

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat BMT Pahlawan

Baitul Maal Wat Tamwil yang selanjutnya disingkat BMT adalah Lembaga Ekonomi (Keuangan) yang dioperasikan dengan sistem yang sesuai syariat Islam. BMT merupakan sebuah institusi yang menjalankan 2 kegiatan secara terpadu yakni sebagai Baitul Maal melakukan kegiatan sosial dakwah sedangkan Baitut tamwil melakukan kegiatan bisnis. Sebagai Baitut Tamwil, BMT bergerak dalam bidang peningkatan ekonomi masyarakat kecil dan kecil bawah (mikro) melalui kegiatan menghimpun berbagai jenis simpanan/tabungan dari anggota dan selanjutnya dikembangkan melalui pembiayaan, investasi atau penyertaan modal usaha bagi anggota lain yang membutuhkan. Sedangkan sebagai Baitul Maal, BMT juga merupakan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang melakukan kegiatan sosial yakni mendorong, menggerakkan dan menghimpun Zakat, Infaq dan Shodaqoh dari para Aghniya' yang kemudian disalurkan untuk kegiatan sosial membantu kaum dhuafa dan kegiatan dakwah.

Keberadaan BMT telah dicanangkan oleh Presiden RI sebagai Gerakan Nasional untuk mendukung usaha kecil di seluruh Indonesia. Pencanaan dilakukan di Jakarta pada tanggal 7 Desember 1995. Sebagai pedoman awal operasional, BMT berada dibawah Pembinaan Pusat Inkubasi Bisnis Usaha

Kecil (PINBUK) dan memperoleh legalitas (Badan Hukum) dari Menteri Koperasi Pengusaha Kecil dan Menengah. PINBUK merupakan satu-satunya lembaga yang telah mendapat persetujuan dari Bank Indonesia (BI) untuk membina, mengawasi dan mengembangkan BMT-BMT di seluruh Indonesia. Persetujuan itu tertuang melalui Naskah No. 03/MOU/PHBK-PINBUK/VII/95.

Sebagaimana telah dipaparkan dimuka, bahwa BMT merupakan Balai Usaha Mandiri Terpadu yang berintikan Baitul Maal (Lembaga Sosial) dan Baitut Tamwil (Lembaga Usaha). Baitul Maal adalah institusi yang melakukan pengelolaan zakat, infaq, shodaqoh dan hibah secara amanah. Kegiatan yang dilakukan dalam bidang ini adalah mengumpulkan zakat, infaq, shodaqoh dan hibah kemudian disalurkan untuk membantu kaum dhuafa (8 asnaf) yaitu fakir, miskin, muallaf, sabilillah, ghorim, hamba sahaya, amil, musafir dan termasuk anak-anak yatim piatu dan masyarakat lanjut usia. Baitut Tamwil adalah institusi yang melakukan kegiatan usaha dengan mengumpulkan dana melalui penawaran simpoksus dan berbagai jenis simpanan/tabungan yang kemudian dikembangkan dalam bentuk pembiayaan dan investasi bagi usaha-usaha yang produktif.

BMT PAHLAWAN Tulungagung merupakan salah satu dari 5000 BMT yang bertebaran diseluruh tanah air. BMT PAHLAWAN hadir untuk memberdayakan ekonomi masyarakat kecil (akar rumput) sesuai syariah Islam, yakni sistem bagi hasil/tanpa bunga. BMT PAHLAWAN beroperasi sejak 10 Nopember 1996, diresmikan oleh Bapak Bupati Tulungagung dengan disaksikan oleh seluruh MUSPIDA dan para tokoh masyarakat di

Tulungagung. Dengan demikian sejak 10 Nopember 1996 BMT PAHLAWAN mulai bergerak membantu para pengusaha kecil yang ada disekitarnya. Dalam proses selanjutnya BMT Pahlawan memperoleh Badan Hukum Nomor : 188.4/372/BH/XVI.29/115/2010, tanggal 14 April 2010. Dengan menempati kantor di Jl.KHR Abdul Fattah (Komplek ruko pasar ngemplak no. 33) Tulungagung. BMT Pahlawan memberikan permodalan kepada para pengusaha kecil dan mikro dengan sistem bagi hasil. Dengan sistem ini mereka merasa lebih pas, sebab pemberian jasa tidak didasarkan kepada besarnya jumlah pinjaman. Namun didasarkan jumlah keuntungan mereka, dan jika usaha mereka rugi maka kerugian akan ditanggung bersama.

Dengan sistem syariah terbukti BMT Pahlawan makin berkembang dan diminati masyarakat sebagai lembaga keuangan alternatif. Jika pada saat berdirinya pada tahun 1996 BMT ini hanya bermodalkan 15 juta, kini dalam usianya yang 18 tahun asset BMT Pahlawan telah berkembang dan mencapai **Rp 31.674.381.467,-** dengan anggota binaan mencapai **11.896** orang. Mereka terdiri dari para pengusaha kecil, kecil bawah di segala sektor: perdagangan, perikanan, pengrajin, pertanian, PKL dan lain-lain. Anggota BMT juga terdiri dari para penyimpan dan para donatur, berada di seluruh pelosok Tulungagung. Sehingga tidak mengherankan jika untuk mempermudah pelayanan dan jangkauan, BMT mendekatkan diri dengan membuka cabang-cabang dan Pokusma di beberapa tempat yakni: Cabang Bandung di Ruko Stadion

Bandung, Cabang Gondang di Komplek Ruko Stadion Gondang, Cabang Ngunut dan Pokusma di Notorejo.¹²⁵

Tabel 4.1
Perkembangan Anggota BMT Pahlawan¹²⁶

	Anggota	Tahun 2013	Tahun 2014
1	Pendiri/Anggota Tetap	61 orang	61 orang
2	Penanam Saham	64 orang	63 orang
3	Penyimpan/Penabung	9.519 orang	10.337 orang
4	Penerima Pembiayaan	2.044 orang	1.435 orang
	Total	11.688 orang	11.896 orang

Sumber: data RAT BMT Pahlawan Tulungagung 2014

Dari Tabel 4.1 terlihat bahwa, setiap tahunnya perkembangan anggota di BMT Pahlawan mengalami peningkatan walaupun pada anggota pendiri/anggota tetap dan penerima pembiayaan. Namun, dalam hal ini penelitian difokuskan pada anggota penyimpan/penabung, dan dari Tabel 4.1 terlihat bahwa anggota penyimpan/penabung mengalami peningkatan yang cukup baik yaitu sebanyak 818 anggota atau sebesar 7,9% dari tahun 2013 ke 2014.

2. Visi Misi BMT Pahlawan

a. Visi BMT

Mewujudkan kualitas masyarakat disekitar BMT yang selamat, damai dan sejahtera dengan mengembangkan lembaga dan usaha BMT dan POKUSMA yang maju berkembang, terpercaya, aman, nyaman, transparan dan berhati – hati.

¹²⁵ *Ibid*, hal. 4-12

¹²⁶ *Ibid*, hal. 12

b. Misi BMT

Mengembangkan POKUSMA dan BMT yang maju berkembang, terpercaya, aman, nyaman, transparan, dan berhati – hati sehingga terwujud masyarakat di sekitar BMT yang selamat, damai dan sejahtera.

c. Tujuan BMT

Mewujudkan kehidupan keluarga dan masyarakat di sekitar BMT yang selamat, damai dan sejahtera.

3. Letak Geografis BMT Pahlawan

BMT Pahlawan Pusat yang beralamat di Jl.KHR Abdul Fattah (Komplek ruko pasar ngemplak no. 33) Tulungagung, jika dilihat letak geografisnya kantor BMT Pahlawan cukup strategis karena dekat dengan akses jalan raya dan dekat dengan Pasar Ngemplak sehingga mudah dijangkau dengan nasabah dan calon nasabah. Bangunan BMT Pahlawan pusat terletak bersebelahan dengan:

1. Sebelah Barat : Perum puri Permata
2. Sebelah Timur : Ruko pasar Ngemplak
3. Sebelah Selatan : Pasar Ngemplak
4. Sebelah Utara : Pemukiman Warga

4. Kondisi Fisik BMT Pahlawan

Kondisi fisik BMT Pahlawan Pusat adalah memiliki Gedung dengan Luas kurang lebih 4x8 meter berlantai 2 dengan rincian sebagai berikut :

1. Bagian depan kantor terdapat teras dengan ukuran 4 x 1 meter.

2. Bagian tengah kantor adalah ruang utama seluas 4 x 4 meter yang didalamnya terdapat sebuah meja front office dengan 3 buah computer, ruang tersebut digunakan sebagai tempat transaksi antara nasabah dan pihak BMT dan sebagai tempat administrasi keuangan.
3. Bagian belakang kantor terdapat ruang seluas 4 x 3 meter yang berfungsi sebagai ruang manajer dan ruang divisi data dan informasi disamping itu juga sebagai ruang istirahat.
4. Lantai atas (lantai 2) digunakan untuk menyimpan semua berkas-berkas kantor.

5. Bidang Kepengurusan BMT Pahlawan

Untuk menjalankan roda organisasi, BMT Pahlawan dikendalikan oleh 3 orang Dewan Pengawas dan 5 orang Dewan Pengurus sebagaimana berikut:¹²⁷

Dewan Pengawas

Pengawas Syari'ah	: Drs. H Murtadlo
Pengawas	: H. Mulyono, SH H. Chamim Badruzaman

Dewan Pengurus

Ketua	: Dr. H. Laitupa Abdul Mutalib, Sp. Pd
Wakil Ketua	: Drs. Affandi
Sekretaris	: Drs. H. Siswadi, MA
Wakil Sekretaris	: Dr. H. Anang Imam M, Mkes

¹²⁷ *Ibid.*, hal. 13

Bendahara : Hj. Ir. Harmi Sulistyorini

Untuk menjalankan usaha, dikendalikan oleh team manajemen yang dipimpin oleh manager umum dan 11 karyawan sebagai berikut:

Manager Umum : H. Nyadin, MAP

Kabag Keuangan : Dyah Iskandiana, S.Ag

Bagian pembukuan : Feri Yeti, SE

Bagian Pembiayaan : Mispono, SE

Bagian Data dan Informasi : Miftahul Jannah, SE

Bagian Monitoring dan Penagihan: Agus Efendi

Pimpinan Pokusma Notorejo : Juprianto, S.Ag

Bagian Administrasi : Dewi Khusnul Khotimah, SHi

Cabang Ngunut : Marathul Anisa, SE

Cabang Bandung : Nungky Suryandari, SHi

Cabang Gondang : Muhamad Fauzi, SHi

6. Bidang Usaha BMT Pahlawan

Sebagai mitra pengusaha kecil, BMT PAHLAWAN bertekad membantu mengurangi kemiskinan dengan meningkatkan ekonomi mereka.

