

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
ANGGOTA DENGAN DIMENSI CARTER
(Studi Pada KJKS BMT Al Fath Pesagen, Gunungwungkal, Pati)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam**

DISUSUN OLEH:

**ZUANITA AMALIA SULISTIYANI
NIM. 13820054**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

2017



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Sodari Zuanita Amalia Sulistiyani

Lamp : 1

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah menimbang, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Zuanita Amalia Sulistiyani

NIM : 123820056

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Dimensi CARTER terhadap kepuasan anggota (Studi Pada KJKS BMT Al Fath Pesagen, Gunungwungkal, Pati)

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/ Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar proposal skripsi saudara tersebut di atas dapat digunakan sebagai syarat seminar proposal. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 06 Februari 2017

Pembimbing,

Joko Setyono, S.E., M.Si
NIP. 19730702 2002121 003

SURAT PENGESAHAN SKRIPSI
Nomor: B-707 /Un.02/DEB/PP.05.3/02/2017

Skripsi / tugas akhir dengan judul:

**“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan anggota Dengan
Dimensi CARTER (Studi Pada KJKS BMT Al Fath Pesagen, Gunungwungkal,
Pati)”**

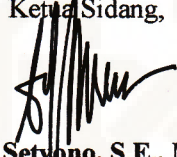
Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Zuanita Amalia Sulistiyani
NIM : 123820054
Telah dimunaqosyahkan pada : 24 Februari 2017
Nilai : A-

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi
Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQOSYAH

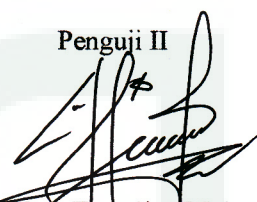
Ketua Sidang,


Joko Setyono, S.E., M.Si.
NIP. 1930102 200212 1 003

Penguji I


Dr. Abdul Haris, M. Ag.
19710423 199903 1 001

Penguji II


Jauhar Faradis., M.A.
19840523 201101 1 008

Yogyakarta, 27 Februari 2017

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dekan,



Dr. H. Syahid Mahmadah Hanafi, M.Ag.
NIP. 19670518 199703

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zuanita Amalia Sulistiyani

NIM : 13820054

Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota dengan Dimensi CARTER (Studi Pada KJKS BMT Al Fath Pesagen)**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri. Bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat di maklumi

Yogyakarta, 05 Februari 2017

Penyusun



Zuanita Amalia Sulistiyani
NIM. 13820054

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zuanita Amalia Sulistiyani
NIM : 13820054
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi Mengembangkan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*non-exclusiveroyalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota dengan Dimensi CARTER (Studi Pada KJKS BMT Al Fath Pesagen)”

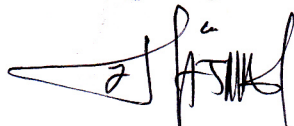
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Yogyakarta

Pada tanggal: 05 Februari 2017

Yang menyatakan



(Zuanita Amalia Sulistiyani)

7. Teman-teman Prosi Perbakan Syariah 2013 terkhusus kelas Perbankan Syariah B atas kerjasamanya.
8. Teman-temanku tercinta RUUS (Muna, Dwi, Afafah, Ana, Yessy, Indah, Dora) teman yang selalu memberi dukungan dan motivasi dari awal semester hingga semester akhir ini berakhir.
9. Sahabatku Nur Fauziyah, Ulil Albab, dan Yulus, tempat berbagi canda tawa dari bangku SMA sampai saat ini.
10. Keluarga pondok Darul Ulum Brajan, yang telah mengajarkan arti keikhlasan dan kesabaran yang belum pernah saya alami sebelumnya.
11. Teman-teman KKN angkatan 90 Turi Sleman.
12. Seluruh rekan kerja minimarket MASHAFA, Fitri, Mbak Anggit, Ade, Mbak Iqlimah, dan Revi.
13. Pak Nardi selaku pemilik toko, yang memberikan keringanan dalam saya bekerja.
14. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam segala hal baik moril maupun materill yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Tak ada gading yang tak retak. Kritik dan saran selalu penulis harapkan untuk perbaikan berikutnya. Semoga Allah SWT membalas jasa mereka semua serta mencatat sebagai amalan kebaikan. Semoga karya ini dapat bermanfaat untuk penulis khususnya dan bagi orang lain pada umumnya. Amin.

Yogyakarta, 06 Februari 2017

Yang menyatakan,

Zuanita Amalia Sulistiyan
13820054

MOTTO

**Sebaik-Baik Manusia diantaramu Adalah Yang
Bermanfaat Bagi Manusia Lainnya.**

(HR. Bukhori Muslim)

**Kemenangan dicapai dengan tekad, tekad tercapai
dengan pemikiran, dan pikiran dibentuk dengan
menjaga rahasia.**

(Syaidina Ali Bin Abi Tholib)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT dan sholawat serta salam
tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Diriku sendiri dan mereka yang menanti kelulusanku Ibu tercinta Sri
Anatun dan Bapak tercinta Zawawi atas doa serta dorongan baik moril
maupun materil dan atas perjuangannya yang mampu mengantarkan
anakmu ini untuk masuk perguruan tinggi sekaligus menjadi
penyemangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Hanya balasan doa yang
dapat putrimu panjatkan dan beribu-ribu maaf atas segala sikap,
tingkah laku serta tutur kata yang salah.

Dan untuk masku Wisnu Jaka Irawan, terimakasih telah menemani,
mendukung, dan membantu sehingga terselesaikan skripsi ini.

Adik-adikku Isna, Nayla, Bagus dan Aya yang selalu mendukung dan
memberikan semangat dalam hidupku untuk menjadi seseorang kakak
yang bisa menjadi panutan.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	b	be
ت	Ta'	t	te
ث	sa'	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	z	er
ز	Zai	s	zet
س	Sin	sy	es
ش	Syin	ṣ	es dan ye

ص	sad	ḍ	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ṭ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ẓ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	‘	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	g	koma terbalik di atas
غ	gain	f	ge
ف	fa	q	ef
ق	qaf	k	qi
ك	kaf	l	ka
ل	lam	m	el
م	mim	n	em
ن	nun	w	en
و	wawu	h	w
هـ	ha'	‘	ha
ء	hamzah	Y	apostrof
ي	ya		Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	Muta‘addidah
عدة	Ditulis	‘iddah

C. Ta’ marbutah

Semua *ta’ marbutah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata

sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
عَلَّة	ditulis	<i>‘illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karamah al-auliya’</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

_____	Fathah	ditulis	<i>A</i>
_____	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
_____	Dammah	ditulis	<i>u</i>

فَعَلَ	Fathah	ditulis	<i>fa‘ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>zukira</i>
يَذْهَبُ	Dammah	ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	ditulis	<i>A</i>
جاهليَّة	ditulis	<i>jahiliyyah</i>
2. fathah + ya’ mati	ditulis	<i>a</i>
تَنْسَى	ditulis	<i>tansa</i>
3. Kasrah + ya’ mati	ditulis	<i>i</i>
كَرِيم	ditulis	<i>karim</i>

4. Dammah + wawu mati	ditulis	<i>u</i>
فروض	ditulis	<i>furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	ditulis	<i>au</i>
قول	ditulis	<i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أُعِدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لأن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal "al"

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'an</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاءُ	ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشَّمْسُ	ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذُو الْفُرُوضِ	ditulis	<i>zawi al-furud</i>
أَهْلُ السَّنَةِ	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrohim

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga tercurah kepada Nabi dan Rasul yang telah membimbing umatnya ke arah kebenaran yang diridhoi oleh Allah SWT, dan keluarga serta para sahabat setia kepada beliau.

Alhamdulillah berkat hidayah dan pertolongan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota dengan Dimensi CARTER (Studi pada BMT Al Fath Pesagen, Gunungwungkal, Pati)”. Skripsi ini belum tentu selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini, penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang ikut memberi andil dalam penyelesaian skripsi ini, diantaranya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. KH Yudian Wahyudi Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta;
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga;
3. Bapak Dr. Ibnu Qizam, S.E., Akt., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga;
4. Bapak Joko Setyono, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi dan Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang selalu memberi semangat dan membantu menyelesaikan permasalahan yang terkait dengan perkuliahan maupun saat pembuatan skripsi ini;
5. Bapak Drs. Abdurrahman, Bapak Humaidi, dan Bapak Nafek, selaku pengelola BMT Al Fath Pesagen dengan penuh kesabaran membantu dalam penelitian sehingga terselesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Perbankan Syariah yang telah membagi ilmunya terhadap penulis selama belajar di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

DAFTAR ISI

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	i
SURAT PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK	xix
ABSTRACT.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	12
2.1 Kepuasan Pelanggan.....	12
2.2 Kualitas Layanan	14
2.3 Dimensi Carter.....	15
2.4 Kualitas Pelayanan Perspektif Islam	18
2.5 Penelitian Terdahulu.....	23
2.6 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	28
2.7 Pengembangan Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Objek Penelitian.....	37
3.3 Sumber Data	37
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	37

3.5	Definisi Operasional Variabel	38
3.6	Instrumen Penelitian	43
3.7	Teknik Pengumpulan Data	44
3.8	Metode Analisis Data	45
3.9	Pengujian Hipotesis	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		48
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	48
4.2	Deskripsi Data	52
4.3	Karakteristik Responden	52
4.4	Uji Kualitas Data	58
4.5	Uji Asumsi Klasik	61
4.6	Analisis Regresi Berganda	67
4.7	Pengujian Hipotesis	69
4.8	Pembahasan	74
BAB V PENUTUP		83
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Implikasi	85
5.3	Saran	85
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN		I
Lampiran 1		I
Lampiran 2		I
Lampiran 3		V
Lampiran 4		VII
Lampiran 5		XII
Lampiran 6		XV
Lampiran 7		XVII
Lampiran 8		XVIII
Lampiran 9		XIX
Lampiran 10		XX
Lampiran 11		XXI
Lampiran 12		XXII
Lampiran 13		XXIII

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Jumlah Anggota KJKS BMT Al Fath	7
Tabel 2.1	Telaah Pustaka	26
Tabel 3.1	Variabel dan Indikator Penelitian	39
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	58
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Kepuasan Anggota	59
Tabel 4.3	Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.4	Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 4.5	Hasil Uji Multikolinieritas	64
Tabel 4.6	Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4.7	Hasil Uji Koefisien Determinasi	69
Tabel 4.8	Hasil Uji Statistik F	70
Tabel 4.9	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	72
Tabel 4.10	Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	28
Gambar 4.1 Jenis Kelamin	53
Gambar 4.2 Usia Anggota KJKS BMT Al Fath	53
Gambar 4.3 Data Pendidikan	54
Gambar 4.4 Pekerjaan Anggota KJKS BMT Al Fath	55
Gambar 4.5 Pendapatan Anggota KJKS BMT Al Fath	56
Gambar 4.6 Lama Menjadi Anggota KJKS BMT Al Fath	57
Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas (Normal Probability Plot)	62
Gambar 4.8 Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram)	62
Gambar 4.9 Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Terjemahan Ayat Al Qur'an	i
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	i
Pertanyaan I	i
Pertanyaan II	ii
Lampiran 3 Data Deskriptif Responden	v
Lampiran 4 Data Jawaban Responden	vii
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	xii
Hasil Uji Validitas <i>compliance</i>	xii
Hasil Uji Validitas <i>assurance</i>	xii
Hasil Uji Validitas <i>reliability</i>	xii
Hasil Uji Validitas <i>tangibles</i>	xiii
Hasil Uji Validitas <i>empathy</i>	xiii
Hasil Uji Validitas <i>responsiveness</i>	xiv
Hasil Uji Validitas Kepuasan Anggota	xiv
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	xv
Hasil Uji Reliabilitas <i>compliance</i>	xv
Hasil Uji Reliabilitas <i>assurance</i>	xv
Hasil Uji Reliabilitas <i>reliability</i>	xv
Hasil Uji Reliabilitas <i>tangibles</i>	xvi
Hasil Uji Reliabilitas <i>empathy</i>	xvi
Hasil Uji Reliabilitas <i>responsiveness</i>	xvi
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik	xvii
Hasil Uji Normalitas	xvii
Hasil Uji Multikolineritas.....	xvii
Hasil Uji Heteroskedastisitas	xviii
Lampiran 8 Uji Regresi Linear Berganda	xviii
Lampiran 9 Hasil Uji Persamaan Regresi	xix
Hasil Uji Koefisien Determinasi	xix
Hasil Uji F	xix
Hasil Uji T	xix
Lampiran 10 Dokumentasi Penelitian	xx
Lampiran 11 Surat Permohonan Izin Penelitian	xxi
Lampiran 12 Surat Keterangan Penelitian	xxii
Lampiran 13 Curriculum Vitae	xxiii

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan jasa yang meliputi *compliance* (kepatuhan), *assurance* (jaminan), *reliability* (keandalan), *tangibles* (kemampuan fisik), *empathy* (perhatian), dan *responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen. Penelitian ini menggunakan populasi anggota di KJKS BMT Al Fath Pesagen, sampel diambil dengan menggunakan metode *accident sampling*. Analisis data dengan menggunakan model regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa koefisien determinasi *adjusted R square* sebesar 0,398 . hal ini menunjukkan bahwa variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen sebesar 40%, sedangkan sisanya 60% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa angka signifikansi 0,000, hal ini menyatakan bahwa variabel independen secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen. Secara parsial berdasarkan uji t variabel *responsiveness* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota, sedangkan variabel *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles* dan *empathy* terhadap kepuasan anggota.

Kata Kunci: kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan (*compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy*, *responsiveness*).

ABSTRACT

This research aims to know the effect of variable quality of services that include *compliance* (kepatuhan), *assurance* (jaminan), *reliability* (keandalan), *tangibles* (kemampuan fisik), *empathy* (perhatian), and *responsiveness* (daya tanggap) to the satisfaction of members of KJKS BMT Al Fath Pesagen. This research using with a population in KJKS BMT Al Fath Pesagen, the samples were taken using *accident sampling* method. Analysis of data using multiple linear regression model.

The results showed that coefficient of determination *adjusted R-square* of 0.398. This suggests that the independent variables can influence the dependent variable of 40%, while the remaining 60% is influenced by other variables outside the research. Based on F test showed that significant numbers 0,000, it is stated that the independent variables in together can affect the dependent variable. Partially based on t test variable *responsiveness* significant positive effect on member satisfaction, while variable *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles* and *empathy* towards the satisfaction of the population.

Keywords: customer satisfaction, service quality (*compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy*, *responsiveness*).

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan baru dalam dunia perbankan di Indonesia menunjukkan prospek yang lebih baik sejak ditetapkannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Penyempurnaan landasan hukum beroperasinya perbankan syariah nasional merupakan suatu proses yang berkelanjutan. Hal ini ditandai dengan penyempurnaan peraturan perbankan syariah dalam Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1998 tentang perbankan dinyatakan dengan jelas mengenai penggolongan kegiatan usaha bank menjadi dua jenis, yakni bank yang melakukan kegiatan usaha secara konvensional dan bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.

Dalam era globalisasi saat ini bank syariah lahir sebagai salah satu solusi alternatif bagi umat Islam yang kehadirannya dinilai dapat membantu perbaikan ekonomi umat kedepannya. Karena mengamati beberapa keluhan masyarakat dan sebagai solusi permasalahan dalam masyarakat yang manajemen keuangannya saat ini kurang. Pertumbuhan perbankan syariah pun terus mengalami peningkatan melebihi bank konvensional.

