

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP
LOYALITAS NASABAH KJKS BMT RIZQONA
IKABU TAMBAKBERAS JOMBANG**

Najihatul Muwaffiqi¹, Yulia Effrisanti²
Email : najihatulmuwaff@gmail.com¹, yulia_effrisanti@yahoo.com²
Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang

ABSTRAK

BMT merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang didirikan dan dikembangkan dengan menyesuaikan kondisi hukum dan kebutuhan pasar. Penelitian ini dilakukan di KJKS (Koperasi Jasa Keuangan Syariah) BMT Rizqona IKABU Tambakberas Jombang yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini menggunakan hipotesis asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan observasi, kuesioner, dokumentasi dan penelusuran data online. Responden yang dijadikan sampel sebanyak 76 responden. Dalam penelitian ini digunakan dua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah sebagai variabel terikat. Analisis data pada penelitian ini menggunakan uji regresi linear berganda. Hasil penelitian ini melalui tahap pengujian dengan bantuan SPSS 20. Hal tersebut sesuai dengan hipotesis pada hasil variabel kualitas pelayanan (X1) yang memiliki nilai t hitung 5,616 dan signifikansi sebesar 0,000 karena nilai $t_{sig} = 0,000 < \alpha 0,05$. Dengan demikian bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Pada hasil variabel kepuasan nasabah (X2) yang memiliki nilai t hitung 2,632 dan signifikansi sebesar 0,010 karena nilai $t_{sig} = 0,010 < \alpha 0,05$, maka variabel kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Pengujian statistik menggunakan uji analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 23,751 > F tabel 3,59 dengan nilai sig 0,000 < 0,05. Sehingga variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas nasabah.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah

ABSTRACT

BMT is an Islamic microfinance institution that was established and developed by adjusting legal conditions and market needs. This research was conducted at KJKS (Sharia Financial Services Cooperative) BMT Rizqona IKABU Tambakberas Jombang which aims to find out the influence of service quality and customer satisfaction on customer loyalty. The study used an associative hypothesis that aimed to determine the relationship of two or more variables. The approach used is a quantitative approach. The method of collecting data in this study is using observations, questionnaires, documentation, and online data search. Respondents were sampled as many as 76 respondents. In this study, two free variables were used, namely quality of service and customer satisfaction, and customer loyalty as bound variables. The data analysis in this study used multiple linear regression tests. The results of this study went through the testing phase with the help of SPSS 20. This is in accordance with the hypothesis on the results of service quality variables (X1) which have a calculated value of 5.616 and signification of 0.000 because the value $t_{sig} = 0.000 < \alpha 0.05$. Thus, the service quality variables have a significant effect on customer loyalty. In the results of customer satisfaction variables (X2) which have a t calculated value of 2.632 and signification of 0.010 because the value of $t_{sig} = 0.010 < \alpha 0.05$, the customer satisfaction variable has a

significant effect on customer loyalty. Statistical testing using a double linear regression analysis test shows that the value F calculates $23,751 > F$ table 3.59 with a sig value of $0.000 < 0.05$. So that the variables of service quality and customer satisfaction have a significant effect on the dependent variables, namely customer loyalty.

Keywords: *Quality of service, Customer satisfaction, and loyalty of customer*

A. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan tren dunia usaha yang membawa dampak positif terhadap pertumbuhan perdagangan diikuti dengan munculnya berbagai tuntutan kemudahan, sehingga membuat banyak perusahaan yang memfokuskan diri dalam pemberian layanan untuk pemenuhan kebutuhan pelanggan. Apalagi jika bisnis perusahaan tersebut adalah jasa salah satunya termasuk yang bergerak dibidang jasa keuangan khususnya jasa simpan pinjam koperasi maupun jasa-jasa lainnya. Seluruh kegiatan usaha koperasi didasarkan pada pemenuhan pelayanan atau pemenuhan kebutuhan ekonomi anggota. Salah satu upaya untuk menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan hubungan yang baik dengan anggota adalah dengan cara memberikan pelayanan secara konsisten dan lebih baik.

Dalam perkembangannya sebuah koperasi berusaha meningkatkan pelayanannya untuk memperoleh kepercayaan anggota. Usaha koperasi simpan pinjam mengalami kemajuan yang sangat pesat, sehingga mengakibatkan pelayanan terhadap pengguna jasa dalam melakukan transaksi simpan pinjam yang sangat menentukan kemajuan koperasi tersebut. KJKS (Koperasi Jasa Keuangan Syariah) BMT Rizqona IKABU Tambakberas Jombang merupakan koperasi yang terletak di Tambakberas Kabupaten Jombang didirikan pada tanggal 21 Juni 2014 dengan berbadan hukum Nomor: 518.01/1974/814/XVI.8/415.35/2014.

Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) BMT Rizqona IKABU memiliki dua jenis kegiatan usaha yang mencakup baitul mal dan baitul tanwil. BMT sebagai

baitul mal adalah lembaga keuangan yang kegiatan pokoknya menerima dan menyalurkan dana umat islam yang berasal dari zakat, infaq dan sedekah. Sedangkan BMT sebagai baitul tanwil adalah lembaga keuangan umat islam yang usaha pokoknya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan tabungan dan menyalurkan lewat pembiayaan usaha-usaha masyarakat yang produktif dan menguntungkan sesuai dengan sistem ekonomi syariah. Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan dalam bisnis keuangan syariah adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan layanan yang tinggi yang nampak pada kinerja yang tinggi dalam performa dari layanan yang ada.

