

PENGARUH MUTU PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH DI BMT PAHLAWAN TULUNGAGUNG

OLEH:

AHMAD ROFIQ AZMIRRIZAL
NIM. 3223113005

Pembimbing: (H. Dede Nurohman, M.Ag)

ABSTRAK: banyak hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan nasabah, salah satunya dengan meningkatkan mutu pelayanan, yaitu dengan memberikan pelayanan dengan tanggap, dapat dipercaya, selalu memperhatikan apa yang dibutuhkan atau dikeluhkan oleh nasabah, memberikan fasilitas pelayanan yang baik, keindahan dan kerapihan tempat pelayanan juga perlu diutamakan, dan memaksimalkan setiap pelayanan yang diberikan. Dari hasil analisis data terbukti bahwa ada pengaruh mutu pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung..

Kata Kunci: Mutu Pelayanan, Tingkat Kepuasan Nasabah

Seiring dengan perkembangan zaman, persaingan di dunia bisnis di masa sekarang ini sangat ketat. Untuk meraih kesuksesan dalam persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kualitas mutu pelayanan yang baik agar nasabah merasa puas dengan produk yang ditawarkan. mutu pelayanan dan kepuasan nasabah merupakan satu kesatuan yang sulit dipisahkan, karena mutu pelayanan yang diberikan suatu perusahaan berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah.

Nasabah secara langsung atau tidak langsung akan memberikan penilaian terhadap jasa yang akan dibeli atau yang pernah dikonsumsi. Penilaian kinerja ini ternyata sangat erat hubungannya dengan penilaian kualitas produk. Konsumen membandingkan persepsi mereka atas kualitas produk setelah menggunakan produk tersebut sesuai dengan ekspektasi kinerja produk sebelum mereka membelinya. Tergantung pada bagaimana kinerja aktual dibandingkan dengan kinerja yang diharapkan, mereka akan mengalami emosi yang positif, negatif atau netral. Tanggapan emosional ini bertindak sebagai masukan atau input dalam persepsi kepuasan atau ketidakpuasan menyeluruh mereka.

Tingkat kepuasan atau ketidakpuasan ini juga akan dipengaruhi oleh evaluasi konsumen atas ekuitas pertukaran, serta oleh atribusi mereka terhadap kinerja produk.¹ Evaluasi dilakukan berdasarkan penilaian keseluruhan antara apa yang diterima dan dialami dibandingkan dengan

¹Michael Minor, *Perilaku Konsumen Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2002), hal 89.

yang diharapkan.² Pada dasarnya kepuasan nasabah mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Dan hakikatnya kepuasan nasabah merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan nasabah.³ Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan maka nasabah merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan maka niscaya nasabah merasa puas. Dan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka nasabah akan merasa sangat puas. Mutu pelayanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan nasabah.

Mutu pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan pihak perusahaan. Apabila sudah terjalin ikatan, maka nasabah akan memilih perusahaan tersebut dan ketika mereka datang di perusahaan itu, mereka sudah mempunyai harapan tentang layanan macam apa yang akan diperoleh (diterima) berdasarkan pengalamannya, komunikasi dari mulut ke mulut yang pernah didengarnya, informasi lain yang pernah diterima serta dipengaruhi oleh kebutuhannya. Sehingga layanan yang pernah dialami ini akan menjadi standar perbandingan layanan yang diterima sekarang.⁴

Mutu adalah sesuatu yang unggul, dan bernilai tinggi, (ukuran) baik buruk atau derajat (kepandaian, kecerdasan), kualitas.⁵ Penafsiran tersebut jika diselaraskan dengan pelayanan akan dapat diartikan sebagai tingkat keseragaman yang dapat diramalkan dan diandalkan, disesuaikan dengan kebutuhan serta dapat diterima oleh pelanggan (*customer*). Menurut Garvin, definisi mutu juga seharusnya bergeser sebagai barang dan jasa, berpindah melalui proses desain dan transformasi dan menuju titik pengiriman. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.⁶ Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen atau pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan.

Setiap karyawan bank diuntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya. Agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah, mereka harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh seperti etiket pelayanan, pengenalan produk dan dasar dasar pelayanan lainnya. Dasar-dasar pelayanan yang perlu dikuasai oleh seorang karyawan bank adalah:

- a. Berpakaian dan berpenampilan yang rapi dan bersih.

²Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008),hal 118.

³Freddy Rangkuti, *Pengukuran Kepuasan Konsumen*,(Jakarta: Gramedia Pustaka, 2000)hal 23.

⁴*Ibid.*,hal 120.

⁵Emilia Setyoningtyas, *Kamus Trendy Bahasa Indonesia*. (Surabaya: Apollo, 2002), hal. 311

⁶Kasmir, *Etika Customer Service...*, hal. 15

- b. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum.
- c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal.
- d. Tenang, sopan, hormat, dan tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
- e. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.
- f. Bergairah dalam melayani nasabah dan menunjukkan kemampuannya.
- g. Jangan menyela atau memotong pembicaraan.
- h. Mampu menyakini nasabah serta memberikan keputusan.
- i. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, maka mintalah bantuan kepada petugas lain yang mampu.
- j. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan harus melayani.⁷

Secara umum, seorang karyawan atau staf pelayanan di larang untuk melakukan hal-hal yang tercela. Hal-hal tersebut antara lain sebagai berikut:

- a. Dilarang berpakaian sembarangan.
- b. Dilarang melayani nasabah sambil makan, minum, merokok dan mengunyah permen karet.
- c. Dilarang melayani nasabah sambil mengobrol dengan pegawai lain.
- d. Dilarang menampakkan wajah cemberut, dan sedih di hadapan nasabah.
- e. Dilarang untuk berdebat secara kasar dengan nasabah.
- f. Dilarang berbicara dengan volume yang terlalu keras.
- g. Dilarang meminta imbalan atau janji-janji tertentu kepada nasabah.
- h. Dilarang berbicara terlalu pelan dan tidak jelas pada saat melayani nasabah.
- i. Dilarang keras meminta imbalan atau janji-janji tertentu kepada nasabah.⁸

Berdasarkan uraian di atas tentang pengertian mutu pelayanan, dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang bermutu dalam penelitian ini adalah suatu tindakan untuk melayani yang dilakukan oleh semua karyawan atau staf bagian pelayanan (*customer service*), teller dan bagian-bagian lainnya di *front office* dalam memenuhi kebutuhan nasabah dengan pelayanan yang prima dan memberikan nilai tambah seperti berpenampilan rapi dan sopan, bersikap ramah tamah, mendengarkan dan tidak menyela saat nasabah berbicara, serta memberikan rasa yakin sehinggamenimbulkan sebuah kepuasan terhadap nasabah BMT Pahlawan Tulungagung.

Kualitas layanan (*service quality*) berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, positioning, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa.⁹

Adas lima dimensi utama yang disusun sesuai tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:¹⁰

⁷Kasmir, *Manajemen Perbankan*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003) hal. 219

⁸Kasmir, *Pemasaran Bank*. (Jakarta: Prenada Media, 2004), hal. 198

⁹Fandi T., Ph.D dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*. (Yogyakarta: Andi, 2011), hal. 162

- a. *Responsive* (daya tanggap) adalah suatu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
- b. *Reliability* (*kehandalan*) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya.
- c. *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan., ketrampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.
- d. *Emphaty* (perhatian) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para konsumen.
- e. *Tangible* (kemampuan fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal lainnya yang bersifat fisik. ¹¹

Seorang konsumen yang puas adalah konsumen yang mendapatkan value (nilai) dari pemasok, produsen atau penyedia jasa, value ini bisa berasal dari produk pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Sebagaimana yang di kutip oleh Richard Okuer, bahwa “Kepuasan konsumen adalah respon pemenuhan dari konsumen, kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk dan pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan darimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.”¹² Dalam persaingan perbankan yang semakin ketat, faktor kepuasan pelanggan menjadi perhatian yang serius. Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dalam rangka bertahan dalam bisnis dan persaingan. Berikut definisi beberapa ahli tentang kepuasan pelanggan Menurut Kotler-Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran menyatakan bahwa : “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.”¹³

Menurut Wilkie dikutip dari Tjiptono menyatakan bahwa : “Kepuasan adalah sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.”¹⁴ Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.”

Dalam penelitian ini kepuasan pelanggan yang dipergunakan adalah menurut pendapat Buchari Alma yang meliputi kinerja yang diharapkan konsumen dan harapan konsumen, jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas, jika kinerja melebihi harapan, maka

¹⁰*Ibid.*, hal. 198

¹¹Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hal. 44

¹²Handi Irawan. *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. (Jakarta: PT Elek media Komposindo, 2002) hal. 2

¹³Kotler-Keller.... 2009:177

¹⁴ Tjiptono Fandy, *Strategi Bisnis Pemasaran*. (Yogyakarta: Andi, 2008), hal. 24

pelanggan amat puas atau senang.¹⁵ Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukurandengan berbagai cara sebagai berikut :

- a. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “Ungkapkan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas
- b. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived dissatisfaction*).
- c. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan.
- d. Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importance/performance ratings*). Teknik ini dikenal pula dengan istilah *importance-performance analysis*.¹⁶

Kemunculan BMT sebagai organisasi yang relatif baru menimbulkan tantangan besar bagi BMT itu karena sebgaiian besar masyarakatnya telah menggunakan keuangan non syariah. Sebagai lembaga keuangan syariah, berdasarkan asas pancasila dan UUD 45, BMT harus berpegang teguh pada prinsip prinsip syariah. Keimanan menjadi landasan atas untuk mampu tumbuh dan berkembang. Keterpaduan mengisyaratkan adanya harapan untuk mencapai kesuksesan di dunia dan di akhirat juga keterpaduan antara sisi maal dan tamwil (sosial dan bisnis), juga keterpaduan antara fisik dan mentarl, rohani dan jasmani. Kekeluargaan dan kebersamaan berarti untuk mencapai kesuksesan tersebut diraih secara bersama, baik antara pengurus dan pengelola maupun dengan nasabah. Kemandiriian BMT tidak dapat hidup hanya bergantung pada uluran tangan atau fasilitas pemerintah, tetapi harus mampu berkembang secara mandiri dengan memanfaatkan meningkatnya partisipasi nasabah dan masyarakat terhadap lembaga tersebut, untuk itulah pola pengelolanya harus profesional . karena BMT mempunyai visi dan misi. BMT harus mengarah pada upaya untuk mewujudkan BMT menjadi lembaga yang mampu meningkatkan kualitas ibadah nasabah (ibadah dalam arti yang luas), sehingga mampu berperan sebagai wakil pengabdil Allah SWT, memakmurkan kehidupan nasabah pada khususnya dan masyarakat umumnya.¹⁷

BMT Pahlawan Tulungagung, yang bertempat di Jl. KHR Abdul Fatah (Ruko Pasar Ngemplak No. 33). Untuk menjaga eksistensinya, BMT Pahlawan Tulungagung juga tidak

¹⁵ Buchari Alma, *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum*. (Bandung: PT. Alfabeta, 2005), hal. 117.

¹⁶ *Ibid.*,

¹⁷ Muhammad Ridwan “*Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*” (Yogyakarta: UII Press, 2004). Hal 162-169

terlepas dari problematika dalam pemuasan nasabahnya. Sama seperti pada bank bank yang lain, BMT Pahlawan Tulungagung berupaya menerapkan pelayanan yang terbaik dan bermutu dalam melayani semua nasabahnya tanpa terkecuali. Dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabahnya, BMT Pahlawan Tulungagung memiliki standart yang sama dalam mengukur pelayanan yang bermutu. Adapun standart yang dimiliki oleh BMT Pahlawan Tulungagung adalah 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan berupa *Responsive* (daya tanggap), ketanggapan bagian pelayanan yakni kecepatannya dalam melayani nasabah sehingga nasabah tidak menunggu lama untuk mendapatkan pelayanan, kemudian yang kedua adalah *Reliability* (kehandalan), dalam melayani semua nasabahnya bagian pelayanan selalu berupaya memberikan pelayanan yang terbaik, setiap nasabah yang datang langsung disambut dengan salam dan ramah serta sopan, selain itu seperti pencatatan keuangan para nasabahnya yang dikerjakan secara sungguh-sungguh dan teliti agar tidak terjadi kesalahan. Yang ketiga adalah *Assurance* (jaminan), dimana bagian pelayanan selalu berupaya memberikan pelayanan sebaik-baiknya sehingga nasabah merasakan kepuasan dan kepercayaan terhadap pelayanan yang diberikan, kemudian *Emphaty* (perhatian), dilakukan oleh bagian pelayanan dalam memberikan perhatian yang sama pada semua nasabha tanpa membeda-bedakan, semua nasabah yang datang dilayani dengan cara yang sama sesuai etika dan eraturan yang diberikan. Yang terakhir adalah *Tangible* (berwujud), hal ini dapat dilihat dari bentuk fisik BMT Pahlawan Tulungagung sendiri bahwa selain peralatan yang canggih dan tempat yang bersih dan nyaman, semua bagian atau staf pelayanan berpenampilan rapi dan sopan serta menutup aurot sesuai kaidah Islam. Banyak hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan nasabah, salah satunya dengan meningkatkan mutu pelayanan, yaitu dengan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Memberikan pelayanan dengan tanggap, bersikap sopan dan dapat dipercaya, salalu memperhatikan apa yang dibutuhkan atau dikeluhkan oleh nasabah, memberikan fasilitas playanan yang baik, keindahan dan kerapihan tempat pelayanan juga perlu diutamakan, dan memaksimalkan setiap pelayanan yang diberikan.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan “penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*)”.¹⁸ Metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

¹⁸ Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2006), 11

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala”.¹⁹ Pendekatan penelitian asosiatif ini minimal terdapat dua variabel yang dihubungkan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis bentuk hubungan ini bersifat sebab akibat (Kausal), yaitu hubungan yang bersifat mempengaruhi dua variabel atau lebih.

Variabel-variabel yang digunakan untuk mengetahui pengaruh yang bersifat sebab akibat (kausal) antara variabel independen dengan variabel dependen ini ialah dengan proses penganalisaan data yang berupa data kuantitatif. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi sederhana dari variabel independen terhadap variabel dependen, yang masing-masing variabel telah diketahui nilai-nilainya sebagai petunjuk untuk mengetahui pengaruh dari variabel dependen baik terhadap variabel independen yang diteliti tersebut. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik dengan menggunakan regresi sederhana.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik sebuah kesimpulan. Dengan demikian populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada subjek atau objek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki.²⁰ yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BMT Pahlawan Tulungagung yang berjumlah 450 nasabah.

Suharsimi Arikunto mengatakan bahwa “sampel adalah bagian dari populasi”.²¹ Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Penelitian ini untuk menentukan jumlah sampel yang akan di ambil, karena jumlah populasi lebih dari 100 orang, maka penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling*. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus dari Taro Yamane atau Slovin adalah sebagai berikut:²²

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = (jumlah populasi = 450 responden)

d² = presisi (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 95%)

¹⁹Ahmad Tanzeh dan Suyitno, *Dasar-Dasar Penelitian*, (Surabaya: Lembaga Kajian Agama dan Filsafat (eLKAF), 2006), 45.

²⁰Ahmad Tanzeh, Suyitno, *Dasar-Dasar Penelitian*, (Surabaya:eLKAF, 2006), 50

²¹*Ibid.*, 117

²²Riduwan, *Pengantar Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 13.

Berdasarkan rumus tersebut di peroleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1} = \frac{450}{450.01^2 + 1} = \frac{450}{5.5} = 81.81 \text{ dibulatkan menjadi } 82.$$

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 82 responden.

Jadi berdasarkan perhitungan di atas sampel penelitiannya adalah 82 nasabah BMT Pahlawan Tulungagung.

Simple random sampling adalah pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi.²³ Jadi dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara acak tanpa pandang bulu atau tanpa memperhatikan strata dari nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung.

Adapun dalam penelitian ini diidentifikasi variabel, yaitu:

a. Variabel Bebas

Variabel bebas adalah variabel yang diduga sebagai penyebab munculnya variabel lain.²⁴ jika ada variabel bebas, maka ada pula variabel terikat, dan dengan kenaikan setiap unit variabel bebas terdapat pula kenaikan dalam variabel terikat ataupun sebaliknya.²⁵ Variabel bebas pada penelitian ini adalah “Mutu Pelayanan BMT Pahlawan Tulungagung” yang diberi simbol X.

b. Variabel Terikat

Variabel terikat adalah variabel respon atau output. Variabel terikat menjadi perhatian utama (sebagai faktor yang berlaku dalam pengamatan) dan sekaligus menjadi sasaran dalam penelitian.²⁶ Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah “Kepuasan Nasabah BMT Pahlawan Tulungagung” dan diberi simbol Y.

Teknik pengumpulan data dalam penelitiannya adalah

1. Angket

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.²⁷ Dalam melaksanakan teknik ini, peneliti akan menyebarkan angket kepada nasabah BMT Pahlawan Tulungagung sebagai sampel untuk dijawab selama beberapa waktu tertentu, kemudian dikumpulkan dan diperiksa kelengkapannya untuk nantinya diukur dengan skala Likert.

2. Dokumentasi

²³ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & Dengan* (Bandung: Alfabeta, 2010), 120

²⁴ Moch. Moechnilabib, *Dasar-Dasar Metodeologi Penelitian*. (Malang: Lembaga penelitian. 1997) hal. 34

²⁵ Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi Dan Praktis...*, hal. 38

²⁶ *Ibid.*, hal. 37

²⁷ Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. (Bandung: Alfabeta, 1999) hal. 135

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda, dan sebagainya.²⁸ Peneliti menggunakan metode dokumentasi untuk dijadikan alat pengumpul data dari sumber bahan tertulis yang terdiri dari dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitiannya.

Analisa data dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu tahap deskripsi, tahap uji persyaratan analisis, dan tahap pengujian hipotesis.

1) Tahap Deskripsi Data

Langkah-langkah yang dilakukan pada tahap deskripsi data, adalah menyiapkan data, yaitu data tentang mutu layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung, untuk selanjutnya di proses dengan bantuan program komputer (SPSS).

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menggunakan kelas interval dan frekwensi dan katagori. Ada empat kategori yang digunakan dalam penelitian ini untuk menggambarkan keadaan hasil penelitian dari sampel yang diolah, mulai dari katagori sangat baik, baik, cukup dan kurang. Data pengalaman mengajar dan sertifikasi guru yang dikumpulkan dari responden sebanyak 82 secara kuantitatif menunjukkan bahwa skor minimum yang didapat adalah 15 dan skor total maksimumnya adalah 75. Rentang jumlah skor maksimum yang mungkin diperoleh adalah $75-15= 60$. Interval kelas sebanyak empat, maka lebar kelas intervalnya adalah $60 : 4 = 15$.

2) Uji instrumen

Untuk instrument penelitian perlu dilakukannya uji validitas dan reliabilitas yang mana hal ini dilakukan hanya untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini sangat akurat dan dapat dijadikan sebagai pegangan untuk percaya. Menurut Arikunto “instrument data dikatakan memenuhi persyaratan sebagai alat pengumpul data adalah apabila sekurang-kurangnya instrument tersebut valid dan reliabel”.²⁹ valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang diukur sedang variabel berarti apabila instrumen dapat den Ajeng memberikan yang sesuai dengan kenyataan. Sebelum angket dibagikan koresponden, maka angket perlu di uji coba dulu kepada 30 responden.

a. Uji validitas instrument

Untuk menghindarkan perolehan data error perlu dilakukan uji validitas terhadap alat pengukuran. Dalam hal ini uji validitas ini penulis menerapkan konsultasi dengan tenaga ahli perihal alat ukur yang akan dipergunakan untuk menggali data dilapangan. Maka

²⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur...*, 231

²⁹ Arikunto, *Prosedur...*, 78

dengan demikian diharapkan alat ukur nantinya bisa memiliki nilai *varians error* yang kecil, sehingga dapat mendapatkan angka yang mendekati angka sebenarnya

Teknik pengujian ini yang akan diuji adalah validitas konstruksi dengan menggunakan uji analisis faktor dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total. Uji instrument kali ini dinyatakan valid jika $r > 0,361$ dengan $N=30$.³⁰ Menggunakan rumus korelasi *produc moment* yang dibantu dengan computer seri program statistic SPSS versi 16, dengan diketahui rumus *produc moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_1 y_1 - (\sum x_1)(\sum y_1)}{\sqrt{\{n \sum x_1^2 - (\sum x_1)^2\} \{n \sum y_1^2 - (\sum y_1)^2\}}}$$