Hal ini mendorong berbagai lembaga keuangan syariah yang sejenis, seperti banyak berdirinya Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) diseluruh Indonesia. Kehadiran BMT untuk menyerap aspirasi masyarakat muslim di tengah kegelisahan kegiatan ekonomi dengan prinsip riba, sekaligus sebagai

supporting funding untuk mengembangkan kegiatan pemberdayaan usaha kecil dan menengah.

Mengingat bahwa BMT tergolong baru berkembang, maka dengan adanya persaingan bisnis yang semakin ketat mengharuskan pihak manajemen BMT untuk selalu berorientasi pada konsep pemasaran (*market oriented*) dan strategi pemasaran yang tepat agar dapat merebut pasar atau anggota sebanyak mungkin. Untuk memenangkan persaingan yang semakin ketat dan tajam maka diperlukan usaha, salah satu usahanya yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan guna memberikan kepuasan terhadap anggota.

Kualitas pelayanan merupakan faktor kunci yang menjadi keunggulan daya saing di dunia perbankan, karena BMT merupakan suatu lembaga yang memberikan jasa. Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan anggota. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada anggota untuk menjalin hubungan yang kuat dengan pihak BMT. Semakin tinggi kualitas yang diberikan kepada anggota semakin tinggi pula kepuasan anggota yang akan diterima. Hal ini memaksa pihak BMT untuk lebih berorientasi eksternal dengan cara memberikan pelayanan kualitas terbaik dan meningkatkan kinerjanya yang menarik kepada anggota dengan menumbuhkan sikap loyalitas kepada anggota. Kepuasan sendiri menurut para akademisi, kepuasan pelanggan merupakan konstruk yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas layanan (Dwi Aryani dan Febrina Rosinta, 2010: 114-126).

Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang berkualitas. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan anggota dan berakhir pada persepsi anggota. Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik adalah berdasarkan sudut pandang persepsi anggota dan bukanlah berdasarkan sudut pandang penyedia layanan. Secara umum, perspektif anggota terhadap kualitas layanan merupakan penilaian menyeluruh dari suatu pelayanan (Philip Kolter dan A.B. Susanto, 2000: 340)

BMT merupakan lembaga ekonomi atau lembaga keuangan syariah nonperbankan yang bersifat informal karena lembaga ini didirikan oleh Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM). Maka dari itu BMT tidak dapat hidup hanya dengan bergantung pada uluran tangan pemerintah, tetapi harus berkembang untuk meningkatnya partisipasi anggota dan masyarakat, oleh karena itu pengelolanya harus secara profesional (Ahmad Hasan Ridwan, 2013: 23)

Dengan tingkat persaingan ketat antar BMT serta didukung dengan keunggulan-keunggulan yang dimiliki antar BMT, mendorong BMT Al Fath Pesagen untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan menciptakan nilai positif anggota sehingga diharapkan anggota akan dapat mendapat kepuasan. Dengan BMT tersebut menjadi hal yang menarik untuk diteliti untuk mengetahui konsep kepuasan anggota serta kualitas masing-masing BMT tersebut.

Kegiatan Baitul Maal Wat Tamwil dalam memberikan pelayanan kepada anggota atau calon anggota yaitu dengan memberikan kemudahan dalam melayani anggotanya, misal bisa dijangkau untuk kalangan

masyarakat golongan menengah kebawah, berbeda dengan bank syariah yang lebih pesat perkembangannya yang memiliki prosedur-prosedur tertentu dalam melakukan pembiayaan, dan itulah yang menyebabkan perbedaan diantara keduanya.

Melihat kondisi pasar saat ini, anggota dapat memilih aneka macam tawaran produk atau jasa lembaga keuangan. KJKS BMT Al Fath Pesagen sebagai lembaga keuangan syariah dituntut harus memberikan kualitas pelayanan yang unggul oleh karena itu sangat mempengaruhi anggota bisa lari dan memilih BMT lain yang memberikan kualitas layanan yang lebih baik. Dan kondisi seperti inilah yang menjadi dasar KJKS BMT Al Fath untuk selalu memberikan inovasi-inovasi agar anggota tidak bosan terhadap produk atau jasa yang diberikan.

Metode CARTER merupakan modifikasi dari metode SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry, metode SERVQUAL didasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Namun dari lima variabel tersebut masih bersifat general (pengukuran kualitas untuk bank konvensional), apabila diterapkan kepada perusahaan yang berbasis syariah yaitu seperti BMT perlu dilakukan modifikasi (A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml dan Leonard L Berry, 1988:23).

Abdul Qawi Othman dan Owen (2001:10) mengembangkan model pengukuran kualitas jasa untuk mengukur kualitas jasa yang dijalankan dengan prinsip syariah, khususnya pada perbankan syariah. Model ini

dinamakan dengan model CARTER. Model ini merupakan suatu pengukuran kualitas layanan yang berbasis syariah seperti BMT dengan enam dimensi, yakni *compliance* (kepatuhan terhadap aturan dan hukum-hukum yang telah ditetapkan Allah swt), *assurance* (jaminan), *reliability* (kehandalan), *tangibles* (bukti fisik), *empathy* (empati) dan *responsiveness* (daya tanggap).

Perbedaan pengukuran kualitas pada SERVQUAL dan CARTER yaitu terletak pada *compliance* yang memiliki arti bahwa kemampuan dari perusahaan dapat memenuhi hukum Islam dan BMT yang sesuai dengan syariah Islam itu sendiri.

Kepatuhan terhadap prinsip syariah (*syariah compliance*) adalah syarat mutlak yang harus dilaksanakan oleh lembaga keuangan yang melaksanakan prinsip syariah. Dengan tegas bahwa menjalankan Kepatuhan syariah adalah *raison detre* bagi intitusi tersebut. Kepatuhan terhadap prinsip syariah adalah pemenuhan seluruh prinsip syariah dalam semua kegiatan yang dilakukan sebagai wujud dari karakteristik lembaga itu sendiri, termasuk dalam hal ini bank syariah.

Chapra dan Ahmad dalam penelitiannya Aan Zainul Anwar dan Mohammad Yunnies Edward (2016:258) menyatakan bahwa investor dan nasabah perbankan syariah pada umumnya menaruh perhatian yang tinggi pada terkelolanya dana mereka sesuai dengan prinsip syariah. Dari hasil survey penelitian tersebut, investor dan nasabah perbankan dari bank syariah akan siap menarik dana mereka dari bank syariah apabila didapati bahwa

bank tersebut tidak mematuhi prinsip syariah dalam pengelolaan dana yang diamanatkan.

Sesuai dengan visi KJKS BMT Al Fath Pesagen yaitu terwujudnya koperasi jasa keuangan syariah KJKS BMT Al Fath yang mandiri dan tangguh berdasarkan syari'ah dalam membangun ekonomi bersama secara amanah dan berkeadilan. Dari sini dapat dilihat bahwa KJKS BMT Al Fath berkeinginan untuk menjadi lembaga keuangan yang mandiri dan menjunjung tinggi asas keadilan yang dilaksanakan dengan amanah. BMT tersebut merupakan lembaga kepercayaan masyarakat, untuk itu manajemen harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas, untuk memberikan kepuasan bagi anggota.

KJKS BMT Al Fath Pesagen selalu berupaya untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kinerjanya. Pelayanan terhadap anggota menjadi prioritas utama bagi keberlangsungan KJKS BMT Al Fath. Dengan kinerjanya yang profesional tersebut, KJKS BMT Al Fath bisa meningkatkan kualitasnya sehingga dari tahun ke tahun mampu meningkatkan minat anggota/calon anggota untuk melakukan transaksi berupa menabung ataupun pembiayaan. Hal ini yang membuat KJKS BMT Al Fath sangat optimis untuk terus memperluas layanan kepada semua lapisan masyarakat. Adapun jumlah anggota KJKS BMT Al Fath adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Anggota KJKS BMT Al Fath

Tahun	Jumlah Anggota
2013	7.155
2014	7.650
2015	8.530

Sumber: KJKS BMT Al Fath Pesagen

Berdasarkan tabel jumlah anggota di atas, secara konsisten KJKS BMT Al Fath Pesagen mengalami peningkatan. Walaupun jumlah anggota KJKS BMT AL Fath setiap tahun mengalami kenaikan akan tetapi kegiatan pelayanan kurang diperhatikan maka tingkat kepuasan akan mengalami penurunan. Hal tersebut perlu menjadi perhatian bagi KJKS BMT Al Fath dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan pelayanan berdasarkan pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan nilai ketakwaan. Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang sangat populer yang dijadikan dasar riset pemasaran dalam lembaga syariah adalah dimensi CARTER (*compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, responsiveness*) sehingga kepuasan nasabah akan kembali meningkat.

Berdasarkan uraian diatas, kepuasan yang dirasakan masyarakat sebagai anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen terhadap layanan yang diberikan oleh BMT tersebut tentunya mempunyai alasan atau sebab yang kuat. Oleh karena itu, menarik untuk dicermati lebih lanjut, sehingga penelitian ini berjudul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA DENGAN**

DIMENSI CARTER (Studi pada KJKS BMT Al Fath Pesagen, Gunungwungkal, Pati)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka masalah yan dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah variabel *compliance*, *assuarance*, *reliability*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada KJKS BMT Al Fath Pesagen?
2. Apakah variabel *compliance* berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada KJKS BMT Al Fath Pesagen ?
3. Apakah variabel *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada KJKS BMT Al Fath Pesagen?
4. Apakah variabel *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada KJKS BMT Al Fath Pesagen?
5. Apakah variabel *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada KJKS BMT Al Fath Pesagen?
6. Apakah variabel *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada KJKS BMT Al Fath Pesagen?
7. Apakah variabel *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada KJKS BMT Al Fath Pesagen?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dengan melihat rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang persoalan kualitas pelayanan yang dikaji. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menjelaskan apakah variabel *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness* secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap kepuasan anggota pada KJKS BMT Al Fath Pesagen.
- b. Untuk menjelaskan apakah variabel *compliance* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan anggota pada KJKS BMT Al Fath Pesagen.
- c. Untuk menjelaskan apakah variabel *assurance* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan anggota pada KJKS BMT Al Fath Pesagen.
- d. Untuk menjelaskan apakah variabel *reliability* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan anggota pada KJKS BMT Al Fath Pesagen.
- e. Untuk menjelaskan apakah variabel *tangible* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan anggota pada KJKS BMT Al Fath Pesagen.
- f. Untuk menjelaskan apakah variabel *empathy* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan anggota pada KJKS BMT Al Fath Pesagen.
- g. Untuk menjelaskan apakah variabel *responsiveness* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan anggota pada KJKS BMT Al Fath Pesagen.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi peneliti

Menambah wawasan peneliti dalam menganalisis kualitas jasa Lembaga Keuangan syariah dengan pendekatan CARTER terhadap kepuasan anggota.

b. Bagi Akademisi

Menambah wawasan keilmuan bagi pembaca dan khususnya penyusun tentang Lembaga Keuangan syariah dalam memberikan kualitas pelayanan jasa serta hubungannya terhadap kepuasan anggota dengan pendekatan CARTER. Disisi lain penelitian ini dapat menambah wawasan kepustakaan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

c. Bagi BMT

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan informs bagi pihak BMT mengenai tingkat kepuasan anggotanya terhadap kualitas pelayanan yang telah mereka berikan.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan urutan penyajian dari masing-masing bab secara terperinci, singkat dan jelas serta diharapkan dapat mempermudah dalam memahami laporan penelitian. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan pendahuluan dari seluruh penulisan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang landasan teori dan penelitian terdahulu serta hipotesis yang merupakan jawaban sementara dari sesuatu yang diteliti.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang variabel penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis.

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil analisis deskripsi, hasil analisis data dan interpretasi hasil pengolahan data.

BAB V: PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang simpulan dari penelitian yang telah dilakukan, implementasi serta saran- saran yang dapat diberikan kepada Baitul mal Wa Tamwil dan pihak-pihak lain yang membutuhkan.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kepuasan Pelanggan

Menurut Zeithaml (2009: 104) kepuasan adalah tanggapan terhadap pemenuhan keinginan konsumen. Ini adalah suatu penilaian bahwa fitur produk atau jasa, atau produk atau layanan itu sendiri, memberikan tingkat konsumsi yang menyenangkan terkait pemenuhan tersebut.

Menurut Swan, *et al.* dalam buku Fandy Tjiptono (1997: 433) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok dengan tujuan/pemakaiannya.

Menurut Tjiptono kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evolusi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin ketat ini, semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga hal ini menyebabkan setiap badan usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama, antara lain dengan semakin banyaknya badan usaha yang menyatakan komitmen terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misi, iklan (Fandy Tjiptono, 1997: 24).

Secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada

di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller: 179, 2007).

Pelanggan terbesar menuntut banyak pelayanan dan menerima potongan harga terbesar. Pelanggan terkecil membayar harga penuh dan mendapat sedikit pelayanan, tetapi biaya transaksi dengan pelanggan kecil mengurangi profitabilitas. (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller: 183, 2007).

Pelanggan mengalami berbagai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah mengalami masing-masing jasa sesuai dengan sejauh mana harapan pelanggan telah terpenuhi atau terlampaui. Karena kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca-pembelian pelanggan dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, netralitas, kegembiraan, atau kesenangan.

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya, suatu perusahaan pertama-tama harus mencari tahu seberapa puas atau tidak puas pelanggannya sekarang. Salah satu cara yang umum digunakan untuk mengukur kepuasan adalah dengan meminta pelanggan mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang penting untuk memuaskan pelanggan dan kemudian mengevaluasi kinerja penyedia jasa dan pesaingnya berdasarkan faktor-faktor tersebut. (Christopher H. Lovelock dan Lauren K. Wright: 102, 2005).

Kualitas pelayanan jasa dapat digunakan sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan bersaing dan menentukan keberhasilan serta kualitas perusahaan. Semakin baik pelayanan yang diberikan dimata pelanggan

berarti semakin tinggi pula tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan yang dicapai dan begitu pula sebaliknya.

2.2 Kualitas Layanan

Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia, kualitas didefinisikan sebagai tingkat keunggulan, sehingga kualitas merupakan ukuran relatif kebaikan (Tony Wijaya, 2011: 11). Menurut Phillip Kotler (1997: 49) kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau jasa yang dinyatakan atau yang tersirat.

Kualitas jasa merupakan evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan (Christoper Lovelock dan Lauren wright, 2005: 96). Menurut Lewis & Booms dalam buku Fandy Tjiptono (2008: 85) kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas jasa dapat diartikan sebagai kualitas jasa yang diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya untuk menimbangi harapan.

Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan, maka kualitas jasa dapat dipersepsikan dengan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dapat dipersepsikan dengan kualitas yang idel. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas jasa dapat dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk. Dengan

demikian baik tidaknya kualitas yang diterima oleh pelanggan dapat dilihat dari penyedia jasa dalam memberikan kualitas jasa atau memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin hubungan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Dengan hubungan relasi seperti ini memungkinkan perusahaan untuk lebih memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan.

Walaupun kualitas jasa dan kepuasan pelanggan adalah konsep yang saling berhubungan, keduanya bukanlah sesuatu yang benar-benar sama. Banyak peneliti yakin bahwa persepsi pelanggan tentang kualitas didasarkan pada evaluasi kognitif jangka panjang terhadap penyerahan jasa perusahaan, sedangkan kepuasan pelanggan adalah reaksi emosional jangka pendek terhadap pengalaman jasa tertentu.

Perusahaan-perusahaan yang berhasil mendasarkan upaya-upaya untuk meningkatkan kualitas pada harapan-harapan pelanggan dalam kaitannya dengan dimensi-dimensi kualitas yang berbeda dan analisis kesenjangan kualitas jasa yang menyebabkan ketidakpuasan. (Christopher H. Lovelock dan Lauren K. Wright: 112, 2005).

