secara keseluruhan.

Hasil penelitian ini juga selaras dengan penelitian Adi Krismanto¹¹⁴ pada skripsi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa salah satu variabelnya yaitu kepuasan nasabah memberikan pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah. Sehingga semakin tinggi kepuasan nasabah maka akan semakin tinggi loyalitas nasabah.

¹¹² Kasmir, *Customer Service Excillent: Teori dan Praktik*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017), hlm. 46

¹¹³ Isti Wahyuni, “Pengaruh sistem Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah BMT Mitra Usaha Mulia Tempel Sleman”, (*Skripsi-UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2008*)

¹¹⁴ Adi Krismanto, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 10 No. 3, Agustus 2009*.

C. Pengaruh Kualitas pelayanan dan Kepuasan Anggota terhadap Loyalitas Anggota Pembiayaan Murabahah di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung

Dari uji f-test menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan anggota secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota pembiayaan murabahah di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sig. lebih kecil dari taraf signifikansi (dalam kasus ini menggunakan taraf signifikansi atau $\alpha = 5\%$). Maka artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota pembiayaan murabahah di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung. Cara lainnya adalah dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Dari perbandingan tersebut diperoleh nilai F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} . Maka dari hasil yang didapat menunjukkan variabel bebas dalam penelitian ini yang terdiri dari kualitas pelayanan dan kepuasan anggota mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap loyalitas anggota murabahah di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung.

Dalam penelitian ini kualitas pelayanan dapat diukur dari keandalan, ketanggapan, jaminan, kepastian, empati dan berwujud atau adanya kenyataan yang sesuai atau yang diharapkan oleh nasabah dalam menerima suatu pelayanan yang baik. Kepuasan nasabah memberikan beberapa faktor salah satunya kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional,

biaya dan kemudahan. Beberapa faktor tersebut untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat membuat nasabah merasa puas terhadap pelayanan maupun produk atau jasa yang diberikan oleh BMT atau suatu lembaga. Jadi dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah dari BMT dapat dipengaruhi oleh kedua faktor yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Dan tidak dapat dipengaruhi oleh salah satu faktor. Karena kepuasan nasabah pada dasarnya merupakan fungsi dari harapan dan persepsi terhadap suatu produk, setelah nasabah mendapatkan pelayanan yang memuaskan dari lembaga atau BMT.

Menurut teori yang dijelaskan kasmir, pelayanan dapat meningkatkan jumlah pelanggan, karena dengan pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan pada pelanggan. Puas artinya seluruh keinginan dan kebutuhan pelanggan terpenuhi melalui pelayanan yang diperoleh. Pada akhirnya jika pelanggan puas maka mereka akan membeli kembali produk tersebut¹¹⁵.

Penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Partua Pranama¹¹⁶, dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan nasabah (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y). Hal tersebut teruji dengan menggunakan SPSS diperoleh F hitung = 34,759 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih kecil dari taraf nyata yang digunakan ($0,000 < 0,05$) pada tingkat kepercayaan ($\alpha = 5\%$).

¹¹⁵ Kasmir, "*Customer Service Excellent...*", hlm. 47

¹¹⁶ Partua Pranama, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Lokasi Terhadap Loyalitas", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 10 No. 2, Oktober 2002.

Berdasarkan pembahasan semua hasil pengujian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial seluruh variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota pembiayaan murabahah. Hasil menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota pembiayaan murabahah di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung. Sedangkan secara simultan variabel bebas dalam penelitian ini yang terdiri dari variabel kualitas pelayanan dan kepuasan anggota mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota pembiayaan murabahah di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung.