

BAB V

PEMBAHASAN

A. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Anggota Secara Langsung Maupun Tidak Langsung pada KSU Syariah Al-Mizan Wlingi Blitar dan di BMT Istiqomah Tulungagung

Berdasarkan pengujian data di KSU Syariah Al-Mizan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota secara langsung sebesar -0,293 dan secara tidak langsung melalui kepuasan anggota sebesar 0,12322. Sedangkan di BMT Istiqomah Tulungagung, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota secara langsung sebesar -0,298 dan secara tidak langsung melalui kepuasan anggota sebesar 0,10318.

Dilihat dari jumlah besaran pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota (langsung) lebih kecil daripada kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota (tidak langsung). Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa anggota KSU Syariah Al-Mizan dan BMT Istiqomah bisa loyal dengan kualitas pelayanan di KSU Syariah dan BMT Istiqomah dengan syarat anggota harus merasakan kepuasan terlebih dahulu yang diberikan oleh KSU Syariah dan BMT maka mereka akan bersifat loyalitas.

Hasil koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif

terhadap kepuasan anggota KSU Syariah Al-Mizan Wlingi Blitar dan BMT Istiqomah Tulungagung yang artinya jika kualitas pelayanan yang dalam penelitian ini diprosikan keramahan, keuletan dan tidak deskirminatif dalam pelayanan semakin bagus maka kepuasan anggota akan semakin meningkat.

Hasil hubungan positif dalam penelitian ini didukung oleh Rachmad Hidayat yang menyatakan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa dengan mewujudkan suatu layanan yang berkualitas yang bermuara pada kepuasan nasabah, bank harus mampu mengidentifikasi siapa nasabahnya sehingga mampu memahami tingkat persepsi dan harapan nasabah atas kualitas layanan.⁸²

Seperti teori Kotler yang menyebutkan bahwa kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa⁸³ Kualitas jasa dilihat dari persepsi dan kebutuhan anggotanya. Kepuasan anggota merupakan perbandingan antara persepsi dengan harapan anggota terhadap layanan perbankan yang dirasakan anggota. Meningkatnya kualitas pelayanan sehingga pelanggan menjadi puas.

⁸²Rachmad Hidayat, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri.....*

⁸³Arista Atmadjati, *Layanan Prima dalam Praktik Saat Ini...*

B. Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Anggota Secara Langsung Maupun Tidak Langsung KSU Syariah Al-Mizan Wlingi Blitar dan di BMT Istiqomah Tulungagung

Berdasarkan pengujian data di KSU Syariah Al-Mizan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas anggota secara langsung sebesar 0,516 dan secara tidak langsung melalui kepuasan anggota sebesar 0,13736. Sedangkan di BMT Istiqomah Tulungagung, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas anggota secara langsung sebesar 0,448 dan secara tidak langsung melalui kepuasan anggota sebesar 0,091784.

Dilihat dari jumlah besaran pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas anggota (langsung) lebih besar daripada kualitas produk terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota (tidak langsung). Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa anggota KSU Syariah Al-Mizan dan BMT Istiqomah bisa loyal dengan kualitas produk di KSU Syariah dan BMT Istiqomah dengan tanpa syarat anggota langsung akan loyal tanpa adanya kepuasan terlebih dahulu.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dandy Kurnia, dari penelitiannya diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan.⁸⁴ Hasil dari analisis penelitian tersebut

⁸⁴Dandy Kurnia, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah, Nilai Bagi Nasabah, dan Reputasi Perusahaan Pada Bank BUMN*, (Universitas Gundarma: jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Vol.10 No. 12 Tahun 2016) hlm.06, dalam <https://ejournal.gundarma.ac.id/index.php/ugjournal/article/view/1502> diakses 16 Juli 2019

mengindikasikan bahwa kualitas produk dan kepuasan nasabah. Pengaruh tersebut menunjukkan adanya peran kualitas produk sebagai faktor pendorong keberhasilan pembentukan kepuasan nasabah bank BUMN. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa penilai kualitas suatu produk perbankan adalah nasabah atau anggota. Semakin puas seseorang anggota dalam mengkonsumsi suatu produk di KSU Syariah Al-Mizan dan BMT Istiqomah Tulungagung maka dapat dikatakan semakin berkualitas produk tersebut. Teori lain yang mendukung yang dikemukakan oleh Juran. Bahwa, kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.⁸⁵

Begitu pula yang dikemukakan dalam penelitian Ifrina Kurniasari.⁸⁶ Bahwa kualitas produk dengan kepuasan bernilai positif, hal tersebut menunjukkan bahwa semakin besar kualitas produk yang diberikan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

C. Apakah Kedua-duanya Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Anggota di KSU Syariah Al-Mizan Wlingi Blitar dan di BMT Istiqomah Tulungagung

Berdasarkan pengujian data di KSU Syariah Al-Mizan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk kedua-duanya berpengaruh terhadap kepuasan anggota sebesar 1,00. Sedangkan di BMT Istiqomah Tulungagung, hasil penelitian

⁸⁵Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu, ...*

⁸⁶Ifrina Kurniasari, dkk, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening, ...*

menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk kedua-duanya berpengaruh terhadap kepuasan anggota sebesar 1,00.

Dilihat dari jumlah besaran pengaruh kedua-duanya kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan anggota di KSU Syariah Al-Mizan dan BMT Istiqomah jumlahnya sama.