2.3 Dimensi Carter

Kualitas jasa yang diberikan perusahaan tentunya tidaklah bertujuan untuk memberikan kepuasan semata. Sebagai seorang muslim dalam

memberikan pelayanan tentunya haruslah mendasarkan pada nilai-nilai syariah, guna mewujudkan nilai ketakwaan. Sekaligus membuktikan rasa keimanannya dalam rangka menjalankan misi syariat Islam. Dengan hal tersebut tentunya dilakukan tidaklah hanya berorientasi pada komitmen dalam mencari materi semata, namun sebagai bagian dari nilai muamalah. Karena dalam kegiatan yang dilakukan di Baitul Maal Wa Tamwil merupakan salah satu kegiatan bermuamalah.

Dalam pandangan Islam yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen yaitu standarisasi syariah. Islam mensyari'atkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum *syara'* dalam menjalankan kegiatannya ataupun dalam memecahkan masalahnya.

Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang sangat populer yang dijadikan dasar riset pemasaran adalah model SERVQUAL (*service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry yang menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan (*tangibles, assurance, reliability, empathy, responsiveness*). Kelima dimensi tersebut apabila diterapkan di lembaga keuangan syariah seperti Baitul Maal Wa Tamwil cenderung akan menilai hal-hal normatif. Maka dari itu Othman dan Owen menambahkan satu dimensi yaitu *compliance*, yang berarti mengukur kemampuan perusahaan agar sesuai dengan hukum Islam dan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang telah diusulkan Othman dan Owen. Adapun dimensi CARTER tersebut adalah:

Dimensi pertama yaitu *compliance* (kepatuhan) merupakan dimensi yang terpenting dalam pengukuran kualitas jasa karena kepatuhan terhadap

syariah merupakan wujud eksistensi seorang muslim. *Compliance* (kepatuhan) adalah kepatuhan terhadap aturan atau hukum-hukum yang telah ditetapkan oleh Allah Ta'ala. Kemampuan sebuah lembaga keuangan syariah dalam mematuhi prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya. Salah satu yang mencolok adalah tidak menggunakan sistem bunga atau riba. Selain itu, dalam tujuan komersilnya tidak mengenal peminjaman uang, tetapi menerapkan sistem bagi hasil dan perdagangan dengan mengacu pada Al Qur'an.

Dimensi yang kedua yaitu *assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen hendaklah selalu menanamkan sifat yang dapat dipercaya dalam berkomunikasi kepada konsumen, agar konsumen tertarik dan percaya terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen. Sehingga perusahaan tetap mendapat kepercayaan dari konsumen.

Dimensi yang ketiga yaitu *reliability* (keandalan) yakni mencakup kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan secara fisik. Artinya pelayanan yang diberikan handal dan bertanggung jawab, karyawan sopan dan ramah. Anggota akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan oleh BMT dapat dijanjikan dengan cepat, akurat serta sesuai dengan apa yang diinginkan oleh anggota.

Dimensi yang keempat yaitu *tangibles* (kemampuan fisik) yakni meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Dalam dimensi ini fasilitas yang diberikan dari bukti fisik jasa yaitu berupa penampilan karyawan dalam memuaskan pelanggan. Bukti fisik ini terlihat langsung oleh anggota, oleh karena itu bukti fisik harus terlihat menarik dan modern demi mendapatkan kepuasan dari pelanggan.

Dimensi yang kelima yaitu *emphaty* (perhatian) yakni meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Anggota akan merasa puas apabila karyawan mampu memberikan kemudahan, serta dapat menjalin hubungan dengan anggota secara efektif.

Dimensi yang keenam yaitu *responsiveness* (daya tanggap) adalah keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat dan tanggap. Dalam hal ini anggota akan merasa puas apabila karyawan dalam memberikan pelayanan tidak membedakan anggota, hal ini tentu didasarkan pada keinginan karyawan dalam memberikan pelayanannya kepada anggota. Untuk itu pihak manajemen perlu memberikan pengarahan dan motivasi kepada karyawan dalam mendukung kegiatan pelayanan tanpa pandang bulu.

2.4 Kualitas Pelayanan Perspektif Islam

Islam merupakan agama yang mengatur segala sisi kehidupan umatnya. Allah Ta'ala menurunkan Al Qur'an kepada manusia untuk memberikan solusi dalam memecahkan persoalan hidup. Dalam kaitannya

dengan bisnis, sesungguhnya Islam telah mengatur bahwa setiap orang atau perusahaan harus memberikan layanan dari suatu jasa yang dijalankan dengan kualitas yang baik.

Bila seseorang atau suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik atau yang berkualitas kepada orang lain atau konsumen maka akan menimbulkan rasa tentram dan nyaman, sehingga berimplikasi terciptanya rasa kenyamanan dan suatu hubungan dalam rangka mempererat tali silaturahmi antar kedua belah pihak yang bersangkutan. Seperti firman Allah SWT dalam surat Al-Baqarah (2) ayat 267 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ثُمَّ لَا تَأْتُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah Ta'ala memerintahkan kepada hambanya dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain.

Terlebih BMT merupakan lembaga yang bergerak dibidang jasa. Saat memberikan pelayanan kepada anggota, hendaknya memberikan pelayanan dengan sopan dan santun serta dengan penuh kesabaran. Dengan demikian anggota akan merasa dihargai dan mereka akan ikut memiliki terhadap kelangsungan BMT. Hubungan yang ditimbulkan berupa kemitraan tersebut yang kemudian berimplikasi pada kepuasan anggota.

Perkembangan organisasi keuangan syariah khususnya BMT telah memberikan dimensi baru dalam pengukuran kualitas jasa yang dapat

digunakan dalam lembaga yang menjadikan syariah sebagai dasar organisasinya. Kualitas pelayanan dengan dimensi CARTER jika dijelaskan dalam konsep Islam adalah sebagai berikut:

2.4.1 *Compliance* (kepatuhan).

Compliance yaitu kemampuan perusahaan atas kesesuaian prinsip syari'ah dalam kegiatan operasionalnya, meliputi menjalankan kegiatan perusahaan sesuai dengan prinsip Islam, menerapkan ketentuan layanan dan produk Islam. Salah satu yang mencolok adalah tidak menggunakan sistem bunga (riba).

Al Qur'an merupakan pedoman sekaligus aturan yang diturunkan Allah Ta'ala untuk diamalkan oleh para hambanya dalam setiap kehidupan agar tercipta keharmonisan dan kebahagiaan, begitupun dalam kegiatan bermuamalat. Dalam urusan muamalat, harus menganut dari aturan yang telah ditetapkan dan berlandaskan atas syariah, dan semua diperbolehkan asalkan ada dalil yang melarangnya. Jadi dalam muamalat semua transaksi dibolehkan kecuali yang diharamkan. Meskipun dalam fiqh belum mengenal dengan BMT, namun sesungguhnya dalam bukti-bukti sejarah telah tercatat pada zaman nabi Muhammad telah ada BMT yang telah dipraktekkan.

2.4.2 *Assuarance* (jaminan).

Assurance (jaminan) yaitu pengetahuan dan kesopanan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para

pelanggan kepada perusahaan dengan memberikan layanan yang baik. (Nursya'bani Purnama, 2006:22).

Menurut Tjiptono (2001:26) mendefinisikan *assurance* (jaminan) adalah mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan.

Dalam memberikan pelayanan kepada anggotanya BMT harus memperhatikan etika komunikasi supaya tidak terjadi kecurangan sehingga BMT tetap mendapatkan kepercayaan dari anggotanya, sehingga memberikan hasil yang baik dan kepercayaan anggota BMT akan meningkat. Sebaliknya, jika ada kecurangan dengan tidak mengelola dananya sesuai dengan yang diamanatkan tentu anggota akan merasa kecewa dan menilai BMT dengan negatif sehingga dapat merugikan BMT.

2.4.3 *Reliability* (keandalan).

Menurut Tjiptono (2001:26) mendefinisikan kehandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan segera akurat dan memuaskan. 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.

Kehandalan berkaitan dengan kemampuan karyawan BMT untuk menyediakan jasa yang telah dijanjikan kepada anggota BMT. Allah telah menganjurkan setiap umatnya untuk selalu menepati janji,

apabila seseorang telah tidak dapat dipercaya maka akan berdampak negatif. Allah mengetahui semua yang dilakukan hambanya termasuk saat dia berjanji.

2.4.4 *Tangibles* (bukti fisik)

Menurut Tjiptono (2001:26) bukti fisik dari jasa, dapat berupa fisik gedung, peralatan yang dipergunakan, karyawan, sarana komunikasi. Jadi secara umum *tangibles* yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada eskternal, penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan, bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa meliputi fasilitas fisik (gedung, perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan, teknologi serta penampilan pegawainya). (Nursya'bani Purnama, 2006: 22).

Bukti fisik menyangkut fasilitas fisik yang nampak, yang menunjukkan identitas perusahaan dan faktor pendorong munculnya persepsi awal terhadap BMT. Ketidakmampuan organisasi dalam menampilkan bukti fisiknya dengan baik, akan melemahkan citra serta dapat menciptakan persepsi negatif dari anggota. Dalam ekonomi Islam, kepuasan pilihan tidak dapat dilakukan semuanya.

2.4.5 *Emphaty* (empati).

Menurut Tjiptono (2001:26) empati adalah kemudahan akan melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Secara umum empati yaitu

memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual untuk memahami keinginan konsumen. (Nursya'bani Purnama, 2006:22).

Empati menyangkut dengan bagaimana karyawan mampu memberikan perhatian yang besar kepada anggota. kepedulian, serta memperlakukan anggota dengan lemah lembut.

2.4.6 Responsiveness (daya tanggap)

Menurut Tjiotono (2001:26) menjelaskan daya tanggap adalah keinginan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat dan tanggap. Secara umum *responsiveness* yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat (*responsive*) dan tepat pada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. (Nursya'bani Purnama, 2006: 22).

Daya tanggap berkaitan dengan kerelaan sumber daya organisasi untuk memberikan bantuan kepada pelanggan dan kemampuan untuk memberikan pelayanan secara cepat (responsif) dan sungguh-sungguh. Organisasi yang professional senantiasa berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik, memperhatikan harapan dan masukan dari pelanggan serta meresponnya dengan cepat dan tepat.

2.5 Penelitian Terdahulu

Dalam menyusun penulisan ini, penulis mengacu pada teori maupun penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan jasa. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Laksmi Pardanawati

(2014) yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPR Syariah Dana Mulia Surakarta. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dihasilkan bahwa diantara berbagai dimensi kualitas layanan PT. BPR Syariah Dana Mulia Surakarta yang diberikan kepada para nasabah, variabel *Assurance* memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian selanjutnya yang dimiliki oleh Siti Mukholifah (2015) yang berjudul, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta, dalam penelitian tersebut variabel *compliance*, *tangible*, *empathy*, *reability*, *responsiveness*, dan *assurance* berpengaruh secara positif dan signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Anita Rahmawaty (2015) yang berjudul Model Syariah Relationship Marketing dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas pada Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *customer value* dan *shariah relationship marketing* merupakan variabel yang memiliki pengaruh total (*total effects*) terbesar terhadap kepuasan dan loyalitas anggota BMT.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Aan Zainul Anwar dan Mohammad Yunies Edward (2016) dengan judul Analisis Syariah Compliance Pembiayaan Murabahah Pada Gabungan Koperasi BMT Mitra Se-Kabupaten Jepara. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dihasilkan bahwa tingkat pendidikan pegawai Gabungan BMT Mitra se Kabupaten Jepara sebagai tolak ukur dalam mengimplementasikan prinsip syariah serta kepatuhannya (*syariah compliance*) akad murabahah.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Hendrio Rahmat (2014) yang berjudul, Pengaruh Kualitas Jasa Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Dimensi CARTER Studi pada Nasabah yang Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta, dalam penelitian tersebut variabel *compliance* dan *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan variabel *assurance*, *tangibles*, *empathy* dan *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan pada penelitian-penelitian terdahulu, perbedaan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota menggunakan dimensi CARTER dengan objek penelitian di Baitul Maal Wa Tamwil (BMT). Perbedaan penelitian ini lebih fokus di BMT karena dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat dan memberikan kemudahan dalam akses pelayanan yang dimiliki. Dengan jumlah populasi dan sampel yang berbeda. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel perbedaan penelitian sebagai berikut:

Berikut adalah ringkasan penelitian yang peneliti sajikan dalam bentuk tabel:

Tabel 2.1 Telaah Pustaka

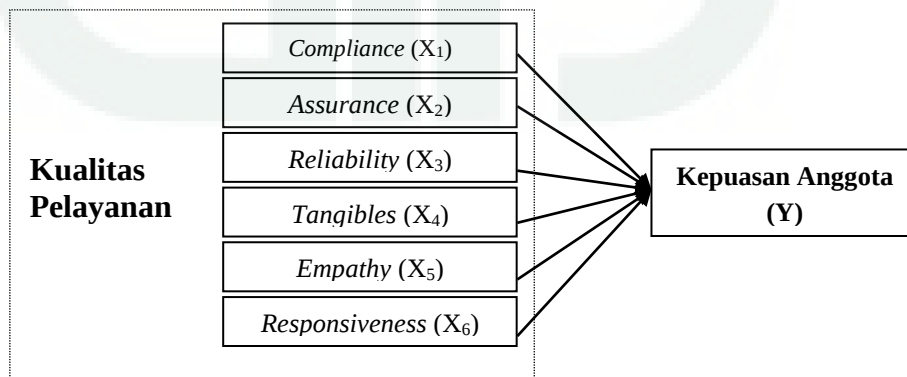
No.	Penulis dan Tahun	Sumber Referensi	Judul	Variabel dan Alat Analisis	Ringkasan Hasil
1.	Sri Laksmi Pardanawati (2014)	Tesis Universitas Muhammadiyah Surakarta	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPR Syariah Dana Mulia Surakarta	<i>Compliance, assurance, reliability, empathy, responsiveness.</i>	Secara bersama-sama berpengaruh atas kepuasan nasabah. secara parsial dimensi kualitas layanan model CARTER semuanya berpengaruh positif dan signifikan.
2.	Siti Mukholifah (2015)	Skripsi UIN Sunan Kalijaga	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta	<i>Compliance, tangible, empathy, reability, responsiveness, dan assurance.</i> Data primer dan data skunder yang diperoleh dengan wawancara dan menyebarkan kuesioner.	Variabel kualitas pelayanan secara positif dan signifikan mempengaruhi kepuasan nasabah sedangkan secara parsial <i>empathy, reliability, assurance, dan tangible</i> memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. <i>responsiveness</i> secara parsial tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3.	Anita Rahmawaty (2015)	Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum	Model Syariah Relationship Marketing Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Pada Lembaga Keuangan	<i>Shariah relationship, customer value,</i> keunggulan produk. Data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner.	<i>Shariah relationship marketing</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap <i>customer value</i> dan keunggulan produk tidak berpengaruh secara signifikan

			Mikro Syari'ah		terhadap kepuasan dan loyalitas.
4.	Aan Zainul Anwar dan Mohammad Yunies Edward (2016)	Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU Jepara	Analisis Syariah <i>Compliance</i> Pembiayaan Murabahah pada Gabungan Koperasi BMT Mitra Se-Kabupaten Jepara	<i>Syariah compliance, murabahah, Islamic principles.</i> Data primer dan data skunder diperoleh dengan wawancara.	Tingkat pendidikan karyawan sangat mempengaruhi dalam mengimplementasikan kepatuhan syariah.
5.	Hendrio Rahmat (2014)	Skripsi UIN Sunan Kalijaga	Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Dimensi CARTER (Studi Pada Nasabah yang Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)	Variabel: <i>compliance, reliability, assurance, tangibles, empathy, responsiveness.</i>	Variabel <i>compliance</i> (kepatuhan) dan <i>reliability</i> (keandalan) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah yang menabung di Bank Syariah Mandiri cabang Yogyakarta. Sedangkan variabel <i>assurance</i> (jaminan), <i>tangible</i> (bukti langsung), <i>empathy</i> (jaminan) dan <i>responsiveness</i> (daya tanggap) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah yang menabung di Bank Syariah Mandiri cabang Yogyakarta.