Keterangan

r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y, dua variabel yang dikorelasikan

n = jumlah data

b. Uji reliabilitas instrumen

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila mengukur terhadap aspek yang sama. Untuk menguji realibilitas alat ukur ataupun hasil pengukuran, maka diterapkan uji coba instrument pengukuran data, dilakukan terhadap subyek penelitian. Pengujian ini menggunakan metode *Internal Consistensi* yaitu dengan cara diuji cobaan sekali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan *alphacronbach*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_1 = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

Keterangan

k = mean kuadrat antara subyek

$\sum S_i^2$ = mean kuadrat kesalahan

S_t^2 = varians total

Rumus untuk varians total dan varian item

$$S_t^2 = \frac{\sum x_i^2}{n} - \frac{(\sum x_1)^2}{n^2}$$

$$S_i^2 = \frac{JK_1}{n} - \frac{JK_s}{n^2}$$

Dimana

JK_1 = Jumlah kuadrat seluruh skor item

JK_s = Jumlah kuadrat subyek

³⁰ Sugiyono, *Statistik...*, 369

Statistik ini berguna untuk mengetahui apakah variabel pengukuran yang kita buat releabel atau tidak. Dikatakan releabel jika nilai alpha cronbach $>$ r- tabel, yaitu 0,361 dengan $N=30$.³¹

3) Analisis Uji Asumsi Klasik

Tahap pengujian persyaratan analisis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data yang didapatkan mengikuti atau mendekati hukum sebaran normal baku dari Gauss. Di sini peneliti menggunakan *uji kolmogorov-smirnov* satu sampel dengan *SPSS 21.0 for windows*, untuk menguji normalitas.

b) Uji Multikolinieritas

Uji asumsi dasar ini diterapkan untuk analisis regresi yang terdiri atas dua atau lebih variabel dimana akan diukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan atau pengaruh antar variabel melalui besaran koefisien korelasi (r). Dikatakan multikolinieritas jika koefisien korelasi antar variabel bebas (X) lebih besar dari 0.05. dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0.05.³²

c) Uji Heteroskedastisitas

Dalam persamaan regresi perlu diuji mengenai sama atau tidak varian dari residual observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut terjadi heteroskedastisitas dan jika variannya tidak sama atau berbeda tersebut terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titik hasil pengolahan data antara ZPRED dan SREID menyebar dibawah maupun di atas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur.

Heteroskedastisitas terjadi jika pada *scatterplot* titik-titiknya mempunyai pola yang teratur baik menyempit, melebar maupun bergelombang-gelombang.³³

d) Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik dipakai prediksi. Masalah autokorelasi timbul jika ada korelasi secara linier antara kesalahan pengganggu periode t (berada) dengan kesalahan pengganggu periode t-1 (sebelumnya). Salah satu ukuran dalam

³¹ Bambang Saeroji, *Riset dengan Pendekatan Kuantitatif* (Surakarta: UMS Press, 2005), 59

³² Danang Sunyoto dan Ari Setiawan, *Buku Ajar Statistik*, (Yogyakarta: Nuha Medika, 2013), 153.

³³ *Ibid.*, 157-158.

menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah -2 ($DW < -2$).
- 2) Terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada diantara -2 dan + 2 atau $-2 \leq DW \leq + 2$.
- 3) Terjadi autokorelasi negatif jika nilai DW di atas + 2 atau $DW > + 2$.

4) Regresi Sederhana

Penelitian ini ada dua macam hubungan antara dua variabel atau lebih, yaitu bentuk hubungan dan keeratan hubungan. Untuk mengetahui bentuk hubungan digunakan analisis regresi. "Analisis regresi dipergunakan untuk menelaah hubungan antara dua variabel atau lebih, terutama untuk menelusuri variabel yang modelnya belum diketahui dengan sempurna".³⁴ Kegunaan analisis regresi adalah "untuk meramalkan nilai variabel terikat (Y) apabila variabel bebasnya (X) dua atau lebih".³⁵

Regresi sederhana bertujuan untuk mempelajari hubungan antara dua variabel. Model regresi sederhana adalah " $\hat{y} = a + bx$, dimana, \hat{y} adalah variabel terikat dan X adalah variabel bebas, a adalah penduga bagi intersap (α), b adalah penduga bagi koefisien regresi (β), dan α , β adalah parameter yang nilainya tidak diketahui sehingga diduga menggunakan statistik sampel"

Rumus yang dapat digunakan untuk mencari a dan b adalah:

$$a = \frac{\sum Y - b \sum X}{.N} = \bar{Y} - b\bar{X}$$
$$b = \frac{N \cdot (\sum XY) - \sum X \sum Y}{.N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Keterangan:

\bar{Y}_i = rata-rata skor variable X

\bar{X}_i = rata-rata skor variabel y

Namun untuk memudahkan analisis regresi maka peneliti menggunakan perhitungan dengan *SPSS 17.0 for windows*.

