



**PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH BMT NU DENGAN KEPUASAN SEBAGAI
VARIABEL *MODERATING*
(Study Pada Nasabah BMT NU Cabang Batang Batang Kabupaten
Sumenep)**

Oleh
Ainul Yaqin*)
salemb96@gmail.com
Rois Arifin, **)
Afi Rachmat Slamet, ***)

ABSTRACT

His research is based on curiosity and concern for economic conditions in society. The purpose of this research is to find out and analyze whether there is an influence on the dimensions of service quality as a variable X1 and satisfaction as a moderating variable (X2) on member loyalty as a variable Y1. The results of the study then show that there is a significant effect between the dimensions of service quality on loyalty where the t test produces a significant value of 0,000 less than 0.05. Satisfaction variables significantly influence loyalty where the t test shows a significant value of 0.002 smaller than 0.05. Suggestions should be made by the Batang Batang branch of BMT NU to continuously improve the system of service quality dimensions for the sake of satisfaction that results in the creation of customer loyalty of BMT NU itself.

Keywords: *BMT NU Batang Batang Branch, Dimensions of Service Quality, Satisfaction, Loyalty.*



ABSTRAKSI

Penelitian ini dilandaskan pada keingintahuan dan kepedulian terhadap kondisi perekonomian di masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh dimensi kualitas pelayanan sebagai variabel X1 dan kepuasan sebagai variabel moderating (X2) terhadap loyalitas anggota sebagai variabel Y1. Hasil penelitian kemudian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi kualitas pelayanan terhadap loyalitas di mana uji t menghasilkan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Variabel kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas di mana uji t menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05. Saran sepantasnya pihak BMT NU Cabang Batang Batang terus meningkatkan sistem dimensi kualitas pelayanan demi munculnya kepuasan yang berakibat pada terciptanya loyalitas nasabah BMT NU sendiri.

Kata Kunci: BMT NU Cabang Batang Batang, Dimensi Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Loyalitas.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

. BMT NU lahir berangkat dari sebuah keprihatinan pengurus MWC Nahdlatul Ulama Gapura atas kondisi masyarakat Sumenep pada umumnya dan masyarakat kecamatan Gapura pada khususnya atas semakin merajalelanya praktek rentenir dengan bunga hingga 50 persen perbulan yang nyata-nyata mencekik usaha mereka sehingga sulit berkembang. .para masyarakat Sumenep yang berprofesi sebagai pedagang merasa kesulitan dalam mendapatkan modal awal yang akan mereka gunakan untuk membuka usaha. Praktek-praktek rentenir yang ada. Dalam hal ini BMT NU didirikan untuk membantu mereka dalam mengembangkan usaha mereka.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka dapat ditentukan tujuan penelitian ini adalah:

- 1..Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BMT NU cabang Batang Batang
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BMT NU cabang Batang Batang dengan kepuasan sebagai variabel *moderating*.

TINJAUAN TEORI

Dimensi kualitas pelayanan

Goest dan Davis dalam Tjiptono (1997:51) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk,jasa,manusia,proses,dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kepuasan

Kepuasan adalah tingkat kepuasan dalam diri pelanggan atau nasabah karena mereka mendapatkan apa yang mereka inginkan serta apa yang mereka harapkan terpenuhi. Kepuasan muncul karena apa yang diinginkan tercapai atau diperoleh oleh mereka.

Loyalitas

Loyalitas adalah respon perilaku atau pembelian yang bersifat bias dan terungkap secara terus menerus oleh pengambil keputusan dengan memperhatikan satu atau lebih merek alternatif dari sejumlah merek dan sejenis dan merupakan fungsi dari proses psikologis. Namun perlu ditekankan bahwa hal tersebut berbeda dengan perilaku beli ulang,loyalitas pelanggan dengan menyertakan aspek perasaan di dalamnya (Dharmesta, 2000:66).

POPULASI DAN SAMPEL

Populasi

Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah BMT NU cabang Batang Batang

Sampel

Arikunto (2008:116) mengatakan bahwa penentuan dalam pengambilan sampel sebagai berikut : apabila jumlah populasi kurang dari 100 maka lebih baik diambil secara keseluruhan. Sedangkan jika jumlah populasi besar maka dapat diambil antara 10-15% atau 20-25%. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 Responden diperoleh dari total populasi yang ada.

DEFINISI KONSEP DAN OPERASIONAL VARIABEL

Definisi Konsep

1. Dimensi kualitas pelayanan adalah segala aspek yang ada dalam kualitas pelayanan.
2. Kepuasan adalah tingkat perasaan senang karena keinginan yang ada terpenuhi atau tercapai.
3. Loyalitas adalah kesetiaan atau rasa percaya karena mendapatkan sesuatu yang kita harapkan.

Operasional Variabel

a. Indikator dalam dimensi kualitas pelayanan antara lain:

1. Mudah dalam menerima informasi
2. Mudah dalam bertransaksi
3. Mudah dalam menerima pelayanan

b. Indikator-indikator dari variabel kepuasan yaitu:

1. Yakin bahwa dengan bertransaksi di BMT NU akan dapat memenuhi keinginan.
2. Yakin dengan kinerja BMT NU
3. Yakin bahwa karyawan BMT NU dapat melayani nasabah dengan baik

c. Indikator loyalitas yaitu :

1. Selalu menyampaikan hal-hal positif tentang BMT NU
2. Selalu merekomendasikan kepada orang lain agar ikut menjadi nasabah
3. Selalu setia terhadap BMT NU

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

NO	VARIABEL	R. HITUNG	R. TABEL	KETERANGAN
1	DIMENSI KUALITAS PELAYANAN			
	X1.1	0,706	0,194	VALID
	X1.2	0,710	0,194	VALID
	X1.3	0,683	0,194	VALID
	X1.4	0,746	0,194	VALID
	X1.5	0,735	0,194	VALID
	X1.6	0,735	0,194	VALID
	X1.7	0,623	0,194	VALID
	X1.8	0,667	0,194	VALID
	X1.9	0,743	0,194	VALID
	X1.10	0,823	0,194	VALID
	X1.11	0,775	0,194	VALID
	X1.12	0,721	0,194	VALID
	X1.13	0,777	0,194	VALID
	X1.14	0,648	0,194	VALID
	X1.15	0,783	0,194	VALID
	X1.16	0,725	0,194	VALID
	X1.17	0,784	0,194	VALID
	X1.18	0,727	0,194	VALID
X1.19	0,712	0,194	VALID	
NO	VARIABEL	R. HITUNG	R. TABEL	KETERANGAN
2	KEPUASAN			
	X2.1	0,722	0,194	VALID
	X2.2	0,812	0,194	VALID
	X2.3	0,704	0,194	VALID
3	LOYALITAS			
	Y1.1	0,660	0,194	VALID
	Y1.2	0,817	0,194	VALID
	Y1.3	0,652	0,194	VALID

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner atau angket yang digunakan untuk suatu penelitian sudah valid atau tidak. Suatu instrumen akan dikatakan valid apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$. Diketahui bahwa nilai $r \text{ tabel}$ adalah 0,194 maka dapat disimpulkan bahwa kelima variabel pada penelitian ini dikatakan Valid.

Uji Reliabilitas

NO	VARIABEL		
1	DIMENSI PELAYANAN	KUALITAS	CSRONBACH ALPHA
	X1.1		0,786
	X1.2		0,796
	X1.3		0,794
	X1.4		0,779
	X1.5		0,715
	X1.6		0,718
	X1.7		0,781
	X1.8		0,859
	X1.9		0,842
	X1.10		0,804
	X1.11		0,820
	X1.12		0,803
	X1.13		0,794
	X1.14		0,844
	X1.15		0,796
	X1.16		0,821
	X1.17		0,803
	X1.18		0,824
	X1.19		0,819
2	KEPUASAN		
	X2.1		0,791
	X2.2		0,756
	X2.3		0,836
3	LOYALITAS		
	Y1.1		0,781
	Y1.2		0,682
	Y1.3		0,792

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur apakah suatu pengukuran akan tetap konsisten ketika dilakukan pengukuran lebih dari satu kali. Variabel tersebut akan dikatakan *reliabel* jika *Cronbach's Alpha*nya memiliki nilai $>0,6$. Maka dari hasil di atas bahwa data reliabel.

Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters(a,b)	Mean	,000000
	Std. Deviation	,32074456
Most Extreme Differences	Absolute	,112
	Positive	,062
	Negative	-,112
Kolmogorov-Smirnov Z		1,119
Asymp. Sig. (2-tailed)		,163

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu data sudah berdistribusi normal atau tidak. Suatu data dikatakan normal apabila nilai *Asymp* lebih besar dari 0,05. Maka dari hasil di atas bisa dipastikan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,671	,344		1,951	,054		
	X1	,495	,130	,421	3,801	,000	,395	2,535
	X2	,340	,108	,350	3,156	,002	,395	2,535

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi di antara variabel bebas dalam model regresi.

Uji Heterokedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	constant)	,524	,228		2,301	,024		
	X1	-,097	,086	-,180	-1,126	,263	,395	2,535
	X2	,027	,071	,061	,384	,702	,395	2,535

Uji heterokedastisitas adalah suatu uji yang digunakan untuk mengetahui ada dan tidaknya ketidaksamaan variance residual di antara pengamatan. Dengan kriteria nilai sig. > 0,05 maka dapat dinyatakan tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Dari hasil di atas maka dapat dikatakan bahwa data terbebas dari gejala heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,671	,344		1,951	,054		
	X1	,495	,130	,421	3,801	,000	,395	2,535
	X2	,340	,108	,350	3,156	,002	,395	2,535