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah KJKS BMT RIZQONA IKABU Tambakberas Jombang tahun 2017-2020

Tahun	Jumlah Nasabah
2017	841
2018	401
2019	561
2020	306

Sumber : KJKS BMT Rizqona IKABU Tambakberas Jombang

Produk layanan jasa yang dimiliki oleh KJKS BMT RIZQONA IKABU yaitu berupa produk simpanan dan pembiayaan, untuk kemajuan suatu lembaga keuangan maka perlu mencermati permintaan nasabah untuk suatu produk atau jasa yang akan ditawarkan, salah satunya yaitu meningkatkan kualitas pelayanan, sebaliknya nasabah akan merasa kecewa jika sistem layanan yang diberikan tidak sesuai dengan yang diharapkan nasabah. Sehingga akan menimbulkan loyalitas

nasabah menurun dan nasabah akan beralih ke BMT atau lembaga keuangan lainnya. Kepuasan menjadi faktor penting untuk mengukur suatu keberhasilan suatu perusahaan dalam keputusan untuk menabung, semakin tinggi kualitas pelayanan suatu lembaga keuangan semakin tinggi pula keputusan nasabah untuk menggunakan jasanya. Nasabah akan merasa puas jika sistem layanan BMT RIZQONA sesuai dengan yang di harapkan nasabahnya. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nazarudin (2019) dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas nasabah PT BRI Cabang Padang”.

Berdasarkan pada tabel 1.1 jumlah nasabah pada tahun 2017 sebanyak 841 nasabah, pada tahun 2018 sebanyak 401 nasabah, pada tahun 2019 sebanyak 561 nasabah, dan pada tahun 2020 sebanyak 216 nasabah. Sehingga pada data jumlah nasabah KJKS BMT Rizqona ditahun 2017-2018 mengalami penurunan sejumlah 440 nasabah, selanjutnya ditahun 2019 jumlah nasabah KJKS BMT Rizqona mengalami kenaikan dengan jumlah nasabah sebesar 160 nasabah dan ditahun 2020 hanya ada 306 nasabah. Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu (1) apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di KJKS (Koperasi Jasa Keuangan Syariah) BMT Rizqona IKABU Tambakberas Jombang, (2) apakah ada pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di KJKS (Koperasi Jasa Keuangan Syariah) BMT Rizqona IKABU Tambakberas Jombang, dan (3) apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di KJKS (Koperasi Jasa Keuangan Syariah) BMT Rizqona IKABU Tambakberas Jombang. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di KJKS (Koperasi Jasa Keuangan Syariah) BMT Rizqona IKABU Tambakberas Jombang.

B. LANDASAN TEORI

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Goeth dan Davis dalam Mukaddam (2014:9). Kualitas adalah sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pelayanan adalah aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberi nilai tambah (Rambat,2008:6). Menurut Zeithaml dalam Setyanto (2010:23) kualitas pelayanan merupakan sebagai penilaian konsumen tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan. Indikator Kualitas Pelayanan menurut Zeithaml, Bitner dan Parasuraman dalam Lupiyoadi (2006:182) mengidentifikasi lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, yaitu:

- a. Bukti langsung (*tangibles*) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal, kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang dan lain-lain), perlengkapan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
- b. Kehandalan (*reliability*) kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan akurasi yang tinggi.
- c. Daya tanggap (*responsiveness*) merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan menyampaikan informasi yang

jas. Membiarkan konsumen menunggu merupakan persepsi negatif dalam kualitas pelayanan.

- d. Jaminan (*assurance*) merupakan pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pada pelanggan terhadap perusahaan. Pengetahuan dalam memberikan pelayanan juga sangat diperlukan, sehingga pegawai harus menguasai betul posisi kerja yang dijalankan, karena hal tersebut dapat menimbulkan kepercayaan dan rasa aman nasabah dalam melakukan transaksi.
- e. Empati (*empathy*) merupakan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada pelanggan dengan berupa memahami kebutuhan pelanggan, dimana perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan. Memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi pelanggan.

2. Kepuasan Nasabah

Kepuasan yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang difikirkan terhadap hasil kinerja yang diharapkan Kotler (2009:177). Indikator kepuasan nasabah menurut kotler dalam Tjiptono (2014:369) terdapat enam indikator dalam mengukur kepuasan nasabah, seperti:

- a. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)
Kepuasan nasabah keseluruhan dapat diukur dengan cara yang mudah yaitu langsung menanyakan kepada nasabah apakah mereka sudah puas dalam mendapatkan pelayanan.
- b. Dimensi Kualitas Pelanggan atau Nasabah
Dimensi kualitas dapat dilakukan dengan memilah–milah kepuasan nasabah ke dalam beberapa komponen. Pertama, melakukan identifikasi

terhadap dimensi apa saja yang menjadi kunci kepuasan nasabah. Kedua, meminta kesediaan nasabah untuk menilai jasa BMT berdasarkan item–item spesifik yang telah disediakan, seperti kecepatan pelayanan, keramahan tamahan karyawan, dan fasilitas fisik dari BMT tersebut. Ketiga, nasabah diminta untuk menentukan manakah dimensi yang paling penting dan dominan dalam menilai kepuasan nasabah.

- c. Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectations*)
Konfirmasi harapan dimaksudkan untuk mengevaluasi apakah pelayanan yang diberikan oleh BMT apakah sudah sesuai dengan harapan sebelum nasabah melakukan transaksi di BMT.
- d. Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*)
Kepuasan nasabah diukur dengan menanyakan kepada nasabah apakah akan menggunakan jasa atau pelayanan di BMT tersebut di kemudian hari atau tidak menggunakan lagi.
- e. Kesediaan Untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*)
Kepuasan nasabah dapat juga diukur dengan melihat kesediaan nasabah untuk merekomendasi kepada orang lain agar mau menjadi nasabah di bank syariah tersebut juga.
- f. Ketidakpuasan Pelanggan atau Nasabah (*Dissatisfaction Customer*)
Aspek–aspek yang sering dianalisa untuk mengetahui ketidakpuasan nasabah adalah komplain, retur atau pengembalian produk, rekomendasi negatif kepada pihak lain dan nasabah yang beralih ke jasa keuangan lain.

3. Loyalitas Nasabah

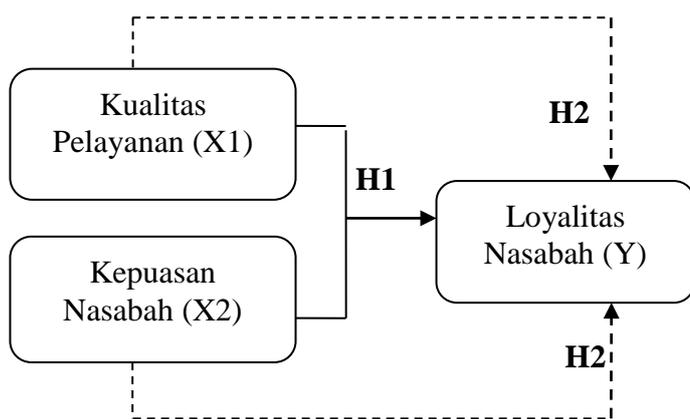
Loyalitas adalah tentang presentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian yang pertama. James dalam Priansa (2017:216) menyatakan bahwa loyalitas adalah bukti dari emosi yang mentransformasikan perilaku pembelian berulang menjadi suatu

hubungan. Loyalitas nasabah merupakan kecenderungan nasabah untuk memilih nilai perusahaan yang ditawarkan. Indikator loyalitas menurut Tjiptono dalam Yunarti (2016:242) mengemukakan lima indikator yang dapat digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen yaitu sebagai berikut :

- a. Pembelian ulang dari kebiasaan menggunakan jasa keuangan tersebut
- b. Selalu menyukai jasa keuangan tersebut
- c. Tetap memilih jasa keuangan tersebut
- d. Yakin bahwa jasa keuangan tersebut yang terbaik
- e. Merekomendasikan jasa keuangan tersebut kepada orang lain

C. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan hipotesis asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan uji regresi linear berganda. Dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dan jenis penelitian hipotesis asosiatif maka akan dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) BMT Rizqona IKABU Tambakberas Jombang.



Gambar 1 Rancangan Penelitian
 Sumber : data diolah peneliti,2021

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) BMT Rizqona IKABU

Tambakberas Jombang. Dari data di tahun 2020 yaitu sebanyak 306 nasabah. Pada penelitian ini peneliti menggunakan rumus slovin dalam pengambilan sampel dengan tingkat kesalahan 10% Sugiyono (2015:158) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N \frac{e^2}{306}}$$

$$n = \frac{306}{1 + 306 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{306}{1 + 306 (0,01)}$$

$$n = \frac{306}{1 + 3,06}$$

$$n = \frac{306}{4,06}$$

$$n = 76 \text{ orang}$$

Dengan menggunakan perhitungan melalui substitusi terhadap rumus Slovin didapatkan jumlah sampel minimum yang akan di capai adalah 76 responden, dan peneliti akan menyebar kuesioner sebanyak 76 responden yang aktif dalam melakukan transaksi keuangan di KJKS BMT RIZQONA. Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi, kuesioner, dokumentasi, dan penelusuran data online. Teknik pengumpulan data dilakukan di KJKS BMT RIZQONA Tambakberas Jombang dengan cara menyebar kuesioner.

D. HASIL PENELITIAN

1. Data Umum

a) Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan pada nasabah koperasi jasa keuangan syariah KJKS BMT RIZQONA dengan sampel sebanyak 76 responden yang aktif melakukan transaksi keuangan di KJKS BMT RIZQONA IKABU Tambakberas Jombang. Berikut ini peneliti sajikan sesuai dengan karakteristik responden menurut umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan lamanya menjadi nasabah.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 1 Karakteristik responden berdasarkan umur

NO	Umur	Jumlah	Persentase (%)
1	< 20	23	30,3
2	21-30	31	40,8
3	31-40	12	15,8
4	> 40	10	13,2
Total		76	100

Sumber : Data primer yang diolah,2021

Berdasarkan data pada tabel 1 diatas bahwa data responden yang telah terkumpul menunjukkan bahwa nasabah yang berusia kurang dari 20 tahun menunjukkan persentase sebanyak 30,3%, untuk umur 21-30 tahun menunjukkan persentase sebanyak 40,8%, untuk umur 31-40 tahun menunjukkan persentase sebanyak 15,8%, dan untuk umur lebih dari 40 tahun menunjukkan persentase sebanyak 13,2%. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata yang menjadi nasabah KJKS BMT RIZQONA yaitu pada umur 21-30 tahun.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	24	31,6
2	Perempuan	52	68,4
Total		76	100