Pengujian hipotesis

Uji t (Uji Koefisien Regresi Sederhana)

Uji t pada dasarnya menunjukkan ada tidaknya pengaruh satu variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Formulasi hipotesis:

- a. $H_0 : b_1 = 0$; artinya variabel bebas secara individual tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

³⁴*Ibid.*,

³⁵ Riduwan, *Skala Pengukuran...*, 152

- b. $H_a : b_i \neq 0$; artinya variabel bebas secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Untuk menguji kebenaran hipotesis tersebut digunakan statistik t yang dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{b}{Sb}$$

Keterangan :

b = Koefisien regresi

Sb = Standar deviasi (standar error) dari koefisien b

Tingkat signifikansi ditentukan dengan $\alpha = 5\%$. Perlu diketahui bahwa besaran yang sering digunakan dalam penelitian non eksakta untuk menentukan taraf nyata adalah 1%, 5%, 10%. Untuk mengetahui kebenaran hipotesis didasarkan pada ketentuan pengujian sebagai berikut:

- H_0 ditolak dan H_a diterima jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau jika $t_{\text{sig}} < \alpha$. H_0 ditolak berarti bahwa variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tidak bebas yang diteliti.
- H_0 diterima dan H_a ditolak jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ atau jika $t_{\text{sig}} > \alpha$. H_0 diterima berarti bahwa variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tidak bebas yang diteliti.

Untuk memudahkan peneliti dalam penghitungan statistik, digunakan bantuan program SPSS 21.0 for Windows.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif mutu pelayanan terhadap kepuasan Nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung

Mutu pelayanan yang diberikan pada nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung memiliki kecenderungan sangat baik yaitu 48 atau 59% nasabah. Sedangkan kepuasan nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung memperoleh pelayanan dengan sangat baik yaitu 24 atau 67% nasabah.

Hal ini sesuai menurut Garvin, definisi mutu juga seharusnya bergeser sebagai barang dan jasa, berpindah melalui proses desain dan transformasi dan menuju titik pengiriman. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.³⁶ Sedangkan tujuan memberikan

³⁶Kasmir, *Etika Customer Service...*, hal. 15

pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen atau pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan.

2. Analisis Regresi mutu pelayanan terhadap kepuasan Nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung

Ada mutu layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung berdasarkan penghitungan menunjukkan : $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.130 > 1.664$). Nilai signifikansi t untuk mutu pelayanan adalah 0.036 dan nilai tersebut lebih kecil daripada probabilitas 0,05 ($0,036 < 0,05$). Dengan demikian, pengujian menunjukkan H_0 ditolak H_a diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan dari hasil tersebut yang memperlihatkan bahwa ada pengaruh mutu pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung.

Persamaan regresinya adalah $Y = 48.065 + 0,253 X_1$, Persamaan regresi di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut: 1) Konstanta sebesar 48.065, artinya jika mutu pelayanan (X) nilainya adalah 0, maka kepuasan nasabah (Y) nilainya sebesar 48.065. 2) Koefisien regresi variabel kepuasan nasabah sebesar 0,253; artinya jika kepuasan nasabah mengalami kenaikan, maka kepuasan nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,253. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara mutu pelayanan dengan kepuasan nasabah, semakin tinggi kepuasan nasabah maka semakin meningkatkan kepuasan nasabah.

Mutu pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan pihak perusahaan. Apabila sudah terjalin ikatan, maka nasabah akan memilih perusahaan tersebut dan ketika mereka datang di perusahaan itu, mereka sudah mempunyai harapan tentang layanan macam apa yang akan diperoleh (diterima) berdasarkan pengalamannya, komunikasi dari mulut ke mulut yang pernah didengarnya, informasi lain yang pernah diterima serta dipengaruhi oleh kebutuhannya. Sehingga layanan yang pernah dialami ini akan menjadi standar perbandingan layanan yang diterima sekarang.³⁷

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Erike Youlandha Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pasuruan” oleh (2010).³⁸ hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan keandalan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pasuruan.