2.6 Kerangka Pemikiran Teoritis

Dengan melihat perkembangan dunia bisnis, terutama dalam lembaga keuangan tentunya persaingan semakin ketat. Dengan seperti ini pihak BMT harus lebih meningkatkan kinerjanya dengan cara menarik dan menumbuhkan sikap loyalitas kepada anggota. Untuk itu pihak BMT harus memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai keinginan anggotanya. Salah satu pendekatan yang paling populer dijadikan dasar dalam penelitian adalah model SERVQUAL (*service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zethaml dan Berry.

Tetapi dengan perkembangan organisasi jasa syariah telah memberikan dimensi baru dalam pengukuran kualitas jasa yang dapat digunakan pada lembaga keuangan syariah sebagai dasar organisasinya. Dalam penelitian ini menggunakan pengukuran kualitas jasa dengan dimensi CARTER dimana terdapat variabel *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness*. Dari penelitian ini diharapkan mengetahui pos-pos mana saja yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan anggota. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar kerangka pemikiran berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

2.7 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan pemaparan teoritis di atas, diketahui bahwa kepuasan anggota dapat dilihat dari kualitas pelayanan yang baik. Penelitian ini melakukan objek penelitian di Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Al Fath Pesagen. Melalui dimensi CARTER diharapkan akan terlihat seberapa besar pengaruh dimensi tersebut terhadap kepuasan anggota.

Hipotesis merupakan dugaan yang akan diuji kebenarannya dengan fakta yang ada. Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tinjauan pustaka dan kerangka berpikir yang telah dipaparkan sebelumnya, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.7.1 Pengaruh variabel *compliance* Terhadap Kepuasan Anggota BMT

Compliance merupakan mengukur kemampuan perusahaan agar sesuai dengan hukum dan prinsip-prinsip perbankan dan ekonomi Islam, dan dimensi terpenting dalam pengukuran kualitas jasa syariah karena kepatuhan terhadap syariah merupakan wujud eksistensi seorang tunduk dan patuh terhadap aturan-aturan agama Islam, mengimplementasikan setiap bisinsnya yang sesuai dengan prinsip syariah. (Abdul Qowi Othman dan Lynn Owen, 2011:10).

Variabel *compliance* akan menjadi sumber bagi anggota untuk terciptanya rasa percaya terhadap prinsip syariah yang ada dalam lembaga keuangan tersebut. Kepercayaan dan keyakinan masyarakat pada BMT didasarkan dan dipertahankan melalui

pelaksanaan prinsip hukum Islam yang diadaptasi dalam aturan operasional institusi tersebut.

Dari teori di atas dapat diketahui bahwa variabel *compliance* menciptakan kepuasan anggota, karena BMT menyediakan produk-produk Islam yang tidak melanggar norma-norma Syariah seperti produk yang ditawarkan kepada anggota dan penerapan bagi hasil yang sesuai dengan ketentuan syariah, tanpa adanya salah satu pihak yang dirugikan, karena setiap karyawan harus memberikan rasa senang dan memastikan apa pun yang dilakukan.

Penelitian yang dilakukan Hendrio Rahmat dan Sri Laksmi Pardanawati menunjukkan variabel *compliance* berpengaruh positif dan signifikan. Oleh karena itu, untuk membuktikannya adanya hubungan yang positif antara *compliance* dengan kepuasan anggota dalam penelitian ini, dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H1: Variabel *compliance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota di BMT Al Fath Pesagen.

2.7.2 Pengaruh Variabel *Assurance* Terhadap Kepuasan Anggota BMT

Jaminan (*assurance*) menurut Zeithaml, Parasuraman, Berry adalah kompensasi, kesopanan santunan, dan kemampuan para karyawan bank untuk menumbuhkan rasa percaya dan aman

anggota keSpada bank. (A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml dan Leonard L Berry, 2011: 23).

Assurance atau jaminan merupakan kualitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggannya. Oleh karena itu, jika persepsi pelanggan terhadap jaminan semakin tinggi, maka tingkat kepuasan anggota akan semakin tinggi. Dan jika persepsi anggota terhadap jaminan buruk, maka tingkat kepuasan anggota akan rendah. Dalam penelitian ini atributnya adalah keramahan, kompetensi dan kejujuran.

Dalam penelitian Siti Mukholifah dan Sri Laksmi Pardanawati menunjukkan bahwa variabel *assurance* berpengaruh positif dan signifikan. Berdasarkan telaah teori dan hasil penelitian dari Siti Mukholifah dan Sri Laksmi Pardanawati dapat ditarik hipotesis yaitu:

H2: Variabel *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota di BMT Al Fath Pesagen.

2.7.3 Pengaruh Variabel Reliability Terhadap Kepuasan Anggota BMT

Menurut Berry, et al (1994) dalam bukunya Nursya'bani Purnama (2006: 41) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *reliability* merupakan dimensi kualitas pelayanan yang dinilai

paling penting oleh konsumen. Oleh karena itu *reliability* merupakan poros dari putaran pembelajaran, memfokuskan pada lima dimensi kualitas layanan yang digunakan konsumen untuk menilai kualitas layanan.

Kinerja keandalan harus sesuai dengan harapan anggota yang dapat diukur dengan indikator karyawan yang tidak pernah salah dalam melakukan pencatatan, proses administrasi yang cepat, dan kemampuan karyawan dalam memberikan pemahaman tentang produk yang dibutuhkan oleh anggota

Hasil penelitian Hendrio Rahmat dan Sri Laksmi Pardanawati menyatakan bahwa variabel *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Berdasarkan telaah teori diatas dan hasil penelitian Hendrio Rahmat dan Sri Laksmi Pardanawati, maka dapat ditarik hipotesis yaitu:

H3: Variabel *reliability* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota di BMT Al Fath Pesagen.

2.7.4 Pengaruh Variabel *Tangibles* Terhadap Kepuasan Anggota BMT

Tangibles yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal, penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan, bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik (gedung, perlengkapan dan peralatan yang

dipergunakan, teknologi serta penampilan pegawainya). (Nusrya'bani Purnama, 2006: 22).

Dalam perusahaan jasa, khususnya BMT dalam faktor sarana fisik yang terdiri dari fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan sarana prasarana pelayanan, tentunya akan memiliki gambaran bagaimana BMT tersebut dapat berpotensi untuk menunjukkan fungsinya sebagai tempat pelayanan. Pada umumnya seseorang menilai suatu potensi BMT tersebut awalnya dari fasilitas fisik yang diberikan kepada anggotanya. Dengan fasilitas yang membuat anggota nyaman dalam bertransaksi, maka anggapan anggota mengenai BMT tersebut telah melaksanakan fungsinya dengan baik. Semakin baik persepsi anggota terhadap *tangibles*, maka kepuasan anggota akan semakin tinggi juga. Sebaliknya, semakin buruk persepsi anggota terhadap *tangibles*, maka kepuasan anggota akan semakin rendah.

Hasil penelitian Sri Laksmi Pardanawati dan Siti Mukholifah yang menyatakan bahwa variabel *tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan telaah teori diatas, dan hasil penelitian Sri Laksmi Pardanawati dan Siti Mukholifah, maka dapat ditarik hipotesis yaitu:

H4: Variabel *tangibles* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota BMT Al Fath Pesagen.

2.7.5 Pengaruh Variabel *Empathy* Terhadap Kepuasan Anggota BMT

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, *empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada anggota dengan berupaya memahami keinginan nasabah. (A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml dan Leonard L Berry : 1988, 23).

Empathy yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya untuk memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi pelanggan. (Nursya'bani Purnama, 2006: 22).

Dalam pelayanan, suatu nilai moral yang dimiliki oleh karyawan yang memberikan pelayanan kepada pelanggan, dimana sifat tersebut tercermin dari sifat pribadi karyawan, seperti sikap sopan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, sehingga mampu memberikan rasa senang terhadap pelanggan. Adanya rasa simpati dari pengelola karyawan merupakan alat utama dalam memenuhi harapan para anggota untuk diperlakukan secara istimewa. Dengan adanya rasa simpati dalam memberikan pelayanan kepada anggota merupakan nilai lebih bagi anggota. Hal

ini akan menambah kepuasan anggota terhadap kualitas pelayanan yang baik.

Hasil penelitian Sri Laksmi Pardanawati dan Siti Mukholifah menyatakan bahwa variabel *empathy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan telaah teori diatas serta hasil penelitian Sri Laksmi Pardanawati dan Siti Mukholifah, maka dapat ditarik hipotesis yaitu:

H5: Variabel *empathy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota di BMT Al Fath Pesagen

2.7.6 Pengaruh Variabel *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Anggota

Menurut Zeithaml, Parasuraman, dan Berry, daya tanggap (*responsiveness*) kemauan untuk memberikan pelayanan dan membantu anggota yang segera dan tepat kepada anggota dengan penyampain informasi yang jelas. (A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml dan Leonard L Berry : 1988, 23).

Responsiveness yaitu suatu kemaauan para pekerja untuk bersedia membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat pada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan anggota menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang

negative dalam kualitas pelayanan. (Nursya'bani Purnama, 2006: 22).

Daya tanggap dalam penelitian ini dapat diukur dengan karyawan cepat dalam melayani kepentingan anggota, dan memberikan informasi yang jelas kepada calon anggota. Dengan demikian daya tanggap yang diberikan karyawan kepada anggota dengan baik, maka akan menumbuhkan kepercayaan anggota terhadap BMT, bahwa BMT dapat menanggapi semua keluhan anggota dengan cepat dan tanggap.

Hasil penelitian Sri Laksmi Pardanawati menyatakan bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan.

Berdasarkan telaah teori diatas dan hasil penelitian Sri Laksmi Pardanawati maka dapat ditarik hipotesis yaitu:

H6: Variabel *responsiveness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota BMT Al Fath Pesagen.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Ditinjau dari sifat data, penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, yakni penelitian yang menggunakan data dalam bentuk angka atau bilangan. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis menggunakan teknik perhitungan statistika.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah KJKS BMT Al Fath Pesagen terutama anggota pada BMT Al Fath. Yang memenuhi kriteria sebagai populasi dan sampel dalam penelitian kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota dengan dimensi CARTER.

3.3 Sumber Data

Data merupakan keterangan-keterangan tentang suatu hal, dapat berupa sesuatu yang diketahui atau yang dianggap atau anggapan. Atau suatu fakta yang digambarkan lewat angka, symbol, kode dan lain-lain.

Dalam hal ini sumber data yang digunakan yaitu data primer. Data yang bersumber langsung dari kuesioner responden mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota dengan dimensi CARTER, dimana sumber responden adalah anggota BMT Al Fath Pesagen.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2010:80): “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karaktersistik

tertentu yang diterapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”.

Dalam penelitian ini, populasi penelitian yang di maksud peneliti adalah seluruh anggota KJKS BMT Al Fath pesagen yaitu sebesar 8530 anggota.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi (Sugiyono, 2001:81). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode *accident sampling* peneliti memiliki kebebasan untuk memillih responden yang ditemui. Sampel yang dimaksud oleh peneliti adalah anggota yang menabung di BMT Al-Fath Gunungwungkal Pati. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini dapat ditentukan dengan rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1+N e^2} = n = \frac{8530}{1+8530 \times 0,1^2} = 99,98 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

sampel

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah variabel (yang diungkap dalam definisi konsep) tersebut secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup objek penelitian/objek yang diteliti. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat.

a. Variabel Bebas (*independent Variable*)

Variabel bebas adalah pengertian variabel (yang diungkap dalam definisi konsep) tersebut, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup objek penelitian/objek yang diteliti. Variabel yang

digunakan dalam penelitian ini adalah dimensi CARTER (*compliance, assurance reliability, tangibles, empathy, dan responsiveness*).

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel yang dipengaruhi yang menjadi sebab akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan anggota di BMT Al-Fath Gunungwungkal Pati. (Sugiyono:1994: 39-40).

Definisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definisi operasional variabel penelitian yang terdiri dari enam dimensi yang dijabarkan oleh Othman dan Owen (2001) dalam penelitian Putri Dwi Cahyani. (Putri Dwi Cahyani, 2016:5).

Dapat dilihat pada tabel berikut untuk mengetahui dan menjawab variabel independen dan dependen digunakan indikatornya sebagai berikut:

Tabel : 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Kepuasan Anggota (Y)	Merupakan kepuasan anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen	1. Menjalankan prinsip dan hukum Islam 2. Puas dengan profesionalisme kinerja karyawan.	1. Sangat Tidak Setuju = 1 2. Tidak Setuju = 2 3. Ragu-Ragu = 3 4. Setuju = 4 5. Sangat Setuju =5

<i>Compliance (X1)</i>	Informasi yang diperoleh dari anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen yang berhubungan dengan timbulnya kepuasan,	1. Menjalankan prinsip dan hukum Islam. 2. Tidak ada pembayaran bunga naik untuk tabunngan maupun pinjaman. 3. Menerapkan ketentuan layanan produk secara Islami. 4. Kesempatan mendapatkan pinjaman bebas bunga. 5. Menerapkan ketentuan pembagian keuntungan investasi.	1. Sangat Tidak Setuju = 1 2. Tidak Setuju = 2 3. Ragu-Ragu = 3 4. Setuju = 4 5. Sangat Tidak Setuju = 5
<i>Assurance (X2)</i>	Informasi yang diperoleh dari anggota KJKS BMT Al Fath yang berhubungan dengan timbulnya kepuasan	1. Karyawan yang sopan dan santun. 2. Menyediakan saran-saran/nasehat-nasehat keuangan. 3. Interior kantor dan ruang tunggu yang nyaman. 4. BMT menyediakan	1. Sangat Tidak Setuju = 1 2. Tidak Setuju = 2 3. Ragu-Ragu = 3 4. Setuju = 4 5. Sangat Setuju = 5

		akses informasi rekening. 5. Tim manajemen yang berpengalaman dan memiliki pengetahuan luas.	
<i>Reliability</i> (X3)	Informasi yang diperoleh dari anggota KJKS BMT Al Fath yang berhubungan dengan timbulnya kepuasan	1. Pemberian layanan yang menyenangkan (waktu layanan yang cepat). 2. Penyediaan produk dan layanan yang luas. 3. Keamanan dalam bertransaksi yang terjamin. 4. Waktu (jam) layanan yang optimal. 5. Pengintegrasian penggunaan nilai tambah layanan (Ketersediaan ATM).	1. Sangat Tidak Setuju = 1 2. Tidak Setuju = 2 3. Ragu-Ragu = 3 4. Setuju = 4 5. Sangat Setuju = 5
<i>Tangibles</i> (X4)	Informasi yang diperoleh dari anggota KJKS BMT Al Fath yang	1. Tampilan kantor dan fasilitas fisik yang menarik. 2. Transaksi yang cepat dan efisien.	1. Sangat Tidak Setuju = 1 2. Tidak Setuju = 2 3. Ragu-Ragu =

	berhubungan dengan timbulnya kepuasan	3. Jam operasi yang jelas. 4. Menyediakan sekat-sekat atau pembatas loket yang jelas. 5. Menyediakan layanan penarikan kas dengan hak istimewa.	3 4. Setuju = 4 5. Sangat Setuju = 5
<i>Empathy</i> (X5)	Informasi yang diperoleh dari anggota KJKS BMT Al Fath yang berhubungan dengan timbulnya kepuasan	1. Lokasi yang mudah dijangkau. 2. Nama, reputasi dan citra yang mudah dikenali. 3. Bank memiliki aset dan modal yang besar. 4. Penyediaan area parker yang memadai. 5. Kerahasiaan data nasabah yang terjamin. 6. Manajemen yang menyakinkan. 7. Penyediaan produk dan layanan yang menguntungkan. 8. Penetapan tarif layanan yang rendah.	1. Sangat Tidak Setuju = 1 2. Tidak Setuju = 2 3. Ragu-Ragu = 3 4. Setuju = 4 5. Sangat Setuju = 5