Sumber : Data primer yang diolah,2021

Berdasarkan data pada tabel 2 diatas karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dikategorikan menjadi 2 yaitu laki-laki dan perempuan. Data responden yang telah terkumpul menunjukkan mayoritas nasabah pada koperasi jasa keuangan syariah KJKS BMT RIZQONA berjenis kelamin perempuan dengan jumlah sebanyak 52 responden dan persentase 68,4%. Sedangkan untuk laki-laki hanya berjumlah sebanyak 24 responden dan persentase 31,6%.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	1	1,3
2	SMP	0	0
3	SMA	29	38,2
4	D3	7	9,2
5	S1	34	44,7
6	S2	5	6,6
Total		76	100

Sumber : Data primer yang diolah,2021

Berdasarkan data pada tabel 3 diatas karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dikategorikan menjadi 6 yaitu tingkat sekolah dasar (SD), sekolah menengah pertama (SMP), sekolah menengah atas (SMA), D3, S1 dan S2. Untuk tingkat pendidikan terakhir SD berjumlah 1 responden dengan persentase 1,3%, untuk tingkat pendidikan terakhir SMP berjumlah 0 responden, untuk tingkat pendidikan terakhir SMA sebanyak 29 responden dengan persentase 38,2%.

Untuk tingkat pendidikan terakhir D3 sebanyak 7 responden dengan persentase 9,2%, untuk tingkat pendidikan terakhir S1 sebanyak 34 responden dengan persentase 44,7%, dan untuk tingkat pendidikan terakhir S2 sebanyak 5 responden dengan persentase 6,6%. Hal ini menunjukkan bahwa pada data karakteristik berdasarkan tingkat pendidikan terakhir pada nasabah koperasi jasa keuangan syariah KJKS BMT RIZQONA didominasi oleh nasabah yang tingkat pendidikannya S1.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	19	25,0
2	Wiraswasta	11	14,5
3	Pegawai swasta	13	17,1
4	PNS	10	13,2
5	Buruh	0	0
6	Pendidik	23	30,3
Total		76	100

Sumber : Data primer yang diolah,2021

Berdasarkan data pada tabel 4 diatas dapat diketahui pada karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dikategorikan menjadi 6 yaitu pelajar/mahasiswa, wiraswasta, pegawai swasta, PNS, buruh, dan tenaga kerja sebagai pendidik. Untuk pelajar/mahasiswa sebanyak 19 responden dengan persentase 25,0%, untuk wiraswasta sebanyak 11 responden dengan persentase 14,5%, untuk pegawai swasta sebanyak 13 responden dengan persentase 17,1%, untuk PNS sebanyak 10 responden dengan persentase 13,2%, untuk buruh berjumlah 0 responden. Untuk tingkat tenaga kerja sebagai pendidik sebanyak 23 responden dengan tingkat persentase sebesar 30,3%. Hal ini menunjukkan bahwa yang berdominan pada karakteristik berdasarkan pekerjaan didominasi oleh pendidik yang bekerja sebagai tenaga kependidikan.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Menjadi Nasabah

Tabel 5 Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah

No	Lama Menjadi Nasabah	Jumlah	Persentase (%)
1	< 1 tahun	10	13,2
2	2 tahun	7	9,2
3	3 tahun	34	44,7
4	> 4	25	32,9

	tahun		
Total	76	100	

Sumber : Data primer yang diolah,2021

Menurut data pada tabel 5 karakteristik responden berdasarkan yang lama menjadi nasabah koperasi jasa keuangan syariah BMT RIZQONA menunjukkan bahwa responden yang kurang dari 1 tahun sebanyak 10 responden dengan tingkat persentase 13,2%, untuk responden yang kurang lebih sekitar 2 tahun menjadi nasabah di KJKS BMT RIZQONA sebanyak 7 responden dengan persentase 9,2%. Untuk responden yang kurang lebih sekitar 3 tahun menjadi nasabah di KJKS BMT RIZQONA sebanyak 34 responden dengan persentase 44,7%, dan untuk responden yang lebih dari 4 tahun menjadi nasabah di KJKS BMT RIZQONA sebanyak 25 responden dengan tingkat persentase 32,9%.

2. Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan (X2), serta satu variabel terikat yaitu loyalitas nasabah (Y). Pada bagian ini akan dideskripsikan hasil dari data penelitian pada masing-masing variabel yang telah dilakukan dengan penyebaran menggunakan angket (kuesioner) terhadap 76 responden yang aktif melakukan transaksi keuangan di KJKS BMT RIZQONA Tambakberas Jombang.

Dalam pengisian angket terdapat pernyataan positif dan pernyataan negative dengan skor alternatif jawaban 1-5. Pada pernyataan positif dimana sangat setuju dengan skor 5, setuju dengan skor 4, netral dengan skor 3, tidak setuju dengan skor 2, dan sangat tidak setuju dengan skor 1. Sebaliknya jika pada pernyataan negative dimana sangat setuju dengan skor 1, setuju dengan skor 2, netral dengan skor 3, tidak setuju dengan skor 4, dan sangat tidak setuju dengan skor 5.

