

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Sejarah Berdiri

BMT lahir di Indonesia sejak tahun 1994, di ilhami atas keberhasilan Gramen Bank di Banglades yang khusus melayani masyarakat kecil dan miskin. Dengan pembinaan intensif ternyata bank ini sangat sukses mengangkat ekonomi kaum miskin. Sedangkan sistem bagi hasil diterapkan untuk meneladani keberhasilan rasulillah SAW. Dalam mengangkat perekonomian Negara dengan mengikis habis praktek riba atau bunga. BMT kemudian menyebar keseluruh tanah air setelah direncanakan oleh Presiden Republik Indonesia sebagai gerakan nasional pada tanggal 7 desember 1995. BMT Dinar Amanu merupakan salah satu dari 3000 BMT diseluruh Indonesia. BMT Dinar Amanu berdiri pada tahun 2002 dengan nama Lembaga Keuangan Syariah (LKS) ini yaitu Koperasi Syariah Amanu. Karena Koperasi Syariah tersebut tidak bisa maksimal berjalan, kemudian Koperasi Syariah Amanu dipindah alihkan kepada tiga badan pendiri dan semenjak itu Koperasi Syariah itu diganti dengan nama BMT Dinar Amanu seperti sekarang ini. Dengan berbadan hukum sama, pada tahun 2003 Koperasi Syariah Amanu diganti menjadi BMT Dinar Amanu. Namun, sistem operasionalnya masih dalam pembenahan-pembenahan. Sehingga pada tanggal 7 juli 2009 merupakan lahirnya BMT Dinar Amanu

2. Visi dan Misi

Visi dan Misi BMT Dinar Amanu sama halnya dengan visi dan misi koperasi yang berbasis syariah lainnya. Yaitu terwujudnya kualitas anggota pada khususnya

dan masyarakat pada umumnya. Sehingga mampu berperan menjadi wakil-wakil pengabdian Allah SWT untuk memakmurkan umat manusia. Sedangkan misi BMT Dinar Amanu yaitu membangun dan mengembangkan tatanan perekonomian yang maju berlandaskan syariah dan ridho Allah SWT.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di BMT Dinar Amanu yang terletak di wilayah Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung. Kantor BMT Dinar Amanu beralamat Jl. Raya Sumberagung Panjerejo Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung. Yang berada di pinggir jalan dekat pasar Panjerejo Kecamatan Rejotangan.

4. Struktur Organisasi

BMT Dinar Amanu merupakan Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dengan ruang lingkup mikro sesuai prinsip syariah, yaitu prinsip bagi hasil. BMT Dinar Amanu dikelola oleh tiga orang badan pengurus seperti dibawah ini :

Tiga orang Badan pendiri BMT Dinar Amanu ada 3 (tiga), yaitu :

1. Drs. H. Maryoto Birowo
2. Drs. H. Supardi, MM
3. H. Nyakdin, M.AP

Struktur organisasi BMT Dinar Amanu

Ketua	: Drs. H. Supardi, MM
Manajer Umum	: H. Nyakdin, M.AP
Manajer pelaksana	: Mamik Priyatno, S.Pd
Marketing	: Mamik Priyatno, S.Pd
Teller/Accounting	: 1. Anjar Sari, S.Sy 2. Indah Nif Farida

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti atau diperoleh secara langsung dari tempat yang dijadikan objek penelitian. Cara penelitiannya menggunakan kuesioner angket yang dibagikan kepada 60 nasabah (responden) yang bertindak sebagai sampel. Kuesioner yang dibagikan terdiri dari 3 variabel yaitu etika karyawan, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah.

1) Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Reponden

Jenis Kelamin	Banyaknya Responden	Persentase (%)
Laki-laki	34	56,6%
Perempuan	26	43,4%
Total	60	100%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Tabel 4.1 menunjukkan mayoritas nasabah BMT Dinar Amanu responden berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 34 orang atau 56,6% dari 100% dan responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 26 orang atau 43,4% dari 100%. Jadi dapat disimpulkan yang banyak menggunakan produk BMT Dinar Amanu adalah laki-laki.

2) Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.2

Pekerjaan Responden

Jenis Pekerjaan	Banyaknya Responden	Persentase (%)
PNS	2	3,4%

Pegawai Swasta	9	15%
Wiraswasta	33	55%
TNI/POLRI	0	0%
Lain-lain	16	26,6%
Total	60	100%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Dari jumlah responden sebesar 60 nasabah, didapatkan hasil rata-rata pekerjaan nasabah BMT Dinar Amanu adalah PNS sejumlah 2 orang atau 3,4%, Pegawai Swasta sejumlah 9 orang atau 15%, Wiraswasta sejumlah 33 orang atau 55%, TNI/POLRI sejumlah 0 orang atau 0%, Lain-lain sejumlah 16 orang atau 26,6%. Dilihat dari jumlah masing-masing pekerjaan responden maka yang mempunyai nilai tertinggi adalah wiraswasta yaitu memiliki tingkat 55%.

3) Deskripsi Responden berdasarkan Umur

Tabel 4.3

Umur Responden

Umur Responden	Banyak Responden	Presentase (%)
< 20	1	1,6%
20 – 30	15	25%
31 – 40	16	26,7%
41 – 50	13	21,7%
>50	15	25%
Total	60	100%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Dari jumlah responden sebesar 60 diperoleh rata-rata umur sebagai berikut ; umur < 20 tahun sebanyak 1 orang atau 1,6%, umur 20 – 30 tahun sebanyak 15 orang atau 25%, umur 31 – 40 tahun sebanyak 16 orang atau 26,7%, umur 41 – 50

sebanyak 13 orang atau 21,7%, umur > 50 sebanyak 15 orang atau 25% dari 100%.