<i>Responsiveness (X6)</i>	Informasi yang diperoleh dari anggota KJKS BMT Al Fath yang berhubungan dengan timbulnya kepuasan	1. Penyediaan ketentuan konsultasi keuangan. 2. Karyawan bersedia membantu konsumen. 3. Cara karyawan dalam melayani konsumen secara Islami. 4. Menyediakan pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan. 5. Layanan yang cepat dan efisien. 6. Mempunyai cabang yang tersedia dengan cukup.	1. Sangat Tidak Setuju = 1 2. Tidak Setuju = 2 3. Ragu-Ragu = 3 4. Setuju = 4 5. Sangat Setuju = 5
----------------------------	---	--	--

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan lembaran-lembaran kuesioner menggunakan skala likert yang terdiri dari satu instrument yaitu: kepuasan anggota dengan dimensi CARTER (*compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, dan responsiveness*) yang berisikan lembar kuesioner berkisar 24 pertanyaan yang akan diisi oleh sampel yang berkaitan dengan penelitian, yang mana 100 anggota KJKS BMT Al Fath

Pesagen. Skala likert sendiri merupakan jenis skala yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian seperti, *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness* serta kepuasan anggota. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator. kemudian indikator-indikator yang terukur tersebut dapat dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang didapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrument ini memiliki gradasi dari ya dan tidak.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sugiyono, 2013: 199).

Dalam penelitian ini, kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yaitu model pertanyaan dimana pertanyaan tersebut telah disediakan jawabannya, sehingga responden hanya memilih alternatif jawaban yang sesuai dengan pendapat atau pilihannya. Dalam hal ini kuesioner menggunakan skala likert. Skala likert menurut Uma di desain untuk menelaah seberapa kuat subyek setuju dan tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5 titik. Adapun teknik yang diterapkan adalah sangat tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju. Bobot nilai masing-masing kategori tersebut adalah sebesar 1 sampai 5 responden memilih satu dari alternatif yang ada. (Uma Sekaran, 2006: 32).

3.8 Metode Analisis Data

Penelitian ini dilakukan pada KJKS BMT AL Fath Pesagen Pati. metode untuk mengolah dan menganalisa digunakan rumus regresi linear berganda (Sugiyono, 2005:261).

3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Juliansyah Noor (2011:132) validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur, validitas menyangkut akurasi instrument untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun tersebut valid/shahih. Untuk uji validitas ini dilakukan dengan melihat hasil *corrected item-total correlation* tampilan SPSS (*Statistic Product Service Solution*). Suatu penelitian dikatakan valid apabila jika r hitung $>$ r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Juliansyah Noor (2011:131) reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reliabilitas menunjukkan konsistensi hasil pengukuran. Suatu alat pengukur dikatakan konsisten apabila mengukur sesuatu berulang kali menunjukkan hasil yang sama, dalam kondisi yang sama. Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Alpha Cronbach*. Suatu variabel dikatakan reliable, apabila hasil *Alpha Cronbach* $>$ 0,60. Untuk mengetahui

hasil reliabilitas, maka dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai alpha (α) dengan nilai r_{tabel} . jika nilai alpha (α) lebih besar dari r_{tabel} , maka hasilnya adalah reliable.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot menurut Imam Ghozali (2005: 110). Pada grafik normal plot, dengan asumsi:

- 1) Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Apabila data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak memenuhi uji asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena gangguan varian yang berbeda antar observasi satu ke observasi lain, ketentuannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika titik-titiknya membentuk pola tertentu yang teratur maka diindikasikan terdapat masalah heteroskedastisitas.

- 2) Jika titik ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolineritas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel saling berhubungan secara linear. Untuk mendeteksi apakah terjadi problem multikolineritas dapat diketahui dengan *variace inflation faktor* (VIF) dan toleransi pedoman suatu model regresi yang bebas multikolineritas menurut Ghazali (2013:105) adalah sebagai berikut :

- 1) Mempunyai nilai VIF di sekitar angka 1.
- 2) Mempunyai angka tolerance mendekati angka 1.

3.8.3 Regresi Linear Berganda

Regresi adalah suatu analisa yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel dependen terhadap independent.

Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

dimana:

Y = Kepuasan anggota

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Konfisiensi korelasi ganda

X_1 = Kepuasan anggota terhadap *compliance*

X_2 = Kepuasan anggota terhadap *assurance*

X_3 = Kepuasan anggota terhadap *reliability*

X_4	= Kepuasan anggota terhadap <i>tangibles</i>
X_5	= Kepuasan anggota terhadap <i>empathy</i>
X_6	= Kepuasan anggota terhadap <i>responsiveness</i>
e	= Faktor error

3.9 Pengujian Hipotesis

3.9.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur besarnya kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah diantara nol dan satu. Jika nilai (R^2) kecil maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas. Jika nilai (R^2) mendekati satu berarti variabel independen dapat memberikan semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. (Mudjarat Kuncoro, 2001: 100)

3.9.2 Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimaksudkan kedalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Dengan menentukan F-hitung dan F-tabel dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi sebesar 5%, maka:

Jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak, dan H_a diterima.

Jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, maka H_0 diterima, dan H_a ditolak.

3.9.3 Uji t (Parsial)

Pada tahapan ini dilakukan pengujian pengaruh masing-masing variabel bebas yang terdapat pada model yang terbentuk untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang ada pada model secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan pada model secara individual. Jika hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai probabilitas (*P value*) $\alpha < 0,05$, maka H_0 ditolak (ada pengaruh yang signifikan) dan Jika $\text{sig} > 0,05$, maka H_0 diterima (tidak ada pengaruh yang signifikan). Dengan demikian variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara parsial.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan kepada anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen yang berlokasi di kabupaten Pati. Subyek penelitian dalam penelitian ini adalah anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen dengan tidak membatasi responden yang dilihat dari kriteria tertentu sehingga semua anggota KJKS BMT Al Fath dapat diikutsertakan sebagai responden.

4.1.1 BMT Al Fath Pesagen

BMT Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah (KJKS) BMT Al-Fath didirikan oleh keluarga besar Yayasan Perguruan Islam Thowalib (YPIT) Pesagen Gunungwungkal Pati Jawa Tengah pada tahun 2000 yang merupakan usaha mencari format yang ideal sebuah yayasan perguruan Islam dalam hal mencari dana tambahan untuk membiayai pelaksanaan proses belajar mengajar dan bagaimana untuk lebih menyejahterakan civitas akademika yang ada di yayasan, dimana hal ini merupakan masalah klasik yang sering dihadapi yayasan perguruan yaitu keterbatasan pendanaan. Selain itu dengan berdirinya KJKS BMT Al Fath Pesagen bertujuan untuk membantu masyarakat dalam mendapatkan modal usaha, karena pada umumnya mereka mengelola beragam usaha kecil dan mikro baik dalam pertanian, peternakan, perdagangan, industri maupun jasa. Akan tetapi usaha-usaha tersebut sulit berkembang, salah satu penyebabnya

adalah keterbatasan modal dan sulitnya mengakses ke lembaga keuangan, khususnya perbankan.

Berdasarkan hal tersebut maka diadakan pertemuan dengan menghadirkan beberapa komponen Yayasan Perguruan Islam Thowalib, yang diprakarsai oleh Moh. Syadzali, SH sebagai pengurus yayasan yang juga kepala sekolah MTs Thowalib dan seorang inisiator yaitu Bapak H. Sanusi Anwar SE, yang merupakan praktisi perbankan syari'ah di Bank Mu'amalat Indonesia Cabang Surabaya. Pertemuan tanggal 14 februari 2000 tersebut menghasilkan kesepakatan mendirikan "Koperasi Pondok Pesantren AL-FATH" dengan harapan bisa memberikan jasa dan manfaat bagi Yayasan Perguruan Islam Thowalib, anggota masyarakat, gerakan koperasi dan pemerintah.

Pada tanggal 15 April 2000 Kopontren AL FATH resmi memperoleh Badan Hukum dengan nomor: 346/BH/KDK11.9/IV/2000 dan dalam perkembangannya BMT Al Fath memfokuskan usahanya pada bidang simpan pinjam syari'ah dan menjadi Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah (KJKS) BMT AL FATH.

4.1.2 Jenis Usaha dan Struktur Organisasi

1. Jenis Usaha/Kegiatan

KJKS BMT Al Fath Pesagen merupakan usaha yang bergerak dibidang lembaga keuangan syariah. memiliki berbagai macam

Produk dan Jasa yang ditawarkan. Produk dan Jasa tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Produk Simpanan, antara lain: Simpanan Sukarela (SI Rela), Simpanan Sukarela Berjangka (SiSuKa), Simpanan Peduli Siswa, Simpanan Qurban, dan Simpanan Ziarah.
- b. Produk Pembiayaan, antara lain: Pembiayaan *Mudharabah*, Piutang *Murabahah*, Pembiayaan *Musyarakah*, Piutang *Salam*, Piutang *Istisna'*, Piutang *Ijaroh*, *Qordh*, *Qardhul Hasan*, Jasa *Remittance*, *Payment Point Online Bank* (PPOB), dan *Rahn* (Gadai Emas).

2. Struktur Organisasi BMT Al Fath

Secara umum pengertian dari struktur organisasi adalah suatu susunan pekerjaan dari masing-masing pekerjaan yang terdapat dalam suatu perusahaan, mulai dari tingkat yang paling atas sampai tingkat yang paling bawah, yang tersusun sedemikian rupa dalam suatu perusahaan, atas dasar kerja sama yang mempunyai bentuk dan susunan yang jelas dalam merumuskan tugas setiap unsur antara yang satu dengan yang lainnya dalam hubungan kerja. Selain itu juga untuk memperlancar dan mempermudah pimpinan untuk mengadakan pengawasan terhadap tugasnya.

Dalam pengoperasian BMT terdiri dari pengurus, pengawas pengelola KJKS BMT AL FATH.

Pengurus

Ketua : H. Moh. Syadzali, S.H

Bendahara : H. Slamet Riyanto

Sekretaris : Ali Masduki, S.H

Anggota : H. Jejer Munardi, S.Pd. dan Samidi, S.Pd.I

Pengawas

Pengawas I : H. Sanusi Anwar, S.E

Pengawas II : Hj. Suryaningsih, S.Pd

Susunan Pengelola

Manajer : Drs. Abdurrohman

Kabag. Pembiayaan : Sulistiyono, Amd

Kabag. Operasional : Humaidi, SE

Kacab. Sumberrejo : Ari Sutrisno

Kacab.Lahar : Romli, SE

Kacab.Pati : Rupadi, SH

Bagian Marketting KJKS BMT Pesagen

1. Muhamad Aniq
2. Joko Susilo
3. Teguh Susilo
4. Heri Ardiansyah
5. Hariyanto

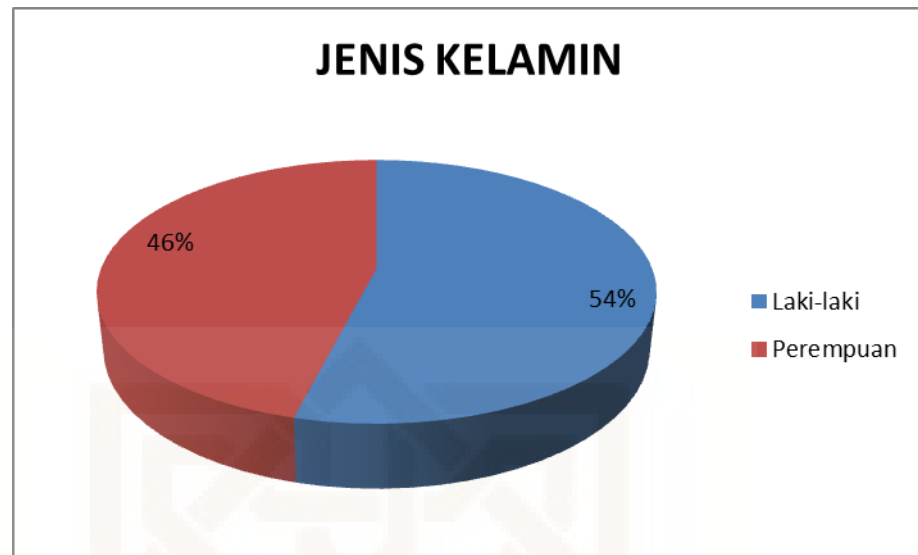
4.2 Deskripsi Data

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berisi 7 item pertanyaan profil responden dan 24 item pertanyaan preferensi yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung pada 100 responden dengan cara menunggu responden di kantor pelayanan KJKS BMT AL Fath Pesagen atau mendatangi langsung anggota BMT AL Fath yang ada di pasar. Penyebaran kuesioner dengan menunggu dan mendatangi responden dimulai pada tanggal 9 Januari-13 Januari 2017. Jadi jumlah kuesioner yang dapat dianalisis berjumlah 100 ekslampar. Dengan keterbatasan waktu dan jumlah kuesioner yang kembali tersebut sudah dianggap mencukupi atau memadai untuk dianalisis.

4.3 Karakteristik Responden

Kepuasan anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen dengan dimensi CARTER dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang menimbulkan kepuasan bagi anggota KJKS BMT Al Fath. Berdasarkan karakteristik yang dimiliki oleh responden yang diperinci oleh identitas seperti , jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan lamanya menjadi anggota. Faktor tersebut meliputi: dimensi CARTER (*compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, responsiveness*) serta kepuasan anggota. Adapaun pendeskripsian dari karakteristik tersebut adalah sebagai berikut:

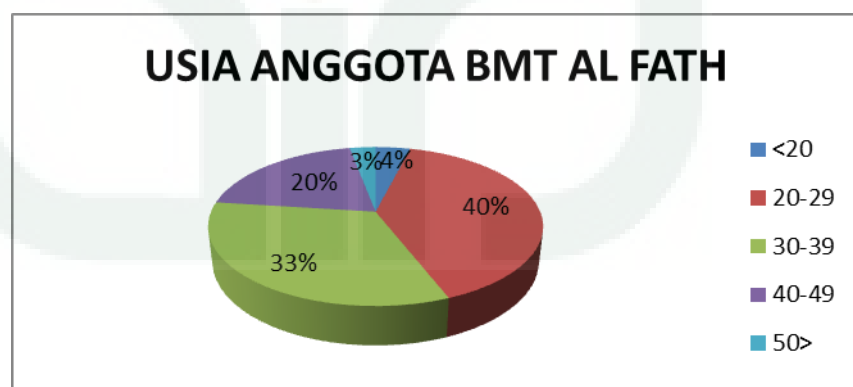
4.4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Gambar: 4.1 Jenis Kelamin Anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen
(sumber: Data Olahan Kuesioner)

Berdasarkan gambar 4.1 bahwa jenis kelamin anggota KJKS BMT AL Fath Pesagen perempuan sebesar 46% dan responden laki-laki sebesar 54%. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki lebih banyak dari pada jumlah responden perempuan.