Tabel 6 Rekapitulasi Hasil Angket Kualitas Pelayanan

Indikator	No. Item	Jawaban Responden					Jumlah Responden	Mean
		SS	S	N	TS	STS		
Bukti Langsung (Tangible)	1.	15	39	14	5	3	76	3,76
	2.	0	9	22	30	15	76	3,67
	3.	15	28	21	11	1	76	3,59
Mean Indikator								3,67
Kehandalan (Reliability)	4.	23	33	15	5	0	76	3,97
	5.	20	32	21	3	0	76	3,91
Mean Indikator								3,94
Daya Tanggap (Responsiveness)	6.	20	42	11	3	0	76	4,04
	7.	24	38	13	1	0	76	4,12
Mean indikator								4,08
Jaminan (Assurance)	8.	1	7	15	32	21	76	3,86
	9.	30	30	14	2	0	76	4,16
	10.	16	37	16	6	1	76	3,80
Mean Indikator								3,94
Empati (Empathy)	11.	18	33	19	5	1	76	3,82
	12.	8	39	21	6	2	76	3,59
	13.	11	45	18	2	0	76	3,86
Mean Indikator								3,75

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 6 diatas dapat diketahui bahwa rekapitulasi hasil angket data yang dapat dinyatakan valid sejumlah 76 sampel responden yang dapat dianalisis datanya. Maka dapat diketahui pada rerata indikator Bukti langsung (*Tangible*) dengan jumlah sebanyak 3 item pernyataan berada pada skor 3,67 yang artinya pada posisi tinggi, rerata pada indikator Kehandalan (*Reliability*) dengan jumlah 2 item pernyataan berada pada skor 3,94 yang artinya pada posisi tinggi, rerata pada indikator Daya tanggap (*Responsiveness*) dengan jumlah 2 item pernyataan berada pada skor 4,08 yang artinya pada posisi tinggi, rerata pada indikator Jaminan (*Assurance*) dengan jumlah sebanyak 3 item pernyataan berada pada skor 3,94 yang artinya pada posisi tinggi, dan rerata pada indikator Empati (*Empathy*) dengan jumlah sebanyak 3 item pernyataan berada pada skor 3,75 yang artinya pada posisi tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel kualitas pelayanan jumlah rerata tertinggi yaitu pada indikator Daya tanggap (*Responsiveness*) dengan skor 4,08 dan jumlah rerata terendah yaitu pada

indikator Bukti langsung (*Tangible*) dengan skor 3,67.

Tabel 7 Rekapitulasi Hasil Angket Kepuasan Nasabah

Indikator	No. Item	Jawaban Responden					Jumlah Responden	Mean
		SS	S	N	TS	STS		
Kepuasan Pelanggan Keseluruhan	1.	7	17	28	16	8	76	3,01
	2.	5	17	22	24	8	76	3,17
	3.	12	44	14	6	0	76	3,82
Mean Indikator								3,33
Dimensi Kualitas Pelanggan atau Nasabah	4.	21	40	11	3	1	76	4,01
	5.	7	17	19	14	19	76	3,28
	6.	3	20	17	14	22	76	3,42
Mean Indikator								3,57
Konfirmasi Harapan	7.	29	39	6	2	0	76	4,25
	8.	4	23	13	11	25	76	3,39
Mean Indikator								3,82
Niat Beli Ulang	9.	33	20	16	5	2	76	4,01
	10.	0	5	16	27	28	76	4,03
Mean Indikator								4,02
Kesediaan Untuk Merekomendasi	11.	26	29	19	2	0	76	4,04
	12.	1	3	19	36	17	76	3,86
Mean Indikator								3,95
Ketidakpuasan Pelanggan atau Nasabah	13.	20	34	16	6	0	76	3,89
	14.	0	2	27	36	11	76	3,74
Mean Indikator								3,81

Sumber : Data primer yang diolah,2021

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 7 diatas dapat diketahui bahwa rekapitulasi hasil angket data yang dapat dinyatakan valid sejumlah 76 sampel responden yang dapat dianalisis datanya. Maka dapat diketahui pada rerata indikator Kepuasan pelanggan keseluruhan dengan jumlah sebanyak 3 item pernyataan berada pada skor 3,33 yang artinya pada posisi sedang, rerata pada indikator Dimensi kualitas pelanggan atau nasabah dengan jumlah sebanyak 3 item pernyataan berada pada skor 3,57 yang artinya pada posisi tinggi, rerata pada indikator Konfirmasi harapan dengan jumlah 2 item pernyataan berada pada skor 3,82 yang artinya pada posisi tinggi, rerata pada indikator Niat beli ulang dengan jumlah 2 item pernyataan berada pada skor 4,02 yang artinya pada posisi tinggi, rerata pada indikator Kesediaan untuk merekomendasi dengan jumlah 2

item pernyataan berada pada skor 3,95 yang artinya pada posisi tinggi, dan rerata pada indikator Ketidakpuasan pelanggan atau nasabah dengan jumlah 2 item pernyataan berada pada skor 3,81 yang artinya pada posisi tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel kepuasan jumlah rerata tertinggi yaitu pada indikator Niat beli ulang dengan skor 4,02 dan jumlah rerata terendah yaitu pada indikator Kepuasan pelanggan keseluruhan dengan skor 3,33.