Adapun kegiatan yang dilakukan yakni:¹²⁸

1. Pembiayaan
2. Menghimpun simpanan atau tabungan
3. Penghimpunan saham (simpanan pokok khusus)
4. Kegiatan mengelola ZIS dan kegiatan social dakwah.

¹²⁸ *Ibid.*, hal. 14

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan BMT Pahlawan Tulungagung yang berjumlah 8.000 nasabah. Adapun jumlah sample yang ditentukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 nasabah responden dengan teknik *probability sampling* dengan *sampel random* atau sampel acak dan perhitungan sampel dengan pendapat rumus Slovin. Setiap responden diberikan kuesioner untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan.

Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian, maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik responden. Adapun gambaran karakteristik responden dalam penelitian ini dibagi menjadi 6 karakteristik:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	45	45%
2	Perempuan	55	55%
	Total	100	100%

Sumber: data primer penelitian diolah, 2016

Dari tabel 4.2 diketahui bahwa, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada nasabah tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung didominasi oleh responden perempuan. Dimana responden dengan jenis kelamin perempuan dalam penelitian ini sebanyak 55 orang atau 55%. Sedangkan sisanya sebesar 45% atau 45 orang responden adalah berjenis kelamin laki-laki. Ada perbandingan jumlah nasabah tabungan laki-laki dan perempuan, dimana nasabah tabungan perempuan lebih banyak 10% dibandingkan laki-laki. Hal tersebut membuktikan bahwa, banyak perempuan

yang lebih gemar menabung daripada laki-laki, walaupun perbedaan dalam penelitian ini hanya 10%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	Kurang dari 25 tahun	18	18%
2	25 tahun - 40 tahun	49	49%
3	Lebih dari 40 tahun	33	33%
	Total	100	100%

Sumber: data primer penelitian diolah, 2016

Dari tabel 4.3 diketahui bahwa, karakteristik responden berdasarkan usia pada nasabah tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung didominasi oleh responden dengan rentang usia 25 tahun sampai 40 tahun. Dimana usia 25 tahun sampai 40 tahun sebanyak 49 orang atau 49%, usia lebih dari 40 tahun sebanyak 33 orang atau 33%, dan sisanya sebesar 18% atau 18 orang responden adalah usia kurang dari 25 tahun. Tingginya persentase nasabah tabungan pada rentang usia 25 tahun sampai 40 tahun membuktikan bahwa pada usia tersebut, orang-orang cenderung lebih produktif dalam mencari uang dan banyak mengalokasikan penghasilannya untuk banyak hal yang wajib dipenuhi, sehingga menabung adalah salah satu solusi meringankan beberapa kewajiban yang wajib dipenuhi.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	8	8%
2	SMP	17	17%
3	SMA	52	52%
4	Diploma/Sarjana	23	23%
	Total	100	100%

Sumber: data primer penelitian diolah, 2016

Dari tabel 4.4 diketahui bahwa, karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir pada nasabah tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung didominasi oleh responden lulusan SMA. Dimana nasabah tabungan lulusan SMA yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 52 orang atau 52%, lulusan Diploma/Sarjana sebanyak 23 orang atau 23%, lulusan SMP sebanyak 17 orang atau 17%, sedangkan sisanya sebesar 8% atau 8 orang responden adalah lulusan SD. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir ini menunjukkan bahwa BMT Pahlawan Tulungagung diminati dari berbagai kalangan, dari kalangan menengah keatas sampai kalangan menengah bawah.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Pegawai Negeri Sipil	4	4%
2	Pegawai Swasta	17	17%
3	Wiraswasta	43	43%
4	Pelajar/Mahasiswa	14	14%
5	Ibu Rumah Tangga	22	22%
	Total	100	100%

Sumber: data primer penelitian diolah, 2016

Dari tabel 4.5 diketahui bahwa, karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada nasabah tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung didominasi oleh responden dengan pekerjaan wiraswasta. Dimana nasabah tabungan dengan pekerjaan wiraswasta yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 43 orang atau 43%, ibu rumah tangga sebanyak 22 orang atau 22%, pegawai swasta sebanyak 17 orang atau 17%, pelajar/mahasiswa sebanyak 14 orang atau 14%, sedangkan sisanya sebesar 4% atau 4 orang responden adalah Pegawai Negeri Sipil. Tingginya persentase pekerjaan wiraswasta sebagai pekerjaan paling banyak dimiliki oleh nasabah tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung menunjukkan bahwa, rata-rata nasabah tabungan adalah orang-orang yang memiliki atau membuka usaha sendiri dibidangnya masing-masing, sehingga rata-rata dari mereka mampu menyisihkan sebagian penghasilannya untuk ditabung.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