Rata_rata umur yang didapatkan ialah 31- 40 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berumur antara 30 – 40 tahun.

4) Deskripsi Pendidikan Terakhir

Tabel 4.4

Pendidikan Terakhir

Jenis Pendidikan akhir	Banyak Responden	Presentase (%)
SD	7	11,6%
SMP	14	23,4%
SMA	23	38,4%
Diploma	0	0%
S1	16	26,6%
S2/3	0	0%
Total	60	100%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Dari jumlah responden 60 diperoleh rata-rata pendidikan terakhir sebagai berikut; pendidikan terakhir SD sebanyak 7 orang atau 11,6%, pendidikan terakhir SMP sebanyak 14 orang atau 23,4%, pendidikan terakhir SMA sebanyak 23 orang atau 38,4%, pendidikan terakhir DIPLOMA sebanyak 0 orang atau 0%, pendidikan terakhir S1 sebanyak 16 orang atau 26,6%, pendidikan terakhir S2/3 sebanyak 0 orang atau 0% dari 100%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah pendidikan terakhir ialah SMA dengan nilai tertinggi 38,4%.

5) Deskripsi Masa Responden menjadi Nasabah

Tabel 4.5

Masa Responden menjadi Nasabah

Masa responden menjadi nasabah	Banyak responden	Presentase (%)
< 3	10	16,6%
$\geq 3 - 6$	18	30%
$\geq 6 - 12$	2	3,4%
$\geq 1 - 2$	19	31,6%
>2	11	18,4%
Total	60	100%

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Dari jumlah responden sebesar 60 diperoleh rata-rata masa responden menjadi nasabah sebagai berikut; masa menjadi nasabah < 3 sebanyak 10 orang atau 16,6%, masa menjadi nasabah $\geq 3 - 6$ sebanyak 18 orang atau 30%, masa menjadi nasabah $\geq 6 - 12$ sebanyak 2 orang atau 3,4%, masa menjadi nasabah $\geq 1 - 2$ sebanyak 19 orang atau 31,6%, masa menjadi nasabah > 2 sebanyak 11 orang atau 18,4%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar masa responden menjadi nasabah ialah kurang lebih 1 – 2 tahun.

C. Deskripsi Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari etika karyawan sebagai variabel bebas dan kepuasan karyawan; loyalitas nasabah sebagai variabel terikat. Data variabel-variabel tersebut diperoleh dari hasil angket yang telah disebarakan.

a. Deskripsi Data Etika Karyawan (X1)

1) Pelayanan yang baik (X1.1)

Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah serta dapat memberikan permintaan dan solusi untuk keluhan nasabah.

2) Penampilan yang rapi (X1.2)

Penampilan yang rapi adalah berpenampilan yang wajar baik dalam berpakaian, bersikap, bertindak. Berpenampilan rapi, serasi, dan bersih. Sehingga dapat memberikan kenyamanan untuk nasabah, juga dapat memberikan kesan pertama yang baik terhadap nasabah sehingga akan timbul rasa kagum, simpatik, dan hormat.

3) Memiliki perhatian dan kesungguhan (X1.3)

Selalu memberikan perhatian yang khusus bagi setiap nasabah merupakan tugas seorang karyawan perbankan, karena ketika nasabah diberi perhatian dan kesungguhan dalam memberikan pelayanan, nasabah akan merasa dihormati serta dihargai.

4) Sopan santun tutur kata dan hormat (X1.4)

Sopan santun tutur kata dan hormat adalah suatu etika pelayanan yang penting, sebagai karyawan bank maka sudah sepatutnya berlaku sopan dan baik kepada nasabahnya, sehingga nasabah merasa senang dan akhirnya mempertahankan diri untuk tetap menjadi nasabah.

5) Lemah lembut dan ramah tamah (X1.5)

Lemah lembut dan ramah tamah adalah suatu sikap dan perilaku yang penting untuk etika karyawan karena sikap dan perilaku menunjukkan kepribadian seseorang dan citra perusahaan.

6) Bertanggung jawab (X1.6)

Bertanggung jawab adalah memberikan sesuatu yang diinginkan nasabah serta membantu setiap keinginan dan kebutuhan nasabah sampai tuntas. Sehingga nasabah merasa diperhatikan dan dihargai.

7) Melayani dengan sepenuh hati (X1.7)

Melayani nasabah dengan sepenuh hati, sikap melayani merupakan sikap utama dari seorang pemasar khususnya pegawai bank. Jadi karyawan harus bisa memberikan pelayanan yang baik dengan sepenuh hati tanpa dibuat-buat sehingga akan menumbuhkan kepercayaan dan kepuasan terhadap nasabah.

Dari semua penjelasan diatas, maka berdasarkan hasil dari data kuesioner yang diperoleh pada variabel etika karyawan adalah sebagai berikut.