Tabel 8 Rekapitulasi Hasil Angket Loyalitas Nasabah

Indikator	No. Item	Jawaban Responden					Jumlah Responden	Mean
		SS	S	N	TS	STS		
Pembelian ulang dari kebiasaan menggunakan jasa keuangan	1.	29	25	12	9	1	76	3,95
	2.	30	22	15	7	2	76	3,93
Mean Indikator								3,94
Selalu menyukai jasa keuangan tersebut	3.	32	31	13	0	0	76	4,25
	4.	29	33	10	4	0	76	4,14
Mean Indikator								4,19
Tetap memilih jasa keuangan tersebut	5.	32	37	3	4	0	76	4,28
	6.	31	29	12	4	0	76	4,14
Mean Indikator								4,21
Yakin bahwa jasa keuangan tersebut yang terbaik	7.	30	26	14	2	4	76	4,00
	8.	16	37	14	6	3	76	3,75
Mean Indikator								3,87
Merekomendasikan jasa keuangan tersebut kepada orang lain	9.	9	39	17	10	1	76	3,59
	10.	6	44	15	10	1	76	3,58
Mean Indikator								3,58

Sumber : Data primer yang diolah,2021

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 8 diatas dapat diketahui bahwa rekapitulasi hasil angket data yang dapat dinyatakan valid sejumlah 76 sampel responden yang dapat dianalisis datanya. Maka dapat diketahui pada rerata indikator Pembelian ulang dari kebiasaan menggunakan jasa

keuangan dengan jumlah 2 item pernyataan berada pada skor 3,94 yang artinya pada posisi tinggi, rerata pada indikator Selalu menyukai jasa keuangan tersebut dengan jumlah 2 item pernyataan berada pada skor 4,19 yang artinya pada posisi tinggi, rerata pada indikator Tetap memilih jasa keuangan tersebut dengan jumlah 2 item pernyataan berada pada skor 4,21 yang artinya pada posisi sangat tinggi, rerata pada indikator Yakin bahwa jasa keuangan tersebut yang terbaik dengan jumlah 2 item pernyataan berada pada skor 3,87 yang artinya pada posisi tinggi, dan rerata pada indikator Merekomendasikan jasa keuangan tersebut kepada orang lain dengan jumlah 2 item pernyataan berada pada skor 3,58 yang artinya pada posisi tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel loyalitas nasabah jumlah rerata tertinggi yaitu pada indikator Tetap memilih jasa keuangan tersebut dengan skor 4,21 dan jumlah rerata terendah yaitu pada indikator Merekomendasikan jasa keuangan tersebut kepada orang lain dengan skor 3,58.

2. Analisis Data

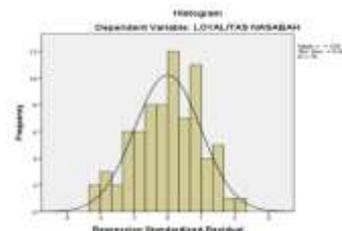
Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak.

1. Uji Normalitas Menggunakan Grafik

Dikatakan data berdistribusi normal, ketika sebaran data (histogram) mengikuti pola kurva normal.



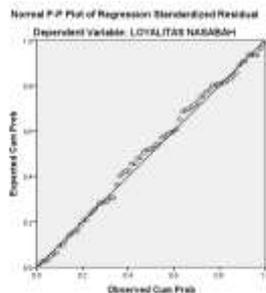
Sumber : Data primer yang diolah,2021

Gambar 2 Hasil Pengujian Normalitas Grafik Histogram

Berdasarkan pada gambar 2 menunjukkan bahwa histogram sebagian besar tampak mengikuti kurva normal, sehingga dapat dikatakan bahwa sebaran data tersebut berdistribusi normal.

2. Uji Normalitas Normal Probability Plots

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



Sumber : Data primer yang diolah, 2021
Gambar 3 Hasil Pengujian Normalitas Probability Plots

Berdasarkan pada gambar 3 terlihat bahwa semua data menunjukkan data distribusi secara normal, sebaran data berada disekitar garis diagonal.

3. Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

Persyaratan dari Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov adalah jika nilai $> 0,05$ maka data regresi sudah memenuhi asumsi normalitas. Jika nilainya $< 0,05$ maka regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Untuk mengetahui hasil dari uji normalitas kolmogorov smirnov dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 9 Hasil pengujian Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		76
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	3.23787119
Most	Absolute	.056
Extreme	Positive	.039
e	Negative	-.056
Differences		
Kolmogorov-Smirnov Z		.490
Asymp. Sig. (2-tailed)		.970

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel 9 Terlihat bahwa nilai Asymp Sig (2-tailed) adalah 0,970 ini berarti nilainya diatas nilai signifikan 5% (0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa nilai Sig (2-tailed) $> 0,05$ data residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mengetahui hasil dari uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 10 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
	(Constant)	
	KUALITAS PELAYANAN	.950 1.053
	KEPUASAN	.950 1.053

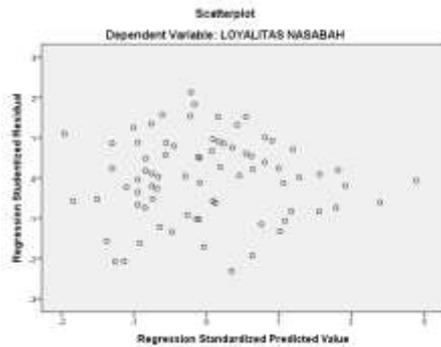
- Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel 10 Menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan memiliki nilai VIF sebesar 1,053. Nilai VIF semua variabel independen < 10 dan nilai toleransi masing-masing variabel sebesar $0,950 > 0,10$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji model regresi apakah terjadi ketidaksamaan antara variance dan residual satu pengamatan kepengamatan lain. Jika variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda disebut heterokedastisitas.