No	Lama Menjadi Nasabah	Jumlah	Persentase (%)
1	Kurang dari 1 tahun	15	15%
2	1 – 3 tahun	21	21%
3	3 – 5 tahun	27	27%
4	Lebih dari 5 tahun	37	37%
	Total	100	100%

Sumber: data primer penelitian diolah, 2016

Dari tabel 4.6 diketahui bahwa, karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah pada nasabah tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung didominasi oleh nasabah tabungan yang lebih dari 5 tahun, yakni sebanyak 37 orang atau 37%, lama 3 sampai 5 tahun sebanyak 27 orang atau 27%, lama 1

sampai 3 tahun sebanyak 21 orang atau 21%, sedangkan sisanya sebesar 15% atau 13 orang responden adalah nasabah dengan lama menjadi nasabah kurang dari 1 tahun. Dengan tingginya persentase nasabah tabungan yang telah menabung di BMT Pahlawan Tulungagung selama 5 tahun lebih, hal ini menunjukkan bahwa banyak diantara nasabah tabungan adalah para nasabah yang loyal yang terus mempercayakan dananya di BMT Pahlawan Tulungagung, yang sudah lebih dari 5 tahun atau bahkan belasan tahun.

C. Deskripsi Variabel

Dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel bebas yaitu Komunikasi (X1), Kepercayaan (X2), Kepuasan (X3) dan variabel terikatnya adalah Loyalitas dan penelitian nasabah tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung. Berdasarkan hasil penelitian dari empat variabel yang diajukan, dapat diketahui gambaran tanggapan 100 nasabah tabungan sebagai responden. Dan berikut ini adalah tabel dan deskripsi tentang tanggapan dari responden nasabah tabungan:

Tabel 4.7

Data Deskripsi Variabel Komunikasi (X1)

INDIKATOR / ITEM	SKOR JAWABAN				
	5	4	3	2	1
1. Indikator Persepsi					
a. Teller BMT Pahlawan selalu benar dalam memprediksi kebutuhan saya sebagai nasabah tabungan	20	59	21	0	0
b. Informasi yang diberikan BMT Pahlawan kepada saya, dapat saya tanggapi dengan baik	24	75	1	0	0
2. Indikator Ketepatan					
a. Informasi yang diberikan BMT Pahlawan tepat sasaran	18	79	3	0	0

b. Saya selalu menanyakan hal-hal baru mengenai produk tabungan BMT Pahlawan	15	50	32	3	0
3. Indikator Kredibilitas					
a. Teller BMT Pahlawan menyampaikan informasi dengan keyakinan yang tinggi	33	57	10	0	0
b. Saya selalu mempercayai setiap informasi dari BMT Pahlawan	34	61	5	0	0
4. Indikator Pengendalian					
a. BMT Pahlawan menanggapi setiap keluhan saya mengenai produk tabungan	35	56	9	0	0
b. Tanggapan saya mengenai informasi tabungan BMT Pahlawan selalu positif	39	56	5	0	0
5. Indikator Keharmonisan					
a. Dalam berkomunikasi, BMT Pahlawan menggunakan tutur kata yang lembut	43	56	1	0	0
b. Komunikasi saya dengan karyawan BMT Pahlawan terjalin erat dan bersahabat	36	58	6	0	0
TOTAL F	297	607	93	3	0
TOTAL %	29,7%	60,7%	9,3%	0,3%	0%

Sumber: data primer penelitian diolah, 2016

Pada tabel 4.7 dapat diketahui bahwa, dari 100 responden nasabah tabungan jawaban yang tertinggi menyatakan setuju terhadap komunikasi yang dilakukan BMT Pahlawan Tulungagung. Dimana jawaban setuju sebanyak 607 butir atau 60,7% nasabah yang menjawab setuju, 297 butir atau 29,7% sangat setuju, 93 butir atau 9,3% netral, 3 butir atau 0,3% tidak setuju. Dengan tanggapan setuju pada setiap item pernyataan yang diajukan pada variabel komunikasi menunjukkan, bahwa komunikasi yang dilakukan BMT Pahlawan Tulungagung selama ini sudah baik dan mendapatkan tanggapan positif dari nasabah tabungan.