Tabel 4.6

Hasil Kuesioner Variabel Etika Karyawan (X1)

Pengukuran	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Total
Sangat setuju	29	25	30	37	42	40	16	219
Setuju	30	32	29	23	18	20	41	193
Netral	1	3	1	-	-	-	3	8
Tidak setuju	-	-	-	-	-	-	-	0
Sangat tidak setuju	-	-	-	-	-	-	-	0

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa rata-rata jawaban dari setiap poin pertanyaan yang diisi oleh responden mengenai variabel etika karyawan dengan indikator pelayanan yang baik, penampilan yang rapi, memiliki perhatian dan kesungguhan, sopan santun tutur kata dan hormat, lemah lembut dan ramah tamah, bertanggung jawab, ,melayani dengan sepenuh hati di BMT Dinar Amanu adalah rata-rata menjawab sangat

setuju. Dengan total nasabah yang menjawab setiap pertanyaan mengenai pelayanan yang baik sejumlah 219.

b. Deskripsi Data Kepuasan Nasabah (Y1)

1) Mutu Pelayanan (Y1.1)

Mutu pelayanan adalah pelayanan yang mempunyai nilai yang baik yang dapat membuat nasabah merasa senang dan puas dengan layanan yang diberikan karyawan.

2) Mutu produk dan jasa (Y1.2)

Mutu produk dan jasa adalah suatu produk yang dimiliki BMT sesuai dengan keinginan nasabah dan jasa yang memuaskan yang diberikan seorang karyawan yang sesuai dengan harapan nasabah.

3) Cepat dan tepat (Y1.3)

Cepat dan tepat yang dimaksud adalah cepat dalam menanggapi keluhan seorang nasabah serta memberikan solusi yang tepat untuk masalah yang dihadapi.

4) Harga (Y1.4)

Harga yang sesuai dengan fasilitas yang dimiliki BMT dan sesuai dengan pelayanan yang diberikan oleh BMT terhadap nasabah.

5) Ramah tamah (Y1.5)

Ramah tamah adalah sikap selalu tersenyum dan menyapa kepada nasabah agar nasabah merasa senang dan nyaman sehingga nasabah akan merasa puas dan dihormati.

6) Bertanggung jawab (Y1.6)

Bertanggung jawab adalah membantu setiap keinginan dan kebutuhan setiap nasabah sampai selesai.

7) Keamanan dan kenyamanan (Y1.7)

Memberikan keamanan dan kenyamanan adalah sesuatu yang diinginkan setiap nasabah, sehingga nasabah akan merasa nyaman dan aman menjadi seorang nasabah BMT.

Dari semua penjelasan diatas, maka berdasarkan hasil dari data kuesioner yang diperoleh pada variabel kepuasan nasabah adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7

Hasil Kuesioner Variabel Kepuasan Nasabah (Y1)

Pengukuran	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Total
Sangat setuju	23	19	26	10	30	35	18	161
Setuju	35	37	31	40	30	25	41	239
Netral	2	4	3	10	-	-	1	20
Tidak setuju	-	-	-	-	-	-	-	0
Sangat tidak setuju	-	-	-	-	-	-	-	0

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa rata-rata jawaban dari setiap poin pertanyaan yang diisi responden mengenai variabel kepuasan nasabah dengan indikator mutu pelayanan, mutu produk dan jasa, cepat dan tepat, harga, ramah tamah, bertanggung jawab, keamanan dan kenyamanan di BMT Dinar Amanu adalah rata-rata menjawab setuju. Dengan total yang menjawab setiap pertanyaan mengenai etika karyawan sejumlah 239.

c. Deskripsi Data Loyalitas Nasabah (Y2)

1) Konsisten (Y2.1)

Konsisten adalah setia dalam suatu produk karna terciptanya suatu kepuasan dan kesenangan yang didapat oleh nasabah.

2) Loyalitas kognitif (Y2.2)

Loyalitas kognitif adalah loyalitas yang menggunakan tahap informasi yang memaksa menunjukkan pada suatu merek atas merek lainnya, loyalitas yang didasarkan pada aspek kognisi saja.

3) Loyalitas afektif (Y2.3)

Loyalitas afektif adalah loyalitas yang sudah masuk kedalam benak konsumen bukan sebagai kognisi (pengharapan) yang mudah berubah. Afektif memiliki sikap yang tidak mudah diubah, karean sudah terpaku dengan kognisi dan evaluasi konsumen secara keseluruhan tentang suatu merek.

4) Komitmen (Y2.4)

Komitmen adalah niat konsumen untuk melakukan sesuatu untuk BMT yang menyebabkan preferensi tetap stabil dalam jangka panjang. Jenis komitmen ini sudah mencapai tahap afektif, bagian dari properti moyivasional untuk mendapatkan merek yang disukai.

5) Loyalitas konatif (Y2.5)

Dimensi konatif adalah niat melakukan yang dipengaruhi oleh perubahan-perubahan afketif terhadap merek. Konasi menunjukkan suatu niat atau komitmen untuk melakukan sesuatu kesebuah tujuan tertentu. Maka loyalitas konatif merupakan suatu loyal yang terdapat sebuah komitmen mendalam untuk melakukan pembelian.

6) Loyalitas tindakan pembelian ulang (Y2.6)

Loyalitas tindakan pembelian ulang merupakan sebuah tindakan yang sangat penting bagi pemasar, tetapi penginterpretasian loyalitas hanyaa pada pembelian ulang.

7) Kesetiaan produk (Y2.7)

Kesetiaan produk adalah puncak suatu loyalitas dimana terdapat komitmen pembelian ulang yang ditujukan pada suatu produk dalam kurun waktu tertentu secara teratur dan jangka panjang.