Setiap karyawan bank diuntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya. Agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah, mereka harus memiliki

³⁷*Ibid.*, hal 120.

³⁸Erike Youlandha, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pasuruan” dalam <http://karya-ilmiah.um.ac.id/index.php/manajemen/article/view/9808>, diakses 30 September 2013

dasar-dasar pelayanan yang kokoh seperti etiket pelayanan, pengenalan produk dan dasar dasar pelayanan lainnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Setelah dilakukan analisis hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian tersebut, maka pada bagian ini akan diuraikan kesimpulan dari pembahasan dan juga saran-saran yang merupakan hasil dari data yang diperoleh peneliti di lapangan.

1. Mutu pelayanan yang diberikan BMT Pahlawan Tulungagung pada nasabah masuk dalam kategori sangat baik dari 82 responden yaitu 48 atau 59% nasabah merasakan mutu pelayanan yang sangat baik. Demikian juga kepuasan nasabah mencapai 24 atau 67% nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung memperoleh pelayanan dengan sangat baik.
2. Mutu layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung berdasarkan penghitungan menunjukkan: $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.130 > 1.664$). Nilai signifikansi t untuk mutu pelayanan adalah 0.036 dan nilai tersebut lebih kecil daripada probabilitas 0,05 ($0,036 < 0,05$). Dengan demikian, pengujian menunjukkan H_0 ditolak H_a diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan dari hasil tersebut yang memperlihatkan bahwa ada pengaruh mutu pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung.

Berdasarkan kesimpulan dan penelitian ini saran penelitiannya adalah:

1. Bagi BMT Pahlawan Tulungagung

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak BMT Pahlawan Tulungagung untuk terus memberikan pelayanan yang baik dan menganggap penting kepuasan nasabah, sehingga BMT Pahlawan Tulungagung menjadi bank yang berkualitas dalam segi mutu pelayanan yang pada akhirnya nasabah menjadi senang.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dalam bidang perbankan Islam khususnya dalam meningkatkan mutu pelayanan dan kepuasan nasabah.

3. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemacu semangat agar lebih giat belajar khususnya untuk mahasiswa IAIN Tulungagung.

DAFTAR RUJUKAN

- Michael Minor, *Perilaku Konsumen Jilid 2*, Jakarta: Erlangga, 2002
- Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008
- Freddy Rangkuti, *Pengukuran Kepuasan Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka, 2000
- Emilia Setyoningtyas, *Kamus Trendy Bahasa Indonesia*. Surabaya: Apollo, 2002
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003
- Kasmir, *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media, 2004
- Fandi T.,Ph.D dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi, 2011
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006
- Handi Irawan. *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elek media Komposindo, 2002
- Tjiptono Fandy, *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2008
- Buchari Alma, *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum*. Bandung: PT. Alfabeta, 2005
- Muhammad Ridwan “*Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*” Yogyakarta: UII Press, 2004
- Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2006
- Ahmad Tanzeh dan Suyitno, *Dasar-Dasar Penelitian*, Surabaya: Lembaga Kajian Agama dan Filsafat (eLKAF), 2006
- Ahmad Tanzeh, Suyitno, *Dasar-Dasar Penelitian*, Surabaya: eLKAF, 2006
- Riduwan, *Pengantar Statistika*, Bandung: Alfabeta, 2008
- Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & Dengan* Bandung: Alfabeta, 2010
- Moch. Moechnilabib, *Dasar-Dasar Metodeologi Penelitian*. Malang: Lembaga penelitian. 1997
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 1999
- Bambang Saeroji, *Riset dengan Pendekatan Kuantitatif* Surakarta: UMS Press, 2005
- Danang Sunyoto dan Ari Setiawan, *Buku Ajar Statistik*, Yogyakarta: Nuha Medika, 2013
- Erike Youlandha, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pasuruan” dalam <http://karya-ilmiah.um.ac.id/index.php/manajemen/article/view/9808> , diakses 30 September 2013