Tabel 4.8
Data Deskripsi Variabel Kepercayaan (X2)

INDIKATOR / ITEM PERNYATAAN	SKOR JAWABAN				
	5	4	3	2	1
1. Indikator Integritas					
a. BMT Pahlawan selalu memberikan informasi yang jujur	23	70	7	0	0
b. Semua data tabungan yang diberikan selama ini tidak ada manipulasi	27	71	2	0	0
2. Indikator Kompetensi					
a. Karyawan BMT Pahlawan memiliki pengetahuan yang mumpuni tentang produk tabungan	34	62	4	0	0
b. Karyawan BMT Pahlawan memiliki keterampilan melayani yang baik	37	61	2	0	0
3. Indikator Konsistensi					
a. Setiap janji yang diberikan BMT Pahlawan selalu dipenuhi	26	51	23	0	0
b. Bagi hasil dari tabungan saya selama ini selalu sesuai dengan yang saya harapkan	26	71	2	1	0
4. Indikator Loyalitas					
a. Saya selalu mentaati setiap peraturan dari produk tabungan BMT Pahlawan	25	64	11	0	0
b. Saya ingin tetap menggunakan produk tabungan BMT Pahlawan	21	78	1	0	0
5. Indikator Keterbukaan					
a. BMT Pahlawan selalu terbuka tentang produk yang ingin saya ketahui	15	67	18	0	0
b. Teller BMT Pahlawan melayani dengan sabar dan telaten	24	76	0	0	0
TOTAL F	258	671	70	1	0
TOTAL %	25,8%	67,1%	7%	0,1%	0%

Sumber: data primer penelitian diolah, 2016

Pada tabel 4.8 dapat diketahui bahwa, dari 100 responden nasabah tabungan jawaban yang tertinggi menyatakan setuju terhadap setiap item pernyataan pada variabel kepercayaan yang peneliti ajukan. Dimana jawaban setuju sebanyak 671 butir atau 61,7% nasabah yang menjawab setuju, 258 butir atau 25,8% sangat setuju, 70 butir atau 7% netral, 1 butir atau 0,1% tidak setuju. Dengan besarnya tanggapan setuju pada setiap item pernyataan yang

diajukan pada variabel kepercayaan menunjukkan bahwa, tingkat kepercayaan nasabah tabungan kepada BMT Pahlawan Tulungagung untuk mempercayakan dananya dan melakukan setiap transaksi tabungan sudah baik dan mendapatkan tanggapan positif dari nasabah.

Tabel 4.9
Data Deskripsi Variabel Kepuasan (X3)

INDIKATOR / ITEM PERNYATAAN	SKOR JAWABAN				
	5	4	3	2	1
1. Indikator Kualitas Produk					
a. Tabungan BMT Pahlawan memiliki kualitas yang baik	19	77	4	0	0
b. Buku tabungan dikemas simpel dan menarik	23	75	2	0	0
2. Indikator Harga					
a. Bagi hasil yang diberikan di BMT Pahlawan sudah sesuai dengan jumlah tabungan nasabah	26	71	3	0	0
b. Biaya administrasi sangat terjangkau	41	58	1	0	0
3. Indikator Kualitas Pelayanan					
a. Pelayanan Teller BMT Pahlawan sangat baik dan ramah	51	47	2	0	0
b. Komputer yang digunakan Teller melayani mempercepat pelayanan	28	63	9	0	0
4. Indikator Faktor Emosi					
a. Saya bangga memiliki produk tabungan di BMT Pahlawan	23	57	20	0	0
b. Selama ini, hasil tabungan saya di BMT Pahlawan sangat bermanfaat	44	50	6	0	0
5. Indikator Kemudahan					
a. Transaksi penyetoran dan penarikan tabungan sangat mudah	42	55	3	0	0
b. Transaksi di BMT Pahlawan sangat mudah	38	59	3	0	0
TOTAL F	335	612	53	0	0
TOTAL %	33,5%	61,2%	5,3%	0%	0%

Sumber: data primer penelitian diolah, 2016

Pada tabel 4.9 dapat diketahui bahwa, dari 100 responden nasabah tabungan jawaban yang tertinggi menyatakan setuju terhadap setiap item pernyataan pada variabel kepuasan yang peneliti ajukan. Dimana jawaban

setuju sebanyak 612 butir atau 61,2% nasabah yang menjawab setuju, 335 butir atau 33,5% sangat setuju, 53 butir atau 5,3% netral. Dengan besarnya tanggapan jawaban setuju pada setiap item pernyataan yang diajukan pada variabel kepuasan menunjukkan bahwa, tingkat kepuasan nasabah tabungan kepada BMT Pahlawan Tulungagung dalam melakukan setiap transaksi cukup tinggi. Hal tersebut juga terbukti dari banyaknya nasabah tabungan yang ada di BMT Pahlawan Tulungagung, baik dari yang baru menggunakan jasa tabungan, maupun nasabah lama yang menggunakan produk tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung.

Tabel 4.10

Data Deskripsi Variabel Loyalitas (Y)

INDIKATOR / ITEM PERNYATAAN	SKOR JAWABAN				
	5	4	3	2	1
1. Indikator melakukan pembelian secara teratur					
a. Saya tidak tertarik dengan produk tabungan lain diluar BMT Pahlawan	19	71	9	1	0
b. Saya akan selalu mempercayakan dana tabungan saya di BMT Pahlawan	29	57	13	1	0
c. Saya menabung di BMT Pahlawan secara rutin	31	53	13	3	0
2. Indikator membeli diluar lini produk atau jasa					
a. Saya ingin mencoba produk selain tabungan di BMT Pahlawan	38	57	12	3	0
b. Saya ingin memiliki deposito dan pembiayaan di BMT Pahlawan	30	51	19	0	0
3. Indikator mereferensikan produk perusahaan kepada orang lain					
a. Saya sudah merekomendasikan produk BMT Pahlawan kepada kerabat/keluarga/teman	31	56	12	1	0
b. Saya akan merekomendasikan produk BMT Pahlawan kepada kerabat/keluarga/teman	21	61	18	0	0