Dari semua penjelasan diatas, maka berdasarkan hasil dari data kuesioner yang diperoleh pada variabel loyalitas nasabah dengan indikator etika karyawan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.8

Hasil Kuesioner Variabel Loyalitas Nasabah (Y2)

Pengukuran	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2.5	Y2.6	Y2.7	Total
Sangat setuju	11	10	14	4	13	14	6	72
Setuju	44	26	43	33	39	41	33	259
Netral	4	24	3	21	8	4	20	84
Tidak setuju	1	-	-	2	-	1	1	5
Sangat tidak setuju	-	-	-	-	-	-	-	0

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah oleh peneliti.

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa rata-rata jawaban dari setiap poin pertanyaan yang diisi responden mengenai variabel loyalitas nasabah dengan indikator Konsisten, loyalitas kognitif, loyalitas afektif, komitmen, loyalitas konatif, loyalitas tindakan pembelian berulang dan kesetiaan di BMT Dinar Amanu adalah rata-rata menjawab setuju. Dengan total yang menjawab setiap pertanyaan mengenai etika karyawan sejumlah 259.

D. Analisis Data

a. Uji Reabilitas dan Validitas

Reabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Triton (2006) menyatakan jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel.
- 2) Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel.
- 3) Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d 0,60 berarti cukup reliabel.
- 4) Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel
- 5) Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel.

Tabel 4.9

Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.775	3

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah dengan SPSS 16.0.

Berdasarkan data reliabilitas pada tabel 4.9 nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,6 yang berarti bahwa kontruksi pertanyaan yang merupakan dimensi X1 (pelayanan yang baik, penampilan yang rapi, memiliki perhatian dan kesungguhan, sopan santun tutur kata dan hormat, lemah lembut dan ramah tamah, bertanggung jawab, ,melayani dengan sepenuh hati), dan Y1 (mutu pelayanan, mutu produk dan jasa, cepat dan tepat, harga, ramah tamah, bertanggung jawab, keamanan dan kenyamanan), Y2 (konsisten, loyalitas kognitif, loyalitas afektif, komitmen, loyalitas konatif, loyalitas tindakan pembelian berulang dan kesetiaan) yang disusun dalam bentuk kuesioner. Nilai validitas masing-masing pernyataan atau pertanyaan dapat dilihat pada nilai *Coreccted Item-Total Correlation* masing-masing butir pernyataan atau pertanyaan. Berdasarkan *Item-Total Statistics* nilai *Corrected Item-Total Correlation* untuk masing-masing butir pernyataan adalah :

Tabel 4.10

Validitas Variabel X1 (Etika Karyawan)

Nomor item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
X1.1	0,305	Valid
X1.2	0,359	Valid
X1.3	0,445	Valid
X1.4	0,428	Valid
X1.5	0,573	Valid
X1.6	0,464	Valid
X1.7	0,358	Valid

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah dengan SPSS 16.0.

Tabel 4.11

Validitas Variabel Y1 (Kepuasan Nasabah)

Nomer item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
Y1.1	0,499	Valid
Y1.2	0,306	Valid
Y1.3	0,342	Valid
Y1.4	0,467	Valid
Y1.5	0,409	Valid
Y1.6	0,536	Valid
Y1.7	0,338	Valid

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah dengan SPSS 16.0.

Tabel 4.12

Validitas Variabel Y2 (Loyalitas Nasabah)

Nomer item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
Y2.1	0,375	Valid
Y2.2	0,503	Valid
Y2.3	0,422	Valid
Y2.4	0,436	Valid
Y2.5	0,572	Valid
Y2.6	0,418	Valid

Y2.7	0,443	Valid
------	-------	-------

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah dengan SPSS 16.0.

Berdasarkan tabel 4.10 sampai 4.12, seluruh item yang telah diolah dengan menggunakan bantuan SPSS 16.0 adalah valid. Karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari 0,3. Seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono dan Wibowo (2004), yang menyatakan bahwabila korelasi tiap faktor positif dan besarnya 0,3 keatas maka faktor tersebut merupakan *contract* yang kuat.

Item kuesioner yang valid dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya. Dalam penelitian ini berarti item dalam instrumen etika karyawan (X1), kepuasan nasabah (Y1), dan loyalitas nasabah (Y2) telah memenuhi persyaratan validasi atau sah secara statistik. Karena secara definisi yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya prosedur pengujian untuk melihat apakah alat ukur yang berupa kuesioner mengukur dengan cermat atau tidak. Maka instrument ini (X1,Y1,Y2) merupakan alat ukur yang cermat dan tepat.

b. Uji Normalitas

1) Uji *Kolmogorof-Smirnov*

Tabel 4.13

Uji Kolmogorof-Smirnov

Nama Variabel	Nilai <i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	Taraf signifikasi	Keputusan
Etika Karyawan	0,86	0,5	Normal
Kepuasan Nasabah	0,99	0,5	Normal
Loyalitas Nasabah	0,393	0,5	Normal

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah dengan SPSS 16.0.

Dari tabel 4.13, maka diperoleh angka probabilitas atau *Asym. Sig. (2-trailed)*. Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 (dalam kasus ini menggunakan taraf signifikan atau $\alpha = 5\%$) untuk pengambilan keputusan dengan pedoman :

1. Nilai Sig. atau Signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ distribusi data adalah tidak normal.
2. Nilai Sig. atau Signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ distribusi data adalah normal.