Penelitian yang dilakukan oleh Ifrina Kurniasari, dkk juga menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.⁸⁷ Artinya disini bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan dan kualitas produk yang berhasil diciptakan oleh KSU Syariah Al-Mizan dan BMT Istiqomah, maka akan mendorong peningkatan kepuasan anggota itu sendiri, demikian pula sebaliknya.

Rachmad Hidayat juga mengatakan dalam penelitiannya bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan.⁸⁸ Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh Bank Mandiri di Jawa Timur maka nasabah semakin merasa puas terhadap produk Bank Mandiri di Jawa Timur. Dalam penelitian tersebut yang menjadi pengukur variabel kualitas produk terbesar yaitu indikator *serviceability*.

⁸⁷Ifrina Kurniasari, dkk, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening*, (Universitas Diponegoro Semarang: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis) vol. 5, No. 3, 2015 dalam <https://ejournal3.undip.ac.id> diakses 16 Juli 2019

⁸⁸Rachmad Hidayat, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri....*

D. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Anggota Berpengaruh Sigifikan Terhadap Loyalitas Anggota di KSU Syariah Al-Mizan Wlingi Blitar dan di BMT Istiqomah Tulungagung

Berdasarkan pengujian data di KSU Syariah Al-Mizan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan , kualitas produk dan kepuasan anggota berpengaruh terhadap loyalitas anggota sebesar 1,00 .Sedangkan di BMT Istiqomah Tulungagung, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan anggota berpengaruh terhadap loyalitas anggota sebesar 1,00.

Dalam penelitian Evi Oktaviani Satriyani ⁸⁹ yang menyatakan bahwa semakin baik tingkat kualitas pelayanan yang diberikan bank kepada nasabahnya akan membuat loyalitas nasabah terhadap Bank Muamalat di Surabaya semakin tinggi. Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Artur Avila .

Dalam teori kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota Parasuraman menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan konsep yang terdiri dari lima dimensi, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empaty*. Lima dimensi ini sangat berperan dalam membentuk tingat loyalitas pelanggan. Dimensi *tangible* yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti fasilitas fisik, perlengkapan, keramahan pegawai akan mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan.

⁸⁹Evi Oktaviani Satriyani, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Di Surabaya*, (Surabaya: STIE Perbanas, Vol.2, No. 2, 2012), hlm 180 , dalam <https://journal.perbanas.ac.id> diakses pada 16 Juli 2019

Semakin konsumen merasakan nilai *tangible* yang diberikan perusahaan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan tersebut.⁹⁰ Didalam penelitian ini indikator *tangible*, hasilnya juga sangat kuat dalam menentukan kualitas pelayanan pada KSU Syariah Al-Mizan dan BMT Istiqomah.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rahmat Yuli Setiawan⁹¹ sama halnya dengan penelitian ini yaitu nasabah lebih menyukai produk-produk dengan system bagi hasil. Hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachmad Hidayat.⁹² KSU Syariah Al-Mizan dan BMT Istiqomah memang sudah baik dan dapat ditangkap oleh masyarakat, khususnya anggota KSU Syariah dan BMT. Memberikan produk yang dapat memuaskan dan meningkatkan rasa kepercayaan para anggota KSU Syariah Al-Mizan dan anggota BMT Istiqomah.

Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan Evi Oktaviani.⁹³ Dan penelitian yang dilakukan oleh Dandy Kurnia.⁹⁴

Semakin anggota merasa puas dengan yang diberikan oleh KSU Syariah kepada anggotanya akan membuat loyalitas anggota terhadap KSU

⁹⁰Yudha Wahyu Utomo, *Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Konsumen pada PT. Adira Quantum Multifinance di Salatiga*, (Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana Fakultas Psikologi, 2014), dalam repository.uksw.edu diakses pada tanggal 22 Juni 2019

⁹¹ Rahmat Yuli Setiawan, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah pada KJKS BMT Barokah Tegalrejo....*

⁹²Rachmad Hidayat, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri....*

⁹³Evi Oktaviani, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Di Surabaya*

⁹⁴Dandy Kurnia, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah, Nilai Bagi Nasabah, dan Reputasi Perusahaan Pada Bank BUMN...*

Syariah Al-Mizan Wlingi Blitar. Kepuasan anggota merupakan perbandingan antara produk yang dirasakan dengan yang diprediksi sebelum produk dibeli atau dikonsumsi. Jika yang dirasakan anggota melebihi dugaannya, anggota akan merasa puas dan pelanggan akan menjadi pelanggan yang loyal, sebaliknya jika yang dirasakan lebih rendah dari harapannya, anggota akan merasa tidak puas. Loyalitas pelanggan merupakan tujuan utama dari setiap perusahaan untuk itu perusahaan harus mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hal ini diperkuat oleh teori Edvarderson⁹⁵ yaitu, kepuasan pelanggan merupakan faktor penting yang berkontribusi terhadap terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatkan kemauan atau reputasi baik dari perusahaan, mengurangi elastisitas harga, mengurangi biaya transaksi di masa depan, dan meningkatkan efisiensi dan produktivitas karyawan. Pada KSU Syariah Al-Mizan memang biaya administrasi yang minim dibanding lembaga-lembaga keuangan lainnya lebih tepatnya pada koperasi-koperasi lain. Sehingga anggota mempercayai keunggulan produk atau jasa KSU Syariah Al-Mizan dan BMT Istiqomah dibanding perusahaan lain yang menimbulkan sikap loyalitas ke KSU Syariah Al-Mizan dan BMT Istiqomah

⁹⁵Inggang Puwangsa Nuralam, *Manajemen Hubungan Pelanggan Perbankan Syariah Indonesia,*