4. Indikator Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing					
a. Saya sering membicarakan hal-hal yang positif tentang BMT Pahlawan	14	43	43	0	0
b. Produk tabungan di BMT Pahlawan lebih unggul dari BMT lain di Tulungagung	28	59	13	0	0
c. Banyak keuntungan yang saya rasakan menggunakan produk tabungan	31	54	15	0	0
TOTAL F	262	562	167	9	0
TOTAL %	26,2%	56,2%	16,7%	0,9%	0%

Sumber: data primer penelitian diolah, 2016

Pada tabel 4.10 dapat diketahui bahwa, dari 100 responden nasabah tabungan jawaban yang tertinggi menyatakan setuju terhadap setiap item pernyataan pada variabel loyalitas yang peneliti ajukan. Dimana jawaban setuju sebanyak 562 butir atau 56,2% nasabah yang menjawab setuju, 262 butir atau 26,2% sangat setuju, 167 butir atau 16,7% netral, 9 atau 0,9% tidak setuju. Dengan persentase lebih dari 50% atau sebesar 56,2% pada tanggapan setuju, menunjukkan bahwa lebih dari separuh nasabah tabungan yang menjadi responden disini memiliki loyalitas yang cukup tinggi, untuk terus-menerus dan kembali lagi menggunakan produk tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung.

D. Hasil Analisis

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument

a. Uji Validitas

Pengujian pada item - item pernyataan yang diujikan pada responden diuji dengan uji validitas, pengujian vaaliditas dimaksudkan untuk

menentukan suatu item layak digunakan atau tidak dalam penelitian. Teknik analisis yang digunakan dalam uji validitas dilakukan dengan menggunakan *pearson correlation* dan bantuan *software SPSS for window Versi 20*. Dari uji validitas didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
Komunikasi	Pernyataan 1	,593	Valid
	Pernyataan 2	,565	Valid
	Pernyataan 3	,448	Valid
	Pernyataan 4	,353	Valid
	Pernyataan 5	,601	Valid
	Pernyataan 6	,537	Valid
	Pernyataan 7	,406	Valid
	Pernyataan 8	,487	Valid
	Pernyataan 9	,406	Valid
	Pernyataan 10	,515	Valid
Kepercayaan	Pernyataan 1	,490	Valid
	Pernyataan 2	,551	Valid
	Pernyataan 3	,445	Valid
	Pernyataan 4	,391	Valid
	Pernyataan 5	,588	Valid
	Pernyataan 6	,457	Valid
	Pernyataan 7	,568	Valid
	Pernyataan 8	,439	Valid
	Pernyataan 9	,404	Valid
	Pernyataan 10	,430	Valid
Kepuasan	Pernyataan 1	,533	Valid
	Pernyataan 2	,569	Valid
	Pernyataan 3	,423	Valid
	Pernyataan 4	,403	Valid
	Pernyataan 5	,493	Valid
	Pernyataan 6	,456	Valid
	Pernyataan 7	,405	Valid
	Pernyataan 8	,602	Valid
	Pernyataan 9	,564	Valid
	Pernyataan 10	,439	Valid
Loyalitas	Pernyataan 1	,319	Valid
	Pernyataan 2	,340	Valid
	Pernyataan 3	,308	Valid

	Pernyataan 4	,376	Valid
	Pernyataan 5	,467	Valid
	Pernyataan 6	,415	Valid
	Pernyataan 7	,441	Valid
	Pernyataan 8	,438	Valid
	Pernyataan 9	,318	Valid
	Pernyataan 10	,371	Valid

Sumber: data SPSS penelitian diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel di atas, seluruh item pada setiap variabel adalah valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dibandingkan 0,3. Sehingga, dalam penelitian ini semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Untuk menghitung reabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*. Dari uji reliabilitas dengan bantuan *software SPSS for window Versi 20* didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.12

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Croanbach Alpha	Keterangan
Komunikasi	,806	Sangat Reliabel
Kepercayaan	,800	Reliabel
Kepuasan	,807	Sangat Reliabel
Loyalitas	,720	Reliabel

Sumber: data SPSS penelitian diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas, nilai *croanbach alpha* untuk masing masing variabel variabel adalah sebagai berikut:

- 1) Komunikasi sangat reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *croanbach alpha* yang sangat reliabel yaitu 0,81 – 1,00. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel komunikasi mempunyai nilai 0,806.
- 2) Kepercayaan reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *croanbach alpha* yang reliabel yaitu 0,61 – 0,80. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel kepercayaan mempunyai nilai 0,800.
- 3) Kepuasan sangat reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *croanbach alpha* yang sangat reliabel yaitu 0,81 – 1,00. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel kepuasan mempunyai nilai 0,807.
- 4) Loyalitas reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *croanbach alpha* yang reliabel yaitu 0,61 – 0,80. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel loyalitas mempunyai nilai 0,720.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Pada uji normalitas dapat digunakan uji normalitas data menggunakan Kolmogorov-Smirnov dan kurva *Normal P-P Plots*. Dari uji normalitas dengan bantuan *software SPSS for window Versi 20* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas

		Komunikasi	Kepercayaan	Kepuasan	Loyalitas
N		100	100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	42,00	41,87	42,82	40,89
	Std. Deviation	3,490	3,212	3,286	3,598
Most Extreme Differences	Absolute	,123	,124	,118	,088
	Positive	,123	,124	,118	,088
	Negative	-,066	-,094	-,063	-,052
Kolmogorov-Smirnov Z		1,228	1,239	1,182	,878
Asymp. Sig. (2-tailed)		,098	,093	,123	,424

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: data SPSS penelitian, 2016

Dari tabel uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel berdistribusi normal, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) yang lebih dari 0,05. Variabel komunikasi memiliki nilai signifikansi $0,98 > 0,05$, variabel kepercayaan memiliki nilai signifikansi $0,93 > 0,05$, variabel kepuasan memiliki nilai signifikansi $0,123 > 0,05$, dan variabel loyalitas memiliki nilai signifikansi $0,424 > 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua variabel berdistribusi normal, sehingga dapat dilakukan penelitian selanjutnya.

b. Uji Multikolinearitas

Dengan uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui gejala korelasi antar variabel bebas yang ditunjukkan dengan korelasi yang signifikan antar variabel bebas. Dimana dapat dideteksi dengan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dari uji multikolinearitas

dengan bantuan *software SPSS for window Versi 20* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 KOMUNIKASI	,499	2,005
KEPERCAYAAN	,429	2,331
KEPUASAN	,534	1,874

a. Dependent Variable: LOYALITAS

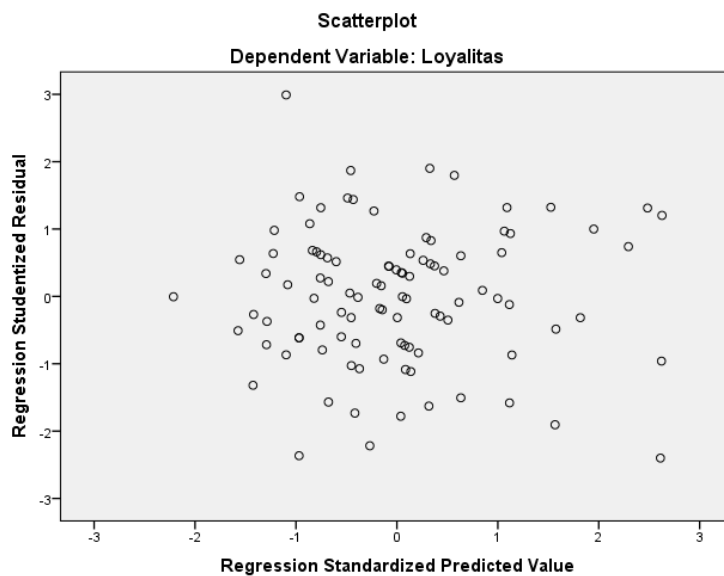
Sumber: data SPSS penelitian, 2016

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas, dapat diketahui bahwa nilai VIF adalah: 2,005 (variabel komunikasi); 2,331 (variabel kepercayaan); 1,874 (variabel loyalitas). Hasil ini menunjukkan, bahwa variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas, karena semua hasil nilai VIF lebih dari 0,1 dan lebih kecil dari 10.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dari uji heteroskedastisitas dengan bantuan *software SPSS for window Versi 20* didapatkan hasil sebagai berikut:

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data SPSS penelitian, 2016

Dari gambar diatas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y (loyalitas). Hal ini berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi ini layak dipakai.

3. Analisis regresi linier berganda

Analisis statistik inferensial yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi linier berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua variabel dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen. Secara ringkas hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji regresi linier Berganda

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,447	4,252		2,222	,029
KOMUNIKASI	,011	,118	,011	,095	,924
KEPERCAYAAN	,452	,138	,403	3,273	,001
KEPUASAN	,282	,121	,257	2,327	,022

a. Dependent Variable: LOYALITAS

Sumber: data SPSS penelitian, 2016

Berdasarkan hasil uji regresi linier linier berganda pada tabel 4.14 maka dapat diperoleh hasil persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

atau

$$Y = 9,447 + 0,11X_1 + 0,452X_2 + 0,282X_3$$

Penjelasan dari persamaan fungsi regresi linear berganda di atas adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (a) adalah 9,447. Artinya jika komunikasi, kepercayaan dan kepuasan dalam keadaan konstan, maka loyalitas nilainya positif yaitu sebesar 9,447 satuan.
- b. Nilai koefisien regresi variabel komunikasi (b_1) bernilai positif, yaitu 0,11. Artinya bahwa setiap peningkatan komunikasi sebesar satu satuan, loyalitas juga akan meningkat sebesar 0,11 satuan atau 11%, dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- c. Nilai koefisien regresi variabel kepercayaan (b_2) bernilai positif, yaitu 0,452. Artinya bahwa setiap peningkatan kepercayaan sebesar satu satuan,

loyalitas juga akan meningkat sebesar 0,452 satuan atau 45,2%, dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

- d. Nilai koefisien regresi variabel kepuasan (b_3) bernilai positif, yaitu 0,282. Artinya bahwa setiap peningkatan kepuasan sebesar satu satuan, loyalitas juga akan meningkat sebesar 0,282 satuan atau 28,2%, dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t / t-test

Uji t digunakan untuk menguji apakah pernyataan dalam hipotesis itu benar. Uji-t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen, pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Dari uji t dengan bantuan *software SPSS for window Versi 20* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.16

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9,447	4,252		2,222	,029
1 KOMUNIKASI	,011	,118	,011	,095	,924
KEPERCAYAAN	,452	,138	,403	3,273	,001
KEPUASAN	,282	,121	,257	2,327	,022

a. Dependent Variable: LOYALITAS

Sumber: data SPSS penelitian, 2016

Langkah-langkah pengujian Uji t sebagai berikut:

1) Variabel Komunikasi

(a) Merumuskan hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan komunikasi terhadap loyalitas nasabah pada BMT Pahlawan Tulungagung.

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan komunikasi terhadap loyalitas nasabah pada BMT Pahlawan Tulungagung.

(b) Menentukan t hitung

Dari output diperoleh t hitung sebesar 0,095

(c) Menentukan t tabel

$0,05/2 = 0,025$ (uji 2 sisi)

$df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$

t tabel = 1,985 / -1,985

(d) Kriteria pengujian

- Jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima
- Jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak

(e) Membuat kesimpulan

Karena nilai t hitung $< t$ tabel ($0,095 < 1,985$) maka H_0 diterima. Dan berdasarkan signifikansi t sebesar 0,924 yang lebih besar dari nilai α sebesar 0,05 ($0,924 > 0,05$), sehingga H_0 diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa komunikasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas.

2) Variabel Kepercayaan

(a) Merumuskan hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada BMT Pahlawan Tulungagung.

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada BMT Pahlawan Tulungagung.

(b) Menentukan t hitung

Dari output diperoleh t hitung sebesar 3,273

(c) Menentukan t tabel

$0,05/2 = 0,025$ (uji 2 sisi)

$df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$

t tabel = 1,985 / -1,985

(d) Kriteria pengujian

- Jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima
- Jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak

(e) Membuat kesimpulan

Karena nilai t hitung $>$ t tabel ($3,273 > 1,985$) maka H_0 ditolak. Dan berdasarkan signifikansi t sebesar 0,001 yang lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05 ($0,001 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas.

3) Variabel Kepuasan

(a) Merumuskan hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BMT Pahlawan Tulungagung.

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BMT Pahlawan Tulungagung.

(b) Menentukan t hitung

Dari output diperoleh t hitung sebesar 2,327

(c) Menentukan t tabel

$0,05/2 = 0,025$ (uji 2 sisi)

$df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$

t tabel = 1,985 / -1,985

(d) Kriteria pengujian

- Jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima
- Jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak

(e) Membuat kesimpulan

Karena nilai t hitung $>$ t tabel ($2,327 > 1,985$) maka H_0 ditolak. Dan berdasarkan signifikansi t sebesar 0,022 yang lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05 ($0,022 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas.

b. Uji F / F-test

Uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Dari uji F dengan bantuan *software SPSS for window Versi 20* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.17**Hasil Uji F**

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	480,183	3	160,061	19,169	,000 ^b
	Residual	801,607	96	8,350		
	Total	1281,790	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas

b. Predictors: (Constant), Kepuasan, Komunikasi, Kepercayaan

Sumber: data SPSS penelitian, 2016

Langkah-langkah uji F adalah sebagai berikut:

(a) Merumuskan hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan komunikasi, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BMT Pahlawan Tulungagung.

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan komunikasi, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada BMT Pahlawan Tulungagung.

(b) Menentukan F hitung

Dari output diperoleh F hitung sebesar 19,169

(c) Menentukan F tabel

$$df 1 = 4 - 1 = 3$$

$$df 2 = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$$

$$F \text{ tabel} = 2,699$$

(d) Kriteria pengujian

- Jika $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$ maka H_0 diterima
- Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak

(e) Membuat kesimpulan

Karena $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ ($19,169 > 2,699$) maka H_0 ditolak. Atau berdasarkan Signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang simultan (secara bersama-sama) antara komunikasi, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan BMT Pahlawan Tulungagung.

5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen (Komunikasi, Kepercayaan dan Kepuasan) terhadap variabel dependen (Loyalitas). Dari uji analisis koefisien determinasi dengan bantuan *software SPSS for window Versi 20* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,612 ^a	,375	,355	2,890

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Komunikasi, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: data SPSS penelitian, 2016

Pada tabel 4.18 terlihat bahwa angka *R Square* sebesar 0,375, ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel komunikasi (X1), kepercayaan (X2) dan kepuasan (X3) adalah kuat. Sedangkan angka *Adjusted R Square* sebesar 0,355 ini menunjukkan variabel komunikasi (X1), kepercayaan (X2) dan kepuasan (X3) secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas sebesar 35,5%, sedangkan sisanya sebesar 64,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.