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan (X1), kepuasan(X2) terhadap loyalitas nasabah pada BMT NU cabang batang batang. Berdasarkan tabel di atas dapat disusun persamaan regresi linier berganda untuk variabel dimensi kualitas pelayanan, kepuasan, loyalitas nasabah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + e \longrightarrow \text{model 1}$$

$$Y = 1951 + 0,495x_1 + e$$

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e \longrightarrow \text{model 2}$$

$$Y = 1951 + 0,495 + 0,340 + e$$

Di mana:

- Y = Loyalitas nasabah
- A = nilai konstanta
- X1 = kualitas pelayanan
- X2 = kepuasan nasabah
- E = eror

Dari hasil persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta bernilai positif, artinya bahwa jika tidak ada variabel X1, X2, maka Y bernilai positif
- b. Artinya apabila variabel kualitas pelayanan (*service quality*) (X1) meningkat maka akan memberikan perubahan positif pada loyalitas nasabah (Y)
- c. Artinya apabila variabel kepuasan nasabah (X2) meningkat maka akan memberikan perubahan positif pada loyalitas nasabah (Y)

PENGUJIAN HIPOTESIS

Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11,464	2	5,732	54,592	,000(a)
	Residual	10,185	97	,105		
	Total	21,649	99			

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan atau tidak berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Bila dilihat pada tabel 4.14 Didapatkan hasil analisis uji F sebesar 54,592 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena tingkat signifikansi $F < 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari variabel dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,671	,344		1,951	,054
	X1	,495	,130	,421	3,801	,000
	X2	,340	,108	,350	3,156	,002

Uji t digunakan untuk melihat apakah secara parsial dari variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi uji t lebih kecil dari 0,05 sehingga variabel dari penelitian ini mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan.

Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,728(a)	,530	,520	,324

Berdasarkan output pada tabel 4.1 diatas diperoleh nilai koefisien determinasi (Adjusted R^2) sebesar 0,520, hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel dimensi kualitas pelayanan (X1), kepuasan (X2 terhadap loyalitas nasabah (Y) dan sisanya sebesar 58,% (100% - 52,%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian ini.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BMT NU dengan kepuasan sebagai variabel *moderating*. Penelitian ini berlokasi di kantor cabang BMT NU kecamatan Batang Batang jalan raya cemara udang no.1 menyimpulkan bahwa:

- a. Dimensi Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BMT NU kantor Cabang Batang Batang
- b. Dimensi Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BMT NU kantor Cabang Batang Batang dengan kepuasan sebagai variabel *moderating*

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki berbagai keterbatasan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan semoga menjadi lebih baik. Penelitian ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Terdapat banyak sekali hal-hal yang harus dibenahi mulai dari proses penelitian yang dalam hal ini peneliti masih belum memiliki pengalaman dan keahlian. Oleh karena itu, peneliti perlu belajar dan lebih sering melakukan penelitian agar nantinya penelitian ini bisa menjadi lebih baik untuk ke depannya.

Keterbatasan dalam penelitian ini terbatas pada variabel yang diteliti yaitu:

- a. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel bebas dan satu variabel terikat
- b. Hasil penelitian menunjukkan nilai R kuadrat sebesar 0,52.hal ini menunjukkan kontribusi variabel bebas hanya sebesar 52% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang telah diuraikan maka saran untuk peneliti selanjutnya sebaiknya menambah variabel penelitian terutama variabel bebas yang terkait dengan variabel terikat agar mendapatkan nilai uji statistik koefisien determinan lebih besar yang menunjukkan tingkat pengaruh variabel X terhadap Y semakin kuat. Dari keterbatasan di atas peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran kepada berbagai pihak agar nantinya penelitian yang selanjutnya menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi.2002.”*Prosedur Penelitian*”.PT Rineka Cipta

Buchari Alma, 2004,” *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*”, Edisi Revisi,

Bandung: Penerbit CV. Alfabeta

Dharmesta B.S. dan Handoko. T.H. 2000. “*Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku*”.
Edisi Pertama. Yogyakarta: BPF



Tjiptono, Fandi 1997. "Strategi Pemasaran". Edisi Kedua. Cetakan Kedua, Andi Yogyakarta

Kotler, Philip. 2000. "Marketing Management", The Millennium Edition, Prentice Hall International, Inc.

Sugiono, 2002. "Metode penelitian bisnis" cetakan ke IV. Bandung: CV. Alfabeta

Sugiono 2011. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D. Bandung Alfabeta

Tjiptono, Fandi 1997. "Strategi Pemasaran". Edisi Kedua. Cetakan Kedua, Andi Yogyakarta

Tjiptono, Fandi 2001. "Strategi Pemasaran". Edisi kedua. Cetakan Kedua. Andi Offset: Yogyakarta

Tjiptono, Fandi 2005. "Pemasaran jasa". Malang: Bayu Media

Ainul Yaqin*) : Adalah Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang

Rois Arifin, **) : Adalah Dosen tetap Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang.

Afi Rachmat Slamet, *)** : Adalah Dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.