4.4.2 Responden Berdasarkan Usia



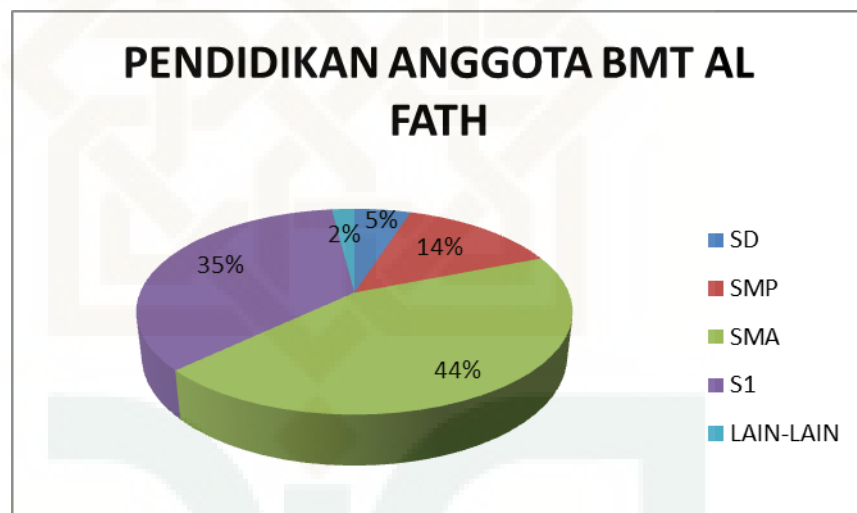
Gambar 4.2 Usia Anggota KJKS BMT AL Fath Pesagen
(sumber: Olah Data Kuesioner)

Berdasarkan pada gambar 4.2 diatas dapat dilihat bahwa kelompok responden sebagian besar berusia 20-29 tahun, yaitu

sebesar 40% responden, usia 30-39 tahun sebesar 33%, usia 40-49 tahun sebesar 20%, usia <20 tahun sebesar 4%, dan usia 50 tahun lebih sebesar 3%.

Dari data diatas memberikan kesimpulan bahwa usia 20-29 tahun mencapai 40% ini artinya anggota KJKS BMT Al Fath mengalami usia yang sangat produktif untuk ikut serta dalam meningkatkan kepuasan yang positif. Kepuasan yang positif tersebut didapat dengan adanya dukungan dari KJKS anggota BMT Al Fath.

4.4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir



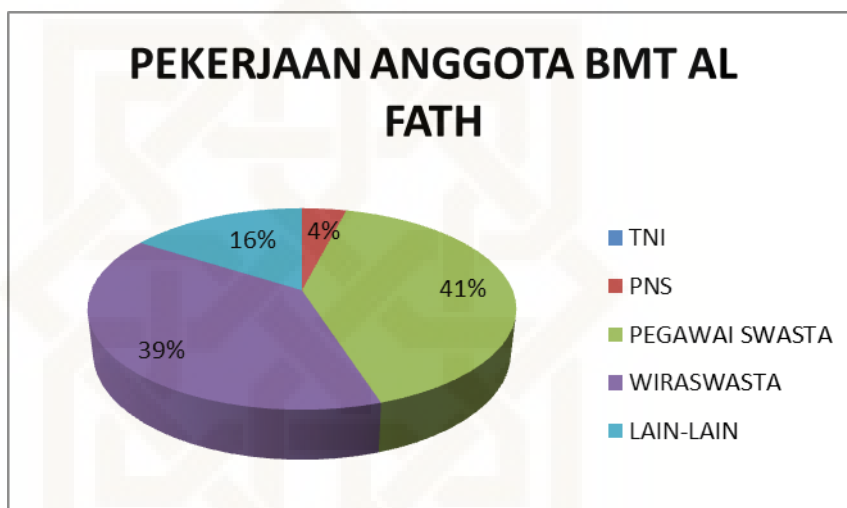
Gambar: 4.3 Data Pendidikan Anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen (sumber: Olah Data Kuesioner)

Berdasarkan keterangan gambar 4.3 diatas bahwa data pendidikan terakhir responden anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen yaitu SMA sebesar 44%, S1 sebesar 35%, SMP sebesar 14%, SD sebesar 5% dan lain-lain sebesar 2%.

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa responden anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen untuk pendidikan terakhir yang

paling banyak adalah SMA sebesar 44%, selanjutnya pendidikan terakhir S1 35%. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa pengetahuan yang dimiliki oleh responden anggota KJKS BMT Al Fath sudah memenuhi kriteria untuk meningkatkan kepuasan yang ada pada KJKS BMT Al Fath.

4.4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan



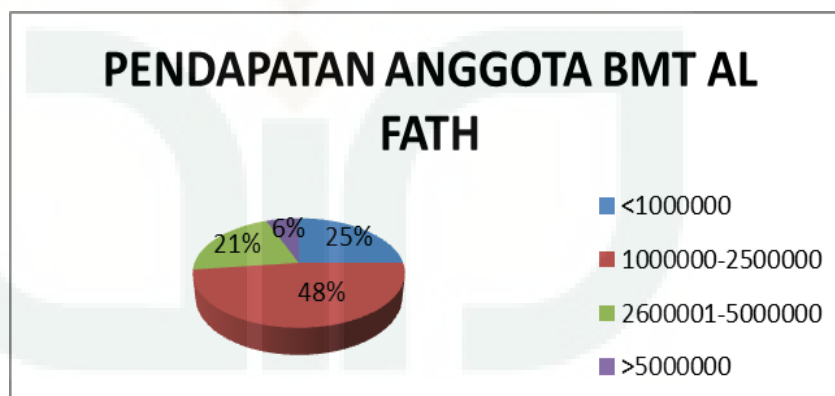
Gambar: 4.4 Data Pekerjaan Anggota KJKS BMT Al Fath
(Sumber: Olah Data Kuesioner)

Berdasarkan data gambar 4.4 diatas dapat diketahui bahwa data pekerjaan responden anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen, pegawai swasta sebesar 41%, wiraswasta sebesar 39%, lain-lain sebesar 16%, PNS sebesar 4% dan TNI sebesar 0%.

Data terbanyak mengidentifikasi bahwa pekerjaan responden anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen adalah pegawai swasta dan wiraswasta, yang mana pegawai swasta ini meliputi kebanyakan responden yang bekerja sebagai guru tetap ataupun guru honorer disuatu madrasah yang masih dalam lingkup satu yayasan dengan

KJKS BMT Al Fath, dan karyawan dalam suatu perusahaan. Sedangkan pekerjaan wiraswasta meliputi responden yang memiliki usaha sendiri seperti pedagang makanan, pedagang pakaian, atau responden yang membuka lapak di pasar tradisional. Dalam hal ini pelayanan yang baik dengan dimensi-dimensi syariah dalam meningkatkan kepuasan anggota yaitu belum maksimal bahwasannya mereka belum banyak yang mengetahui tentang dimensi-dimensi syariah dalam meningkatkan kepuasan anggota KJKS BMT Al Fath, karena kurangnya pengenalan tentang dimensi-dimensi syariah yang meliputi *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness*. Sehingga mereka memberikan harapan untuk kedepannya agar KJKS BMT Al Fath memberikan pelayanan yang baik yang sesuai dengan dimensi-dimensi syariah.

4.4.5 Responden Berdasarkan Pendapatan



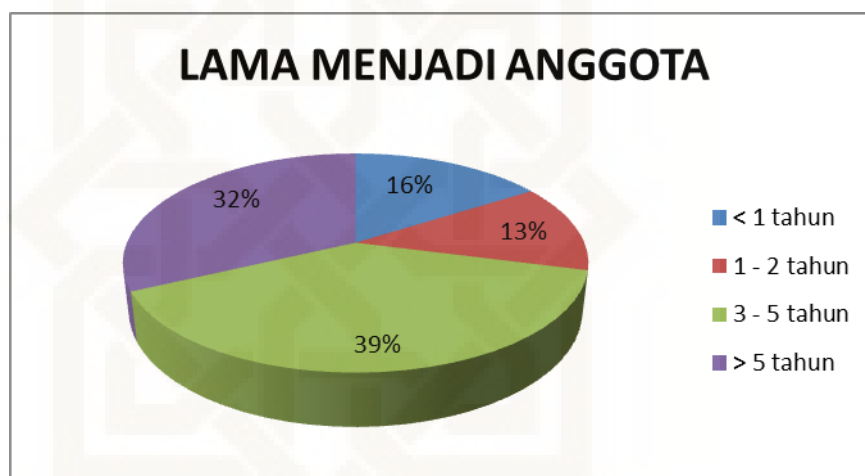
Gambar: 4. 5 Pendapatan Anggota KJKS BMT Al Fath
(Sumber: Olah Data Kuesioner)

Berdasarkan gambar 4. 5 diatas diketahui bahwa pendapatan anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen dengan jumlah pendapatan sebesar 1.000.000 – 2.500.000 mencapai 48 %, jumlah pendapatan kurang dari 1.000.000 sebesar 25 % , jumlah pendapatan 2.600.001 –

5.000.000 sebesar 21 % dan untuk jumlah pendapatan lebih dari 5.000.000 sebesar 6 % .

Hal tersebut menunjukkan bahwa pendapatan anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen paling banyak berkisar antara 1.000.000 – 2.500.000, jumlah pendapatan tersebut adalah mayoritas penduduk dengan latar belakang pekerjaan sebagai wiraswasta dan pegawai swasta.

4.4.6 Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota



Gambar 4. 6. Lama Menjadi Anggota KJKS BMT Al Fath
(Sumber: Olah Data Kuesioner)

Berdasarkan gambar 4.6 diatas menunjukkan bahwa data lamanya menjadi anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen dengan kurun waktu 3 – 5 tahun sebesar 39 % , lama menjadi anggota lebih dari 5 tahun sebesar 32 % , lama menjadi anggota dengan kurun waktu kurang dari 1 tahun sebesar 16 % dan lama menjadi anggota dengan kurun waktu 1 – 2 tahun sebesar 13 %.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa lamanya responden menjadi anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen selama kurun waktu 3 - 5 tahun menunjukkan kepercayaan responden terhadap pelayanan yang

diberikan KJKS BMT Al Fath Pesagen terhadap anggotanya. Sehingga kepuasan anggota KJKS BMT Al Fath dapat diketahui dengan lamanya responden menjadi anggota di KJKS BMT Al Fath Pesagen. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden yang diteliti sudah lama menjadi anggota KJKS BMT Al Fath yakni selama kurun waktu 3-5 tahun.

4.4 Uji Kualitas Data

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengatur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dalam hal ini n adalah sampel. Pada penelitian ini jumlah (n) = 100 dan besarnya df dapat dihitung 100-2 dengan df = 98 dan alpha = 0,05 didapat $r_{tabel} = 0,1654$, hasil pengujian validitas ditunjukkan dalam table berikut:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

NO	R hitung	R tabel	Keterangan
Compliance (X1)			
1	0,487	0,1654	Valid
2	0,670	0,1654	Valid
3	0,683	0,1654	Valid
4	0,676	0,1654	Valid

No	R hitung	R tabel	Keterangan
Assurance (X2)			
1	0,747	0,1654	Valid
2	0,793	0,1654	Valid
3	0,810	0,1654	Valid
Reliability (X3)			
1	0,837	0,1654	Valid
2	0,840	0,1654	Valid
3	0,835	0,1654	Valid
Tangibles (X4)			
1	0,425	0,1654	Valid
2	0,760	0,1654	Valid
3	0,784	0,1654	Valid
4	0,804	0,1654	Valid
Empathy (X5)			
1	0,719	0,1654	Valid
2	0,789	0,1654	Valid
3	0,772	0,1654	Valid
Responsiveness (X6)			
1	0,805	0,1654	Valid
2	0,855	0,1654	Valid
3	0,768	0,1654	Valid

Sumber: Hasil Penelitian yang diolah, 2016

Tabel 4.1 di atas menunjukkan variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi CARTER (*compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, dan responsiveness*) memiliki kriteria valid untuk setiap item pertanyaan dengan nilai r hitung > dari r tabel. Hal ini berarti bahwa semua item yang digunakan dalam penelitian ini mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur pada kuesioner tersebut.

Tabel 4.2

Hasil Uji Validitas Kepuasan Anggota

NO	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,835	0,1654	Valid
2	0,877	0,1654	Valid
3	0,813	0,1654	Valid
4	0,777	0,1654	Valid

Sumber: Hasil Penelitian yang diolah, 2016

Tabel 4.2 di atas menunjukkan variabel kepuasan anggota memiliki kriteria valid untuk setiap item pertanyaan dengan nilai r hitung $>$ dari r tabel. Hal ini berarti bahwa semua item yang digunakan dalam penelitian ini mampu mengungkapkan sesuatu yang dikur pada kuesioner tersebut.

4.4.7 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atas variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai *cronbach alpha* $>$ 0,60 dalam Ghazali (2005). Hasil pengujian reliabilitas didapatkan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah butir pernyataan	Cronbach alpha
<i>Compliance</i> (X1)	4 Butir	0.733
<i>Assurance</i> (X2)	3 Butir	0.818
<i>Relaibility</i> (X3)	3 Butir	0.842
<i>Tangibles</i> (X4)	4 Butir	0.776
<i>Empathy</i> (X5)	3 Butir	0.818
<i>Responsiveness</i> (X6)	3 butir	0.829
Kepuasan Anggota (Y)	4 Butir	0.823

Sumber : Hasil penelitian yang diolah SPSS, 2016

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan instrument untuk setiap variabel penelitian adalah reliabel, karena α hitung $> 0,60$. Pada variabel *Compliance* (X1) memiliki α hitung $0,733 > 0,60$. Pada variabel *Assurance* (X2) α hitung $0,818 > 0,60$. Pada variabel *Reliability* (X3) α hitung $0,842 > 0,60$. Pada variabel *Tangibles* (X4) α hitung $0,776 > 0,60$. Pada variabel *Empathy* (X5) α hitung $0,818 > 0,60$. Pada variabel *Responsiveness* (X6) α hitung $0,829 > 0,60$. Pada variabel Kepuasan Anggota (Y) α hitung $0,823 > 0,60$.

Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan Reliabel atau keandalan konsistensi internal pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini dianggap baik.

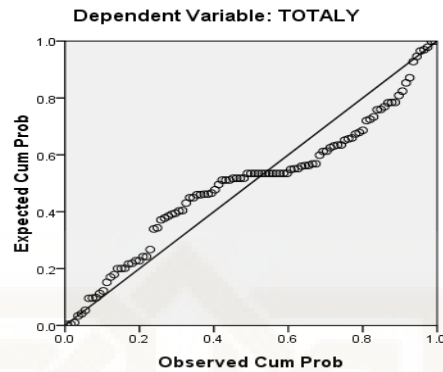
4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov. Jika nilai signifikansi dari hasil Kolmogrov-Smirnov $\leq 0,05$, maka terdistribusi tidak normal (Supriyanto dan Machfudz, 2010:256).

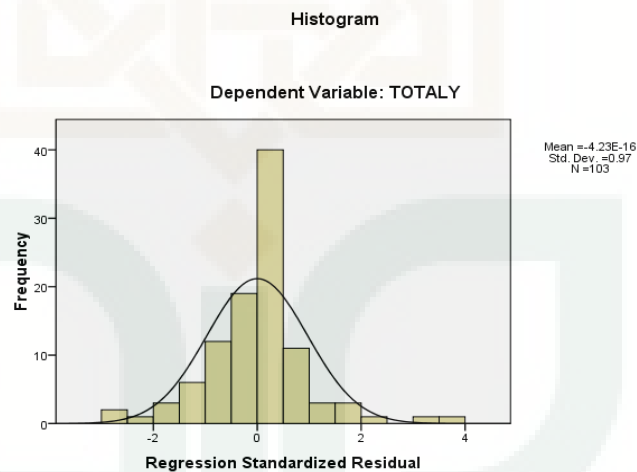
Gambar 4.7
Hasil Uji Normalitas (Normal Probability Plot)

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data Primer diolah SPSS, 2016

Gambar 4.8
Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram)



Sumber : Data Primer diolah SPSS, 2016

Dari gambar plot diatas, dapat diketahui bahwa titik berada disekitar garis dan dari gambar histogram diatas dapat diketahui bahwa grafik histogram berbentuk lonceng. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 4.4
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		103
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.23372590
Most. Exterme Differences Absolute		.118
Positive		.114
Negative		-.118
Kolmogrov-Smirnov Z		1.196
Asymp. Sig. (2-tailed)		.115

a. Test distribution is Normal

Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2016

Dari hasil pengujian SPSS diatas, menunjukkan bahwa nilai Kolmogrov-Smirnov 1,196 dan tingkat signifikansinya berada diatas 5% yaitu 0,115. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data residual mengikuti distribusi normal.

4.4.8 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen, model regresi yang baik seharusnya tidak pernah terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas model regresi adalah dengan melihat nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Pendeteksian dapat dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance inflation Factor* (VIF) Tolerance mengukur variabilitas variabel independen terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel lainnya. jadi tolerance yang rendah sama dengan VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) Nilai yang cutoff yang

umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah $Tolerance < 0,10$ atau sama $VIF > 10$ (Ghozali, 2005:28).

Tabel 4.5

Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
<i>Compliance</i> (X1)	0,811	1,233	Bebas Multikolinearitas
<i>Assurance</i> (X2)	0,496	2,015	Bebas Multikolinearitas
<i>Reliability</i> (X3)	0,371	2,697	Bebas Multikolinearitas
<i>Tangibles</i> (X4)	0,760	1,315	Bebas Multikolinearitas
<i>Empathy</i> (X5)	0,497	2,011	Bebas Multikolinearitas
<i>Responsiveness</i> (X6)	0,467	2,141	Bebas Multikolinearitas

Sumber : Data Penelitian yang diolah SPSS, 2016

Berdasarkan dari tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa setiap variabel memiliki nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai Variance Inflation Faktor (VIF) lebih kecil dari 10. Maka analisis ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikoliniearitas terhadap variabel penelitian. Sehingga layak untuk digunakan dalam pengujian penelitian ini.

4.4.9 Uji Heteroskedastisitas

Dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varian dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut terjadi homoskedastisitas dan jika variansinya tidak sama atau berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas (Sunyoto,2013:90).

Uji heteroskedastisitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah uji *Glejser*. Jika hasil regresi mempunyai nilai signifikansi t pada tiap variabel dependen $\geq 0,05$ maka model terbebas dari heteroskedastisitas.

Dibawah ini adalah tabel hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji statistic *Glejser* yang meregres absolute residual (Abs_res1) terhadap variabel independen yang ditransformasi yaitu *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy*, *responsiveness*.

Tabel 4.6
Hasil Uji Heteroskedastisitas

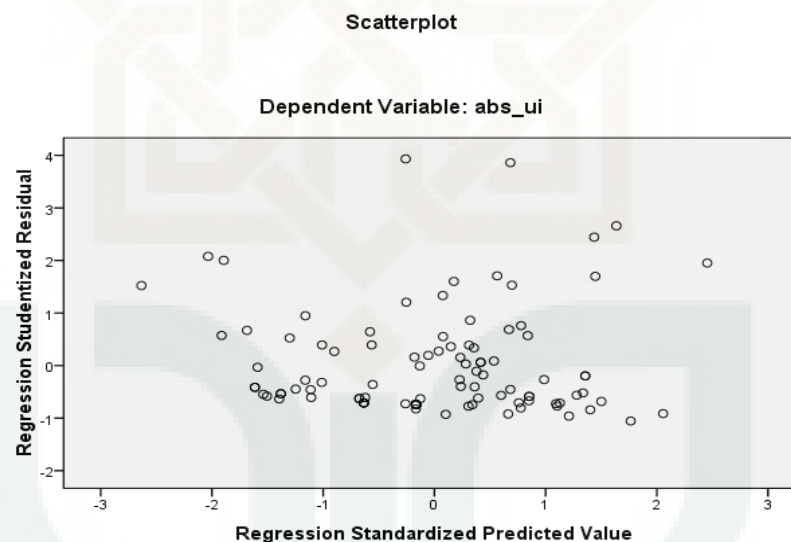
Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.870	1.123		.099
	TOTALX1	-.083	.054	-.172	.124
	TOTALX2	.006	.096	.009	.948
	TOTALX3	.023	.101	.038	.820
	TOTALX4	-.007	.053	-.015	.900
	TOTALX5	.074	.093	.114	.423
	TOTALX6	-.073	.105	-.103	.484

a. Dependent Variable: abs_ui

Sumber: Pengolahan data SPSS, 2017

Dari tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa hasil dari uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *Geljser* secara jelas menunjukkan bahwa nilai signifikan pada tiap variabel independen $\geq 0,05$ model penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy*, *responsiveness* tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini juga ditunjukkan pada grafik scatterplot dibawah ini:

Gambar 4.9
Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Penelitian yang diolah SPSS, 2016

Dari grafik Scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara konsisten dibawah 0 dan sumbu y dengan membentuk pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.6 Analisis Regresi Berganda

Setelah hasil uji asumsi klasik dilakukan dan hasilnya secara keseluruhan menunjukkan model regresi memenuhi asumsi klasik, maka tahap berikut adalah melakukan evaluasi interpretasi model regresi berganda. Model regresi berganda dalam penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh variabel independen *Compliance* (X1), *Assurance* (X2), *Reliability* (X3), *Tangibles* (X4), *Empathy* (X5), *Responsiveness* (X6) terhadap variabel dependen kepuasan anggota (Y). Hasil uji statistik analisis regresi berganda yang terdapat pada tabel 4.9 diperoleh hasil persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 - b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

$$Y = 3,891 + 0,054X_1 - 0,035X_2 + 0,244X_3 + 0,110 X_4 + 0,154 X_5 + 0,418 X_6 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Anggota

a = Konstanta

B = Koefisien Regresi

X1= Kepuasan anggota terhadap *compliance* (kepatuhan)

X2= Kepuasan anggota terhadap *assurance* (jaminan)

X3= Kepuasan anggota terhadap *reliability* (keandalan)

X4= Kepuasan anggota terhadap *tangibles* (bukti fisik)

X5= Kepuasan anggota terhadap *empathy* (empati)

X6= Kepuasan anggota terhadap *responsiveness* (daya tanggap)

e = Standar error

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS, dapat dijelaskan model persamaan regresi linear berganda di bawah ini:

a = Nilai konstanta 3,891. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel X bernilai 0, nilai kepuasan anggota terhadap kualitas pelayanan adalah sebesar 3,891.

b_1X_1 = Nilai koefisien persepsi anggota terhadap *compliance* pada model regresi sebesar 0,054. Akan tetapi variabel ini tidak signifikan, yang artinya variabel *compliance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota.

b_2X_2 = Nilai koefisien persepsi anggota terhadap *assurance* pada model regresi sebesar (-0,035). Akan tetapi variabel ini tidak signifikan yang artinya variabel *assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota.

b_3X_3 = Nilai koefisien persepsi anggota terhadap *reliability* pada model regresi sebesar 0,224. Akan tetapi variabel ini tidak signifikan yang artinya variabel *reliability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota.

b_4X_4 = Nilai koefisien persepsi anggota terhadap *tangibles* pada model regresi sebesar 0,110. Akan tetapi variabel ini tidak signifikan yang artinya variabel *tangibles* tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota.

b_5X_5 = Nilai koefisien persepsi anggota terhadap *empathy* pada model regresi sebesar 0,154. Akan tetapi variabel ini tidak signifikan yang artinya variabel *empathy* tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota.

b_6X_6 = Nilai koefisien persepsi anggota terhadap *responsiveness* pada model regresi sebesar 0,418. Artinya apabila terjadi peningkatan faktor *responsiveness* satu satuan dimana faktor lainnya konstan, maka akan meningkatkan kepuasan anggota sebesar 0,418.

Berdasarkan hasil persamaan regresi di atas maka dapat diketahui bahwa variabel bebas yang paling berpengaruh terhadap kepuasan anggota adalah variabel *responsiveness*, hal ini dapat dilihat melalui hasil koefisien regresi yakni sebesar 0,418 yang menunjukkan nilai koefisien yang paling berpengaruh positif dan signifikan.

4.7 Pengujian Hipotesis

4.7.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen.

Tabel 4.7
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.659 ^a	.434	.398	1.27170

a. Predictors: (Constant), TOTALX6, TOTALX4, TOTALX1, TOTALX5, TOTALX2, TOTALX3

b. Dependent Variable: TOTALLY

Sumber : Data Primer diolah
SPSS,2016.

Berdasarkan tampilan output *model summary* pada tabel 4.7 besarnya *adjusted R²* (koefisien determinasi yang telah disesuaikan)

adalah 0,398. Nilai ini menunjukkan 0,398 variasi variabel kepuasan anggota dapat dijelaskan oleh variasi dari enam variabel yaitu *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness*, sedangkan sisanya 0,602 dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

4.7.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F dapat dilihat pada tabel 4.8, jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka H_a diterima dan menolak H_0 . Sedangkan jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima dan menolak H_a (Ghozali, 2011). Uji statistic F dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam variabel model regresi secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat dikatakan terdapat pengaruh simultan dan dengan membandingkan nilai signifikansi atau probabilitas F statistik dengan *alpha* sebesar 5% yakni ($0,000 < 0,05$). Hasilnya dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut :

Tabel 4.8
Hasil Uji Statistik F

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	118.961	6	19.827	12.260	.000 ^a
Residual	155.252	96	1.617		
Total	274.214	102			

a. Predictors: (Constant), TOTALX6, TOTALX4, TOTALX1, TOTALX5, TOTALX2, TOTALX3

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	118.961	6	19.827	12.260	.000 ^a
Residual	155.252	96	1.617		
Total	274.214	102			

a. Predictors: (Constant), TOTALX6, TOTALX4, TOTALX1, TOTALX5, TOTALX2, TOTALX3

b. Dependent Variable: TOTALLY

Sumber : Data Primer diolah SPSS , 2016

Berdasarkan tabel 4.8, menunjukkan hasil perhitungan F diperoleh nilai F hitung sebesar 12,260 dengan derajat $k-1$ ($7-1=6$) dan derajat penyebut $n-k$ ($100-6=94$) dengan signifikansi 5% diperoleh F tabel sebesar 2,190. Karena $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ ($12.260 > 2,190$), maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi ketepatan kepuasan anggota atau dapat dikatakan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Sehingga model dapat digunakan dalam peneitian ini.

4.7.3 Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian dan mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis uji t dilakukan dengan melihat nilai probabilitasnya. Apabila nilai probabilitas kecil; dari 5%, maka H_0 ditolak yang berarti ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependennya dengan signifikansi sesuai dengan arti probabilitas diatas. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.9.

Tabel 4.9
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.891	1.540		2.526	.013
	TOTAL X1	.054	.074	.063	.733	.465
	TOTAL X2	-.035	.131	-.029	-.264	.792
	TOTAL X3	.244	.139	.221	1.755	.082
	TOTAL X4	.110	.073	.132	1.499	.137
	TOTAL X5	.154	.127	.133	1.217	.227
	TOTAL X6	.418	.144	.327	2.911	.004

a. Dependent Variable: TOTALLY

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2017

Berdasarkan tabel 4.9, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1) Konstanta signifikan, kondisi ini menunjukkan terjadi *missing* variabel artinya bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini (*compliance, assurance, tangibles, empathy, responsiveness*) juga dipengaruhi oleh variabel penting diluar penelitian ini. Sehingga untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain.

2) Pengujian Hipotesis 1

H_{a1} : *Compliance* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota.

Variabel *compliance* memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0,733 dan nilai signifikansi sebesar 0,465. Hal ini menunjukkan bahwa nilai

signifikansi $> 0,05$, sehingga hipotesis H_0 diterima artinya tidak ada pengaruh yang positif signifikan antara *compliance* terhadap kepuasan anggota.

3) Pengujian Hipotesis 2

H_{a2} : *Assurance* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota.

Variabel *assurance* memiliki nilai t_{hitung} sebesar sebesar -0,264 dan nilai signifikansi sebesar 0,792. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi $> 0,05$, sehingga hipotesis H_0 diterima artinya tidak ada pengaruh yang positif signifikan antara *assurance* terhadap kepuasan anggota.

4) Pengujian Hipotesis 3

H_{a3} : *Reliability* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota

Variabel *reliability* memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,755 dan nilai signifikansi sebesar 0,082. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi $> 0,05$ sehingga hipotesis H_0 diterima artinya tidak ada pengaruh yang positif signifikan antara *reliability* terhadap kepuasan anggota.

5) Pengujian Hipotesis 4

H_{a4} : *Tangibles* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota.

Variabel *tangibles* memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,499 dan nilai signifikansi sebesar 0,137. Hal ini menunjukkan bahwa nilai

signifikansi $> 0,05$ sehingga hipotesis H_0 diterima artinya tidak ada pengaruh yang positif signifikan antara *tangibles* terhadap kepuasan anggota.

6) Pengujian Hipotesis 5

H_{a5} : *Empathy* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota

Variabel *empathy* memiliki nilai t hitung sebesar 1,217 dan nilai signifikansi sebesar 0,227. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi $> 0,05$ sehingga hipotesis H_0 diterima artinya tidak ada pengaruh yang positif signifikan antara *empathy* terhadap kepuasan anggota.

7) Pengujian Hipotesis 6

H_{a6} : *Responsiveness* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota.

Variabel *responsiveness* memiliki nilai t hitung sebesar 2,911 dan nilai signifikansi sebesar 0,004. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi $> 0,05$, sehingga hipotesis H_a diterima artinya ada pengaruh yang positif signifikan antara *responsiveness* terhadap kepuasan anggota.

4.8 Pembahasan

Penelitian ini menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota dengan dimensi CARTER yaitu (*compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, responsiveness*) pada anggota di KJKS BMT AL Fath

Pesagen. Secara keseluruhan hasil hipotesis dengan menggunakan regresi berganda dapat dilihat pada tabel 4.10 sebagai berikut ini:

Tabel 4.10

Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Kode	Hipotesis	Hasil
Ha1	<i>Compliance</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota yang menabung.	Ditolak
Ha2	<i>Assurance</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota yang menabung.	Ditolak
Ha3	<i>Reliability</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota yang menabung.	Ditolak
Ha4	<i>Tangibles</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota yang menabung.	Ditolak
Ha5	<i>Empathy</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota yang menabung.	Ditolak
Ha6	<i>Responsiveness</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota yang menabung.	Diterima

4.8.1 Pengaruh *compliance* (kepatuhan) terhadap tingkat kepuasan anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen

Compliance merupakan bentuk penerapan KJKS BMT Al Fath Pesagen terhadap aturan atau hukum-hukum yang telah ditetapkan oleh Syariah guna menumbuhkan kepuasan anggota serta sebagai lembaga yang menawarkan jasa tabungan. *Compliance* yang dimaksud dalam penelitian ini berkaitan dengan implementasi bidang usaha sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, pelayanan syariah dan produk islami yang bebas dari riba atau bunga.