Jadi kesimpulannya dari pernyataan diatas bahwa Nilai Sig. atau signifikansi pada tabel 1.13 adalah Normal, karena Nilai Sig. atau Signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi terjadinya multikolinieritas dilakukan dengan melihat apakah nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih besar dari 10, maka model terbebas dari multikolinieritas. Berikut adalah hasil pengujian dengan uji multikolinieritas.

Tabel 4.14

Uji Multikolinieritas X1 (Etika Karyawan) dengan Y1 (Kepuasan Nasabah)

Variabel	Nilai VIF	Keterangan
Etika karyawan	1,000	Terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas.

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah dengan SPSS 16.0

Tabel 4.15

Uji Multikolinieritas X1 (Etika Karyawan) dengan Y2 (Loyalitas Nasabah)

Variabel	Nilai VIF	Keterangan
Etika karyawan	1,000	Terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas.

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah dengan SPSS 16.0.

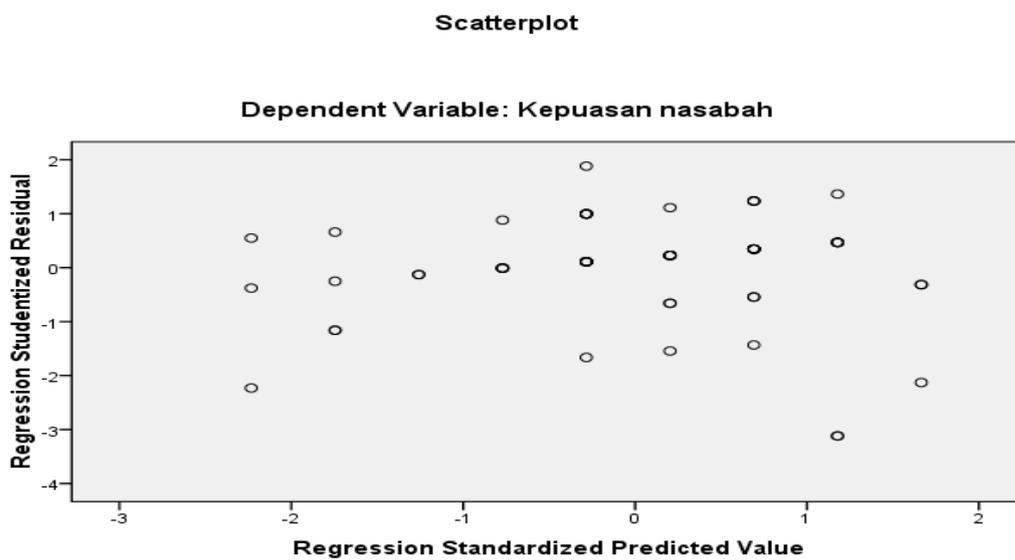
Berdasarkan *Coefficients* pada tabel 4.14 dan 4.15 diketahui bahwa nilai VIF adalah: 1,000 (variabel etika karyawan). Hasil ini berarti bahwa variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas, karena hasilnya lebih kecil dari 10.

2) Uji heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot*. Tidak terdapat heteroskedastisitas apabila 1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola, 2) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0, 3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja. Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas.

Tabel 4.16

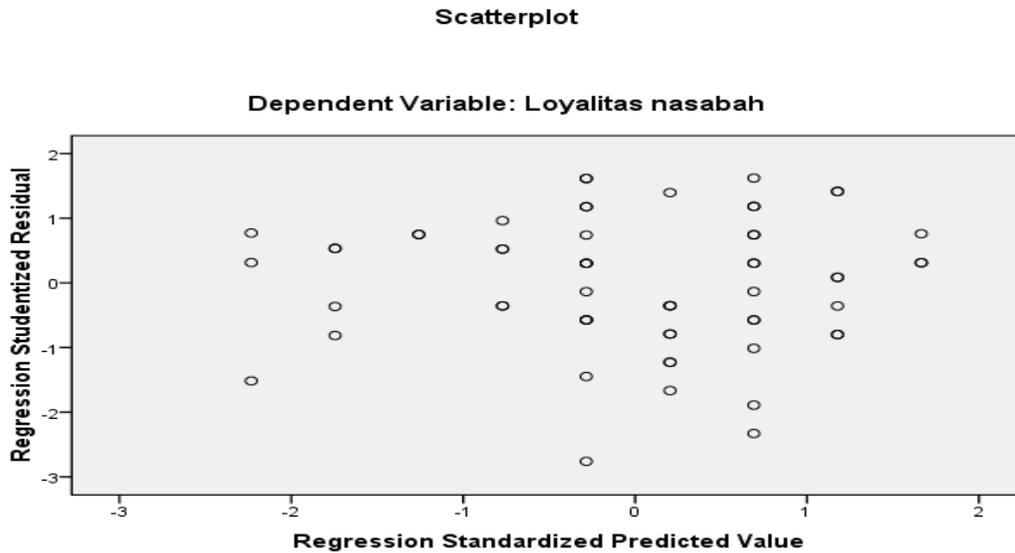
Uji Heteroskedastisitas X1 (Etika Karyawan) dengan Y1 (Kepuasan Nasabah)



Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah dengan SPSS 16.0.

Tabel 4.17

Uji Heteroskedastisitas X1 (Etika Karyawan) dengan Y1 (Kepuasan Nasabah)



Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah dengan SPSS 16.0.

d. Uji Regresi Sederhana

Tabel 4.18

Hasil Uji Regresi Sederhana X1 (Etika Karyawan) dengan Y1 (Kepuasan Nasabah)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.392	2.757		1.956	.055
	Etika karyawan	.789	.087	.765	9.049	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah dengan SPSS 16.0.