Sumber : Data primer yang diolah,2021

Gambar 4 Hasil Pengujian Heterokedastisitas

Dari grafik tersebut terlihat titik-titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas pada model regresi yang dibuat, dengan kata lain menerima hipotesis heterokedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil perhitungan analisis regresi berganda diolah dengan menggunakan program SPSS 2020. Hasil regresi dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 11 Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.248	5.550		.585	.560		

KUALITAS PELAYANAN	.487	.087	.525	5.616	.000	.950	1.053
KEPUASAN Nasabah	.230	.088	.246	2.632	.010	.950	1.053

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

Sumber : Data primer yang diolah,2021

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana keterkaitan antara satu variabel terikat dengan beberapa variabel bebas. Untuk melihat hasil analisis regresi linear berganda pada tabel diatas. Berdasarkan hasil analisa regresi yang disajikan dalam tabel 4. Maka didapatkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 3,248 + 0,487X_1 + 0,230X_2$$

Nilai konstanta (a) sebesar 3,248 artinya apabila kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah diasumsikan nol (0), maka loyalitas bernilai 3,248. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,487 dengan artinya setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 maka akan meningkatkan loyalitas sebesar 0,487 atau 48,7% dengan mengamsusikan variabel yang lain tetap. Nilai koefisien regresi variabel kepuasan nasabah sebesar 0,230 dengan signifikan artinya setiap peningkatan kepuasan nasabah sebesar 1 maka akan meningkatkan loyalitas sebesar 0,230 atau 23% dengan mengamsusikan variabel yang lain tetap.

A. Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya. Cara mengetahui jika hipotesis diterima apabila $\text{sig} < \alpha$

(0,05), dan sebaliknya jika $\text{sig} > \alpha$ (0,05), maka hipotesis ditolak. Sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 12 Hasil Uji T

Variabel	Nilai t	Signifikasi
Kualitas Pelayanan	5,616	0,000
Kepuasan Nasabah	2,632	0,010

Sumber : Data primer yang diolah,2021

Berdasarkan pada tabel 12 Dapat dijabarkan sebagai berikut :

- Hasil variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai t hitung 5,616 dan signifikasi sebesar 0,000 karena nilai $t_{\text{sig}} = 0,000 < \alpha$ 0,05. Dengan demikian bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.
- Hasil variabel kepuasan nasabah (X2) memiliki nilai t hitung 2,632 dan signifikasi sebesar 0,010 karena nilai $t_{\text{sig}} = 0,010 < \alpha$ 0,05. Dengan demikian bahwa variabel kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

2. Uji Simultan (Uji F)

Pada hasil Uji F menunjukkan bahwa variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X1) dan Kepuasan nasabah (X2) yang dimasukkan dalam model regresi berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas nasabah (Y). Dari hasil analisis regresi linear berganda nilai F ditunjukkan sebagai berikut :

Tabel 13 Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	511.648	2	255.824	23.751	.000 ^b
Residual	786.286	73	10.771		
Total	1297.934	75			

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH
b. Predictors: (Constant), KEPUASAN, KUALITAS PELAYANAN

Sumber : Data primer yang diolah,2021

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 23,751 > F tabel 3,59 dengan nilai sig 0,000 < 0,05. Maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas nasabah karena variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas nasabah.

3. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X1) dan Kepuasan nasabah (X2) secara simultan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas nasabah (Y).

Tabel 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.628 ^a	.394	.378	3.282

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN, PENGARUH KUALITAS PELAYANAN

Sumber : Data primer yang diolah,2021

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa Adjusted R Square sebesar 0,378 artinya bahwa variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 37,8%, sedangkan sisanya 62,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukan didalam model regresi.

E. PEMBAHASAN

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan nasabah untuk melakukan penggunaan ulang jasa koperasi BMT tersebut. Apabila semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT akan dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Hal tersebut sesuai dengan hipotesis pada hasil variabel

kualitas pelayanan (X1) yang memiliki nilai t hitung 5,616 dan signifikansi sebesar 0,000 karena nilai $t_{sig} = 0,000 < \alpha 0,05$. Dengan demikian bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

Berdasarkan pada rekapitulasi hasil angket jumlah rata-rata skor mean pada variabel kualitas pelayanan yang tertinggi didapatkan dari indikator Daya tanggap (*Responsiveness*) dengan skor 4,08. Hal ini menunjukkan bahwa daya tanggap yang dimiliki oleh karyawan KJKS BMT RIZQONA yaitu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada nasabah dengan melalui penyampaian informasi yang jelas. Sedangkan untuk jumlah rerata terendah yaitu pada indikator Bukti langsung (*Tangible*) dengan skor 3,67. Bukti langsung (*Tangible*) merupakan suatu lingkungan fisik dimana layanan perusahaan dan konsumennya berinteraksi. Komponen dari tangible meliputi penampilan fisik seperti gedung, ruangan, tempat parkir, kebersihan, kerapian, kenyamanan ruangan, dan penampilan karyawan. Fasilitas yang membuat nasabah merasa nyaman memang penting, hal ini menunjukkan dari berbagai keadaan fasilitas yang diberikan KJKS BMT RIZQONA belum mempunyai fasilitas kursi tunggu yang memadai dan ruangan yang nyaman sehingga nasabah yang akan menggunakan jasanya merasa kurang nyaman karena kurangnya kursi dan nomor antrian yang tidak disediakan oleh pihak BMT.

2. Pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Nasabah akan merasa puas dan senang apabila kinerja sebuah perusahaan sesuai dengan harapan atau bahkan

melebihi harapan para nasabah. Hal tersebut sesuai dengan hipotesis pada hasil variabel kepuasan nasabah (X2) yang memiliki nilai t hitung 2,632 dan signifikansi sebesar 0,010 karena nilai $t_{sig} = 0,010 < \alpha 0,05$. Dengan demikian bahwa variabel kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan pada rekapitulasi hasil angket jumlah rata-rata skor mean pada variabel kepuasan nasabah yang tertinggi didapatkan dari indikator Niat beli ulang dengan skor 4,02. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah KJKS BMT RIZQONA bersedia untuk membeli ulang atau menggunakan layanan yang diberikan oleh pihak BMT. Sedangkan untuk jumlah rerata terendah yaitu pada indikator Kepuasan pelanggan keseluruhan dengan skor 3,33. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah belum merasakan kepuasan secara keseluruhan dengan sistem antrian yang ada di BMT dan kurangnya fasilitas kursi tunggu.

Kepuasan nasabah yang ada di KJKS BMT RIZQONA adalah penting, sehingga perlu dijaga dan ditingkatkan mengingat kepuasan ini mempunyai pengaruh yang besar terhadap loyalitas nasabah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan yang baik memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin hubungan yang kuat dengan BMT. Pada jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan BMT untuk memahami harapan serta kebutuhan nasabah.

3. Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah

Berdasarkan hasil pengujian, pengaruh variabel independen Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan nasabah (X2) terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Nasabah (Y). Diketahui bahwa variabel independen

berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, artinya kenaikan variabel independen akan diikuti oleh variabel dependen secara signifikan. Dari deskripsi variabel loyalitas nasabah pada KJKS BMT RIZQONA dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah BMT cukup baik, hal ini terlihat dari tanggapan setuju yang diberikan nasabah sebagai responden. Dan setelah dilakukan pengujian statistik dengan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar $23,751 > F$ tabel $3,59$ dengan nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$. Maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas nasabah, karena variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas nasabah.

Nasabah yang memperoleh kepuasan dalam pelayanan merupakan modal dasar bagi BMT dalam membentuk loyalitas. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan, kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan BMT. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini yang memungkinkan BMT untuk memahami dengan seksama harapan serta kebutuhan nasabahnya. Dengan demikian, BMT dapat meningkatkan kepuasan nasabah dimana BMT memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan.

Dengan pentingnya loyalitas nasabah, BMT juga harus dapat meningkatkan loyalitas dengan memperbaiki hubungan antara nasabah, dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan. Sehingga BMT akan mampu bertahan dalam dunia lembaga keuangan. Sehingga adanya pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah ini juga didukung dengan hasil *Adjusted R*

Square pada koefisien Determinasi sebesar 37,8% hal ini mengindikasikan bahwa sebesar 37,8% yang dapat mempengaruhi loyalitas dapat dijelaskan oleh variabel independen yang ada pada penelitian ini, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

F. PENUTUP KESIMPULAN

1. Ada pengaruh signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada KJKS BMT RIZQONA sehingga pada variabel kualitas pelayanan hipotesis diterima.
2. Ada pengaruh signifikan variabel kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada KJKS BMT RIZQONA sehingga pada variabel kepuasan nasabah hipotesis diterima.
3. Ada pengaruh signifikan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada KJKS BMT RIZQONA sehingga pada variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah hipotesis diterima.

SARAN

1. KJKS BMT RIZQONA sebaiknya meningkatkan variabel kualitas pelayanan pada indikator bukti langsung (*Tangible*), dengan cara menambah fasilitas kursi tunggu dan nomor antrian agar dapat memadai nasabah yang menunggu giliran antri. Hal ini agar kualitas pelayanan meningkat yang berdampak pada peningkatan loyalitas nasabah yang ada di BMT RIZQONA Tambakberas.
2. KJKS BMT RIZQONA sebaiknya meningkatkan variabel kepuasan nasabah pada indikator kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Apabila kualitas pelayanan

ditingkatkan, maka nasabah akan merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Kepuasan memicu persepsi baik nasabah terhadap BMT. Hal ini agar kepuasan meningkat yang berdampak pada peningkatan loyalitas nasabah yang ada di KJKS BMT RIZQONA Tambakberas.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: alfabeta

G. DAFTAR PUSTAKA

- Nazarudin. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah PT BRI Cabang Padang. Padang* : STIE KBP
- Mukaddam. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah* (Online) http://digilib.uin-suka.ac.id/14959/33/10240069_bab-i_iv-atau-v_daftar-pustaka.pdf Diakses 15 Oktober 2020
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Lupiyoadi, Rambat. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi ke-2*. Jakarta : Salamba Empat.
- Setyanto Anggoro. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan dan Komplain* (Online) <http://eprints.uns.ac.id/4713/1/143171208201002371.pdf> Diakses 20 Oktober 2020
- Kotler, P., Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. (Benyamin Molan, Penerjemah). Jakarta: PT.Indeks.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset
- Priansa Donni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Yunarti Sri. 2016. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia