BAB V

PEMBAHASAN

Peneliti mengolah data dari hasil angket yang disebarkan secara langsung kepada nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Blitar . Jawaban yang diperoleh dari responden dikelola datanya menggunakan SPSS 16.0. Hasilnya sebagai berikut:

A. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Blitar

Berdasarkan penelitian memperoleh hasil yang menunjukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dengan nilai positif terhadap kepuasan nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Blitar. Hasil tersebut diperoleh dari penyebaran angket atau kuesioner yang telah disebarkan. Pratiwi, et al. menjelaskan pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa.[1]

Kamsir menjelaskan bahwa layanan Kepuasan nasabah terhadap suatu bank yang didalamnya memiliki produk-produk tabungan adalah salah satunya yaitu layanan, kualitas adalah bagaimana cara untuk mencari tahu apa yang menciptakan konsumen dan perusahaan harus memberikan nilai tersebut. Kamsir mengemukakan teorinya menjelaskan bahwa bank atau perusahaan tersebut harus mengerti konsumennya dan bagaimana mendefinisikan keinginan konsumen tersebut dengan benar. Pelayanan

[1] Ni Putu Lenny Pratiwi dan Ni Ketut Seminari, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah, jurnal managemen.

sangat penting agar menumbuhkan sikap puas nasabah terhadap BMT UGT Sidogiri Cabang Blitar.[2]

Pengertian kualitas pelayanan itu sendiri adalah tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan sesuatu.[3] Karena pada dasarnya pelayanan yang baik itu tidak berwujud tetapi bisa dirasakan oleh nasabah, semakin baik kita melakukan pelayanan maka semakin baik pula citra BMT tersebut. Dengan demikian, pelayanan yang dilakukan oleh pegawai atau karyawan BMT UGT Sidogiri Cabang Blitar merupakan faktor yang penting dalam menciptakan kepuasan nasabahnya. Pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan nasabah. Indikator kualitas pelayanan di bagi menjadi berikut: (1) bukti fisik, (2) keandalan, (3) daya tanggap, (4) Jaminan, dan (5) Empati .[4]

Hasil penelitian ini sesuai dengan peneliti yang dilakukan oleh Aristiana yang menunjukan bahwa kuaitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini ditunjukan bahwa para nasabah sangat puas dengan layanan dari BMT yang di berikan kepada semua nasabahnya.[5]

---

[2] Kasmir, *Pemasaran Bank* , (Jakarta:Kencana, 2005), hal. 114

[3] Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaaran Jasa Perhotelan,* (Yogyakarta: Deepublish, 2016), hal 55

[4] Fandy Tjiptono , *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian,* (Yogyakarta : Andi Offset, 2014), hal 305

[5] Melina Ita Aristiana, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Tingkat Laba, jurnal managemen,2010.

B. Pengaruh Loyalitas Terhadap Kepuasan Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Blitar

Berdasarkan penelitian memperoleh hasil yang menunjukan bahwa loyalitas berpengaruh signifikan dengan nilai positif terhadap kepuasan nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Blitar. Hasil tersebut diperoleh dari penyebaran angket atau kuesioner yang telah disebarkan. Ahsan menyatakan bahwa Konsep loyalitas pelanggan lebih banyak dikaitkan dengan perilaku dari pada sikap. Salah satu sikap positif konsumen dapat ditunjukkan melalui setia kepada produk bank dan merekomendasikan produk tersebut kepada konsumen lain, sedangkan sikap negatif ditunjukkan melalui perkataan negatif kepada konsumen lain dan berpindah kepada bank lain. Kesetiaan merupakan sesuatu yang timbul tanpa adanya paksaan tetapi timbul dengan sendirinya.[6] Definisi loyalitas adalah pembentukan sikap dan pola perilaku seorang nasabah terhadap pembelian dan penggunaan produk atau jasa hasil dari pengalaman mereka sebelumnya.[7]

Indikator loyaliatas yaitu, (1) Melakukan pembelian secara teratur, (2) Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing dan (3) Merefensikan produk perusahaan kepada orang lain.[8] Untuk mempertahankan loyalitas dan yang akan berpengaruh terhadap kepusan

---

[6] Ahsan, *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*, hal. 104.

[7] Sofjan Assauri, *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), hal. 14

[8] Imail Nawawi, *Bisnis Jasa Industri Bnak Syariah*, (Jakarta:VIV Press,2015), hal 258.

nasabah harus selalu memberikan pelayanan yang baik dan berbgai varian produk-produk yang berinovasi. Konsep loyalitas pelanggan lebih banyak dikaitkan dengan perilaku dari pada sikap. Salah satu sikap positif konsumen dapat ditunjukkan melalui setia kepada produk bank dan merekomendasikan produk tersebut kepada konsumen lain, sedangkan sikap negatif ditunjukkan melalui perkataan negatif kepada konsumen lain dan berpindah kepada bank lain. Kesetiaan merupakan sesuatu yang timbul tanpa adanya paksaan tetapi timbul dengan sendirinya.[9]

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan Kurnia, variabel loyaitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. sehingga diharapkan perusahaan dapat selalu memberikan yang terbaik kepada nasabahnya dan yang akan menciptakan loyal dan berimbas kepada kepuasan nasabah.[10]

C. Pengaruh Simultan (bersama-sama) antara Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Terhadap Kepuasan Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Blitar

Berdasarkan penelitian memperoleh hasil yang menunjukan bahwa kualitas pelayanan dan loyalitas berpengaruh signifikan dengan nilai positif terhadap kepuasan nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Blitar. Hasil tersebut diperoleh dari penyebaran angket atau kuesioner yang telah disebarkan.

---

[9] Ahsan, *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*, hal. 104.

[10] Dendy Kurnia, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah, Nilai Bagi Nasabah, dan Reputasi Perusahaan Pada Bank BUMN*,2016

Kepuasan pelanggan menurut Guiltinan adalah konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan.[11] Indikator kepuasan nasabah diidentifikasi sebagai berikut: (1) kualitas produk; (2) harga; (3) Kualitas pelayanan; (4) Kemudahan; dan (5) Faktor emosi.[12] Dalam hal ini hasil penelitian Guspul et, al sesuai dengan instrument penelitian ini ia menyatkan bahwa yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas pelayanan, loyalitas dan nilai nasabah.[13] Dari hasil uji terlihat bahwa variabel yang paling dominan dari variabel kualitas pelayanan, dan loyalitas terhadap variabel kepuasan nasabah adalah variabel kualitas pelayanan.

---

[11] Dedylondong, "Kepuasan Pelanggan Customer", dalam http://dedylondong.blogspot.com/2012/04/kepuasan-pelanggan-customer.html diakses tanggal 1 Maret 2018 pukul 19.00

[12]Handi Irawan D. Sepuluh Prinsip Keputusan Pelanggan. Jurnal ekonomi

[13] Ahmad Guspul dan Awaludin Ahmad, *Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah di Wnosobo*,2014