Output diatas (Coefficients), digunakan untuk menggambarkan persamaan regresi berikut ini : $Y = 5,392 + 0,789 X$ atau kepuasan nasabah = $5,392 + 0,789$ (etika karyawan). Keterangan dari tabel 4.18 adalah :

- 1) Konstanta sebesar 5,392 menyatakan bahwa jika tidak ada etika karyawan, maka kepuasan nasabah adalah 5,392.

- 2) Koefisien regresi sebesar 0,789 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nasabah, etika akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,789 dan sebaliknya jika etika menurunkan 1 nasabah, maka kepuasan nasabah akan menurun sebesar 0,789. Jadi tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah, sedangkan tanda (-) menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen (X1) dengan variabel dependen (Y1).

Tabel 4.19

Hasil Uji Regresi Sederhana X1 (Etika Karyawan) dengan Y2 (Loyalitas Nasabah)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.143	4.476		1.819	.074
	Etika karyawan	.612	.141	.494	4.324	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah dengan SPSS 16.0.

Output diatas (*Coefficients*), digunakan untuk menggambarkan persamaan regresi berikut ini : $Y = 8,143 + 0,612 X$ atau loyalitas nasabah = $8,143 + 0,612$ (etika karyawan). Keterangan dari tabel 4.19 adalah :

- 1) Konstanta sebesar 8,143 menyatakan bahwa jika tidak ada etika karyawan, maka loyalitas nasabah adalah 8,143.
- 2) Koefisien regresi sebesar 0,612 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nasabah, etika akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,612 dan sebaliknya jika etika menurunkan 1 nasabah, maka loyalitas nasabah akan menurun sebesar 0,612. Jadi tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah, sedangkan tanda (-) menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen (X1) dengan variabel dependen (Y2).

e. Analisis output regresi

Sesuai dengan pokok masalah penelitian ini, maka dapat dilakukan analisis output SPSS secara berurutan sebagai berikut.

1. Apakah terdapat pengaruh etika karyawan terhadap kepuasan nasabah.

Besar koefisien prediktor etika karyawan dalam pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat pada kolom *Standardized Coefficients (Beta)* output SPSS sebagai berikut.

Tabel 4.20

Koefisien X

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.392	2.757		1.956	.055
	etika karyawan	.789	.087	.765	9.049	.000

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah dengan SPSS 16.0.

1) Uji signifikansi koefisien prediktor etika karyawan (X_1)

Prosedur pengujian koefisien prediktor (b_1)

a) Menentukan H_0 dan H_a :

H_0 : $b_1 = 0$ (artinya nilai koefisien regresi prediktor etika karyawan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah).

H_a : $b_1 \neq 0$ (artinya nilai koefisien regresi prediktor etika karyawan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah).

b) Menentukan taraf keyakinan

Taraf keyakinan (coefficients of confidence) adalah besarnya keyakinan peneliti atas hasil penelitiannya, sedangkan tingkat toleransi kesalahan (α) adalah

besarnya batasan kesalahan yang dapat ditoleransi kebenarannya secara statistik, berarti jika lebih dari itu, pernyataan awal akan ditolak. Dengan taraf keyakinan tertentu maka akan dapat ditentukan nilai tabel untuk t yaitu $t_{\alpha/2; df(n-2)}$.

Dalam kasus ini dapat ditentukan nilai tabel t jika $\alpha = 2\%$ sebagai berikut:

$$t_{n/2; df(n-2)} = t_{2\%/2; df(60-2)} = t_{1\%; df(58)} = 2,393$$

c) Kriteria pengujian

H_0 diterima jika $-2,393 \leq t_{\text{hitung}} \leq +2,393$

H_0 ditolak jika $t_{\text{hitung}} < -2,393$ atau $t_{\text{hitung}} > +2,393$

d) Perhitungan pengujian

Berdasarkan output hasil perhitungan SPSS diketahui nilai t hitung untuk koefisien prediktor etika kerja (b_1) sebesar 9,049 dengan signifikansi = 0,000.

e) Keputusan

Nilai koefisien regresi prediktor etika karyawan (b_1) yang mempunyai pengaruh yang signifikan pada kepuasan nasabah, karena besar nilai t hitung = 9,049 > t tabel = 2,393 dan signifikansi = 0,000 < alpha = 2% sehingga H_0 ditolak.

Sedangkan besarnya pengaruh etika karyawan terhadap kepuasan nasabah dilihat pada standardized coefficient (Beta) sebesar 0,765.

2. Apakah terdapat hubungan etika karyawan terhadap loyalitas nasabah.

Berikut ini output SPSS hasil olah data penelitian.

Tabel 4.21

Koefisien variabel X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.143	4.476		1.819	.074
	etika karyawan	.612	.141	.494	4.324	.000

a. Dependent Variable: loyalitas nasabah

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah dengan SPSS 16.0.

1) Uji signifikasi koefisien prediktor etika karyawan (X_1)

Prosedur pengujian koefisien prediktor (b_1)

a) Menentukan H_0 dan H_a :

H_0 : $b_1 = 0$ (artinya nilai koefisien regresi prediktor etika karyawan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah).

H_a : $b_1 \neq 0$ (artinya nilai koefisien regresi prediktor etika karyawan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah).

b) Menentukan taraf keyakinan

Taraf keyakinan (coefficients of confidence) adalah besarnya keyakinan peneliti atas hasil penelitiannya, sedangkan tingkat toleransi kesalahan (α) adalah besarnya batasan kesalahan yang dapat ditoleransi kebenarannya secara statistik, berarti jika lebih dari itu, pernyataan awal akan ditolak. Dengan taraf keyakinan tertentu maka akan dapat ditentukan nilai tabel untuk t yaitu $t_{\alpha/2; df(n-2)}$.

Dalam kasus ini dapat ditentukan nilai tabel t jika $\alpha = 2\%$ sebagai berikut:

$$t_{n/2; df(n-2)} = t_{2\%/2; df(60-2)} = t_{1\%; df(58)} = 2,393$$

c) Kriteria pengujian

H_0 diterima jika $-2,393 \leq t_{hitung} \leq +2,393$

Ho ditolak jika $t \text{ hitung} < -2,393$ atau $t \text{ hitung} > +2,393$

d) Perhitungan pengujian

Berdasarkan output hasil perhitungan SPSS diketahui nilai $t \text{ hitung}$ untuk koefisien prediktor etika kerja (b_1) sebesar 4,324 dengan signifikansi = 0,000.

e) Keputusan

Nilai koefisien regresi prediktor etika karyawan (b_1) yang mempunyai pengaruh yang signifikan pada kepuasan nasabah, karena besar nilai $t \text{ hitung} = 4,324 > t \text{ tabel} = 2,393$ dan signifikansi = 0,000 < $\alpha = 2\%$ sehingga H_0 ditolak.

Sedangkan besarnya pengaruh etika karyawan terhadap kepuasan nasabah dilihat pada standardized coefficient (Beta) sebesar 0,494.

3. Apakah terdapat hubungan antara kepuasan nasabah (Y_1) dengan loyalitas nasabah (Y_2).

Berikut ini output SPSS hasil olah data penelitian.

Tabel 4.22

Korelasi Y_1 dan Y_2

		kepuasan nasabah	loyalitas nasabah
kepuasan nasabah	Pearson Correlation	1	.408**
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	60	60
loyalitas nasabah	Pearson Correlation	.408**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah dengan SPSS 16.0.

Berdasarkan output SPSS diatas, diketahui bahwa korelasi antara kepuasan nasabah (Y_1) dengan loyalitas nasabah (Y_2) sebesar (r) 0,408 dan signifikansi sebesar 0,001 atau 0,1% berarti sangat signifikan hubungan kedua variabel tersebut.

Tabel 4.23

Korelasi X_1 , Y_1 dan Y_2

Correlations

		etika karyawan	kepuasan nasabah	loyalitas nasabah
etika karyawan	Pearson Correlation	1	.765**	.494**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	60	60	60
kepuasan nasabah	Pearson Correlation	.765**	1	.408**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001
	N	60	60	60
loyalitas nasabah	Pearson Correlation	.494**	.408**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	
	N	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah dengan SPSS 16.0.

Dari hasil output SPSS diatas dapat disusun matriks korelasi antar variabel

sebagai berikut :

	X	Y_1	Y_2
X	1,000	0,765	0,494
Y_1	0,765	1,000	0,408
Y_2	0,494	0,408	1,000

f. Model persamaan analisis regresi untuk dua jalur

Jadi model persamaan analisis regresi untuk dua jalur adalah sebagai berikut.

Untuk persamaan substruktur pertama:

$$Y_1 = b_1 X_1 + E_1$$

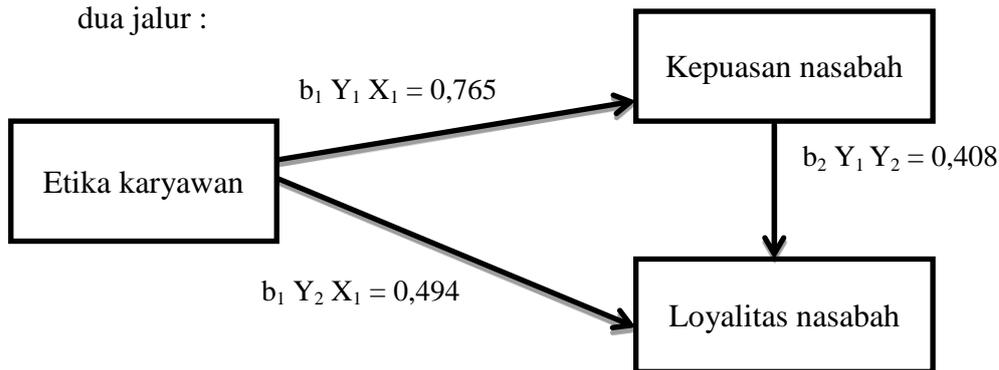
$$Y_1 = 0,765 + 41,5\%$$

Untuk persamaan substruktur kedua:

$$Y_2 = b_1 X_1 + b_2 Y_1 + E_2$$

$$Y_2 = 0,494 + 0,408 + 75,6\%$$

Berikut ini ringkasan pembahasan di atas dalam gambar model persamaan analisis dua jalur :



Gambar 4.1 Model analisis regresi dua jalur

g. Analisis pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel

Pada pembahasan ini menjelaskan mengenai pengaruh langsung (*direct effect* atau DE) dan pengaruh tidak langsung (*indirect effect* atau IE) antara variabel bebas dengan variabel terikat.

1. Pengaruh langsung (*direct effect*)

Berikut ini ringkasan pengaruh langsung antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y_1, Y_2).

- a) Pengaruh langsung variabel etika karyawan dan kepuasan nasabah ($b_1 Y_1 X_1$) = 0,765
- b) Pengaruh langsung variabel etika karyawan dan loyalitas nasabah ($b_1 Y_2 X_1$) = 0,494
- c) Pengaruh langsung variabel kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah ($b_2 Y_1 Y_2$) = 0,408

2. Pengaruh tidak langsung (*indirect effect*)

Berikut ini ringkasan pengaruh tidak langsung antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y_1, Y_2).

- a) Pengaruh tidak langsung variabel etika karyawan dan loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah $(X_1 - Y_1 - Y_2) = 0,765 \times 0,408 = 0,31212$

3. Pengaruh total (*total effect*)

- a) Pengaruh tidak langsung variabel etika karyawan dan loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah $(X_1 - Y_1 - Y_2) = 0,765 + 0,408 = 1,173$
- b) Pengaruh langsung variabel etika karyawan dan loyalitas nasabah $((b_1 Y_2 X_1) = 0,494$
- c) Pengaruh langsung variabel kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah $(b_2 Y_1 Y_2) = 0,408$

4. Kesimpulan penelitian

Berdasarkan hasil pembahasan diatas, model analisis dua jalur dapat disimpulkan sebagai berikut.

- a) Pengaruh etika karyawan dan kepuasan nasabah sebesar 0,765
- b) Pengaruh etika karyawan dan loyalitas nasabah sebesar 0,494
- c) Pengaruh kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah sebesar 0,408
- a) Pengaruh etika karyawan dan loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebesar $0,765 \times 0,408 = 0,31212$
- d) Hubungan etika karyawan terhadap kepuasan nasabah sebesar $R = 0,765$ atau 76,5% dan koefisien determinasi (R^2) = 0,585 atau 58,5% berarti sisanya 41,5% dijelaskan oleh variabel selain etika karyawan.
- e) Hubungan etika karyawan terhadap loyalitas nasabah sebesar $R = 0,494$ atau 49,4% dan koefisien determinasi (R^2) = 0,244 atau 24,4% berarti sisanya 75,6% dijelaskan oleh variabel selain etika karyawan.

h. Uji Hipotesis

1. Uji T (Uji Parsial)

Uji t untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel independen (etika karyawan). Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.

Pada tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$) 0,05.

H_0 : artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_1 : artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.24

Hasil Uji T (Uji Parsial) X1 (etika karyawan) terhadap Y1 (kepuasan nasabah)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.392	2.757		1.956	.055
Etika karyawan	.789	.087	.765	9.049	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah dengan SPSS 16.0.

Tabel 4.25

Hasil Uji T (Uji Parsial) X1 (etika karyawan) terhadap Y2 (loyalitas nasabah)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.143	4.476		1.819	.074
	Etika karyawan	.612	.141	.494	4.324	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

Sumber : data primer (kuesioner) yang diolah dengan SPSS 16.0.

Berdasarkan tabel 4.24 *Coefficients* regresi diatas dapat dirumuskan sebagai berikut :

- Untuk rumusan masalah yang pertama dengan hipotesis yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan antara etika karyawan terhadap kepuasan nasabah di BMT Dinar Amanu”.

Dengan ketentuan :

H_0 : Tidak ada pengaruh dari etika karyawan terhadap kepuasan nasabah di BMT Dinar Amanu.

H_1 : Ada pengaruh etika karyawan terhadap kepuasan nasabah di BMT Dinar Amanu.

Dalam tabel *Coefficients* diperoleh nilai Sig. sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikansi ($\alpha = 5\%$) 0,05, maka :

Sig. α

0,000 < 0,05

Karena nilai Sig. < α maka disimpulkan untuk H_0 , yang berarti koefisien regresi etika karyawan adalah signifikan (cara yang lainnya dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel}). Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka disimpulkan untuk menolak H_0 . Artinya koefisien regresi etika karyawan signifikan (begitu juga sebaliknya).

Hal ini berarti bahwa etika kerja berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Dengan demikian hipotesis kedua (H_1) diterima.

Berdasarkan tabel 4.25 *Coefficients* regresi diatas dapat dirumuskan sebagai berikut :

- Untuk rumusan masalah yang kedua dengan hipotesis yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan antara etika karyawan terhadap loyalitas nasabah di BMT Dinar Amanu.

Dengan ketentuan :

H_0 : Tidak ada pengaruh dari etika karyawan terhadap loyalitas nasabah di BMT Dinar Amanu.

H_1 : Ada pengaruh etika karyawan terhadap loyalitas nasabah di BMT Dinar Amanu.

Dalam tabel *Coefficients* diperoleh nilai Sig. sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikansi ($\alpha = 5\%$) 0,05, maka :

Sig. α

0,001 < 0,05

Karena nilai Sig. < α maka disimpulkan untuk H_0 , yang berarti koefisien regresi etika karyawan adalah signifikan (cara yang lainnya dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel}). Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka disimpulkan untuk menolak H_0 . Artinya koefisien regresi etika karyawan signifikan (begitu juga sebaliknya).

Hal ini berarti bahwa etika kerja berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

Dengan demikian hipotesis kedua (H_1) diterima.