Berdasarkan data pada table 4.9 variabel *compliance* memiliki nilai signifikansi 0,465, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya persepsi *compliance* (kepatuhan) tidak berpengaruh positif signifikan

terhadap kepuasan anggota. Kesimpulan ini tidak sesuai dengan hipotesis yang telah dipaparkan sebelumnya.

Hasil penelitian ini sama dengan Siti Mukholifah yang menyatakan variabel *compliance* tidak berpengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan anggota. Dengan demikian, bahwa *compliance* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota ditolak.

Dalam penelitian Aan Zainul Anwar dan Mohammad Yunies Edward (2016) penerapan syariah *compliance* atau kepatuhan terhadap prinsip syariah pada dasarnya akan terlaksana jika unsur-unsur didalamnya memahami, mengerti, dan merealisasikan. Kepatuhan terhadap prinsip syariah juga harus di dukung oleh peraturan dan tata kola yang sesuai dengan prinsip syariah, yaitu tingkat pendidikan, tingkat pemahaman, dan sistem manajemen.

Menurut Suhardjo dalam penelitian Aan Zainul Anwar dan Mohammad Yunies (2016) tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan memudahkan seseorang atau masyarakat untuk menyerap informasi dan mengimplimentasikannya dalam perilaku dan gaya hidup sehari-hari. Jika dilihat dari pendidikan anggota KJKS BMT Al Fath yang tingkat pendidikannya rata-rata lulusan pendidikan SMA yang belum memahami dalam implementasi *compliance*.

Seseorang dikatakan memahami sesuatu kalau mengerti tentang segala sesuatu yang dikomunikasikan tanpa mengkaitkannya dengan bahan atau mengkaitkannya dengan bahan atau gagasan lain

dan tanpa melihat implikasi-implikasi yang menyeluruh. Sehingga pemahaman memberi dampak terhadap mekanisme dan tatacara yang benar.

Jika dilihat dari hasil sebaran kuesioner yang telah diisi oleh responden, faktor yang mempengaruhi bahwa variabel *compliance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota yaitu KJKS BMT Al Fath Pesagen dipandang belum menjalankan manajemen secara syariah. sehingga anggota merasa kurang puas dengan layanan yang diberikan.

Untuk itu KJKS BMT AL Fath Pesagen harus memperhatikan dan memperbaiki prinsip-prinsip syariah yang selama ini belum berjalan atau belum bisa secara maksimal dalam penerapannya. Karena BMT yang mempunyai kepatuhan terhadap sistem syariah yang baik akan mempengaruhi kepuasan anggota.

4.8.2 Pengaruh *assurance* terhadap kepuasan anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen

Jaminan adalah kemampuan KJKS BMT Al Fath menunjukkan keyakinan dan kepercayaan serta pengetahuan yang luas kepada anggota sehingga anggota percaya menabung. Jaminan dalam penelitian ini berkaitan dengan teller yang ramah dalam melayani anggota, serta karyawan yang profesional dalam bidangnya.

Berdasarkan pada table 4.9 jaminan (*assurance*) memiliki nilai signifikansi 0,792 yang berarti tidak signifikan sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya persepsi jaminan (*assurance*) tidak

berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota. Kesimpulan ini tidak sesuai dengan hipotesis yang telah dipaparkan sebelumnya. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Hendrio Rahmat yang menyatakan bahwa variabel *assurance* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota ditolak.

Jika dilihat dari hasil sebaran kuesioner yang telah diisi oleh responden, faktor yang mempengaruhi bahwa variabel *assurance* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota yaitu karyawan KJKS BMT Al Fath belum profesional dibidangnya masing-masing. Sehingga anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen merasa kurang puas dengan layanan tersebut.

Hal ini bisa dikarenakan kurang adanya pelayanan yang sesuai seperti keinginan oleh para anggotanya. Kualitas pelayanan yang dipengaruhi dari variabel *assurance*, anggota menilai belum adanya kenyataan yang telah terwujud oleh anggota.

Kualitas pelayanan menilai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang anggota terima/peroleh. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan/anggota dan berakhir dengan kepuasan pelanggan.

Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa anggota merasa kurang puas. Karyawan KJKS BMT Al Fath Pesagen yang kurang profesional dibidangnya kurangnya kemampuan teller KJKS BMT AL Fath dalam memberikan jawaban atau penjelasan yang ditanyakan

anggota. Untuk itu, KJKS BMT Al Fath Pesagen harus memperhatikan dan memperbaiki sistem layanan agar kepuasan anggota meningkat serta menciptakan reputasi atau nama baik yang positif dan kepuasan dikalangan anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen.

4.8.3 Pengaruh *reliability* (kehandalan) terhadap tingkat kepuasan anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen

Kehandalan (*reliability*) adalah kemampuan KJKS BMT Al Fath Pesagen dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Kehandalan yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu karyawan yang tidak pernah salah dalam melakukan pencatatan, proses administrasi yang cepat serta kemampuan karyawan dalam memberikan pemahaman produk-produk KJKS BMT Al Fath kepada anggota.

Berdasarkan data pada table 4.9 variabel *reliability* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,082 yang berarti tidak signifikan sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya persepsi *reliability* (jaminan) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota. Kesimpulan ini tidak sesuai dengan hipotesis yang telah dipaparkan sebelumnya.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian Hendrio Rahmat yang menyatakan bahwa variabel *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah ditolak.

Jika dilihat dari hasil sebaran kuesioner yang telah diisi oleh responden, faktor yang mempengaruhi variabel *reliability* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota yaitu karyawan KJKS BMT Al Fath belum memberikan kemudahan kepada anggota dalam memilih produk yang dibutuhkan. Sehingga anggota merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan.

Hal ini bisa dikarenakan kurang adanya pelayanan yang sesuai seperti keinginan oleh para anggotanya. Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh variabel *reliability* ini anggota menilai belum adanya kenyataan dari yang telah diwujudkan oleh anggota.

Kualitas pelayanan menilai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang anggota terima/peroleh. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan/anggota dan berakhir dengan kepuasan pelanggan.

Dalam hal ini, karyawan KJKS BMT AL Fath belum mampu memberikan pemahaman produk-produk KJKS BMT Al Fath kepada anggota, dan juga belum mampu memberikan kemudahan kepada anggota dalam memilih produk yang ditawarkan. Untuk itu karyawan KJKS BMT Al Fath Pesagen lebih secara maksimal dalam memberikan kemudahan kepada anggota tentang produk yang dibutuhkan.

4.8.4 Pengaruh *tangibles* terhadap tingkat kepuasan anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen

Tangibles (bukti fisik) adalah fasilitas yang dimiliki KJKS BMT Al Fath Pesagen guna menunjang kegiatan transaksi dan kenyamanan anggota dalam menabung. Bukti fisik yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi nilai tambah yang diperoleh anggota seperti lokasi yang strategis, tampilan kantor yang menarik, serta bahan bacaan saat anggota menunggu.

Berdasarkan pada table 4.9 variabel *tangibles* memiliki nilai signifikansi 0,137. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *tangibles* tidak signifikan, dan hipotesis H_0 diterima artinya tidak ada pengaruh yang positif signifikan antara *tangibles* terhadap kepuasan anggota.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian Hendrio Rahmat yang menyatakan bahwa variabel *tangibkes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah ditolak.

Jika dilihat dari hasil sebaran kuesioner yang telah diisi oleh responden, faktor yang mempengaruhi variabel *tangibles* tidak berpengaruh positif dan signifikan yaitu, KJKS BMT Al Fath belum menyediakan bahan bacaan saat anggota menunggu, tampilan kantor KJKS BMT Al Fath dan fasilitas yang belum menarik, sehingga anggota merasa belum puas terhadap layanan yang diberikan.

Hal ini bisa dikarenakan kurang adanya pelayanan yang sesuai seperti keinginan oleh para anggotanya. Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh variabel *tangibles* ini anggota menilai belum adanya kenyataan dari yang telah diwujudkan oleh anggota.

Kualitas pelayanan menilai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang anggota terima/peroleh. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan/anggota dan berakhir dengan kepuasan pelanggan.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dari bukti fisik yang diberikan BMT Al Fath Pesagen kepada anggota Pesagen, seperti bahan bacaan yang belum tersedia saat anggota menunggu, tampilan kantor BMT Al Fath dan fasilitas yang belum menarik . Untuk itu, BMT Al Fath Pesagen perlu menambahkan kursi untuk anggota yang sedang menunggu antrian sehingga anggota menjadi lebih nyaman dan puas, serta menambah koleksi bahan bacaan dan fasilitas yang menarik.

Dengan demikian, bahwa *tangibles* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota ditolak.

4.8.5 Pengaruh *empathy* terhadap tingkat kepuasan anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen

Empathy (empati) adalah kemampuan KJKS BMT Al Fath Pesagen dalam memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual untuk memahami keinginan konsumen. Empati yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi BMT dalam memberikan

pelayanan yang sama tanpa membedakan status sosial, memperhatikan kepentingan anggota dengan sungguh-sungguh, serta karyawan BMT selalu melayani anggota dengan rasa penuh kekeluargaan.

Berdasarkan pada table 4.9 variabel *empathy* memiliki signifikansi sebesar 0,227 H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh yang positif signifikan antara *empathy* terhadap kepuasan anggota. Kesimpulan ini tidak sesuai dengan hipotesis yang telah dipaparkan sebelumnya.

Hasil penelitian sama dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian Hendrio Rahmat yang menyatakan bahwa *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah ditolak.

Jika dilihat dari hasil sebaran kuesioner yang telah diisi responden, faktor yang mempengaruhi variabel *empathy* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota yaitu, karyawan KJKS BMT Al Fath belum memperhatikan kepentingan anggota dengan sungguh-sungguh, sehingga anggota merasa kurang puas dengan layanan yang diberikan.

Hal ini bisa dikarenakan kurang adanya pelayanan yang sesuai seperti keinginan oleh para anggotanya. Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh variabel *empathy* ini anggota menilai belum adanya kenyataan dari yang telah diwujudkan oleh anggota.

Kualitas pelayanan menilai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang anggota

terima/peroleh. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan/anggota dan berakhir dengan kepuasan pelanggan.

Anggota BMT yang kebanyakan berasal dari kelas menengah bawah yang masih menjunjung nilai kekeluargaan, kepedulian dan toleransi antar sesama. Faktor ini lah yang turut mendasari perilaku anggota untuk menilai kepuasan yang dirasakan. Dengan demikian, bahwa *empathy* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota tidak terbukti. Untuk itu karyawan BMT Al Fath Pesagen harus memperhatikan kepentingan anggota dengan sungguh-sungguh.

4.8.6 Pengaruh *responsiveness* terhadap tingkat kepuasan anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen

Responsiveness (daya tanggap) adalah kemampuan KJKS BMT Al Fath Pesagen dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat pada anggota BMT dengan penyampain informasi yang jelas. *Responsiveness* dalam penelitian ini berkaitan dengan cepat tanggap ketika anggota menemui masalah yang berhubungan dengan produk, pemberian informasi kepada anggota calon dengan jelas, serta karyawan BMT tidak merasakan kerepotan dalam menanggapi permintaan anggota.

Berdasarkan hasil tabel 4.9 variabel *Responsiveness* memiliki nilai signifikansi sebesar signifikansi 0,004 dan nilai t_{hitung} sebesar 2,911, H_a diterima artinya ada pengaruh yang positif signifikan antara *responsiveness* terhadap kepuasan anggota. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian Sri Laksmi

Pardanawati yang menyatakan bahwa *responsiveness* ada pengaruh yang positif signifikan diterima.

Jika dilihat dari hasil sebaran kuesioner yang diisi oleh responden, ada beberapa hal yang sangat mendukung bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan, yaitu dari pertanyaan karyawan KJKS BMT Al Fath Pesagen cepat tanggap ketika anggota menemui masalah yang berhubungan dengan produk BMT, karyawan KJKS BMT Al Fath Pesagen memberikan informasi kepada calon anggota dengan jelas, serta karyawan KJKS BMT Al Fath Pesagen tidak pernah merasa kerepotan dalam menanggapi permintaan anggota.

Dalam hal ini terbukti bahwa KJKS BMT Al Fath pesagen dalam memberikan pelayanan kepada anggota cepat tanggap ketika anggota menemui masalah yang berhubungan dengan produk BMT serta sifat keterbukaan karyawan BMT dalam menerima saran anggota. Sehingga anggota merasa puas atas layanan yang diberikan KJKS BMT Al Fath kepada anggota. Dengan demikian, *responsiveness* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota diterima.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota dengan dimensi CARTER. Responden penelitian ini 100 anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen, Gunungwungkal, Pati. Berdasarkan pada data yang telah terkumpul dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan dengan menggunakan model regresi berganda, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji secara parsial variabel *compliance* (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian Siti Mukholifah (2015) yang menyatakan bahwa *compliance* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta.
2. Berdasarkan hasil uji secara parsial variabel *assurance* (X2) tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian Hendrio Rahmat (2014) yang menyatakan bahwa variabel *assurance* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah yang menabung di Bank Syariah Mandiri cabang Yogyakarta.
3. Berdasarkan hasil uji secara parsial variabel *reliability* (X3) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian Hendrio

Rahmat yang menyarakan bahwa variabel *reliability* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah yang menabung di Bank Syariah Mandiri cabang Yogyakarta.

4. Berdasarkan hasil uji secara parsial variabel *tangibles* (X4) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen.
5. Berdasarkan hasil uji secara parsial variabel *empathy* (X5) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen
6. Berdasarkan hasil uji secara parsial variabel *responsiveness* (X6) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota KJKS BMT Al Fath Pesagen. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Sri Laksmi (2014), yang menyatakan bahwa *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota.
7. Variabel *Compliance* (X1), *Assurance* (X2), *Reliability* (X3), *Tangibles* (X4), dan *Empathy* (X5) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota BMT Al Fath Pesagen.

Dalam penelitian ini setelah dilakukan pengujian terhadap keenam variabel independen secara bersama-sama (simultan) ternyata dapat disimpulkan bahwa *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy* dan *responsiveness* berpengaruh secara simultan dan positif terhadap kepuasan anggota. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Siti Mukholifah (2015).

5.2 Implikasi

Pada penelitian ini terdapat implikasi secara teoritis yang ditemukan, bahwa Variabel *responsiveness* secara parsial atau individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Adapun variabel *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, dan *empathy* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Penelitian ini cukup berbeda dengan hipotesis yang telah dirumuskan.

Implikasi kebijakan dalam penelitian ini adalah KJKS BMT AL Fath Pesagen harus terus memperbaiki kualitas pelayanan dengan baik sesuai dengan ketentuan syariat dan khususnya pada dimensi *compliance*, dimana dalam dimensi *compliance* BMT harus mampu menjalankan kegiatan usahanya dengan ketentuan syariat. Juga dimensi lainnya yaitu *assurance*, *reliability*, *tangibles*, dan *empathy*, harus juga diperhatikan dalam menjalankan kegiatannya. Pelanggan akan merasa puas dan nyaman, ketika kualitas pelayanan yang diberikan baik, sehingga adanya rasa kepercayaan dari pelanggan terhadap BMT.

5.3 Saran

Dari hasil penelitian, ada beberapa saran yang dapat diberikan untuk KJKS BMT Al Fath Pesagen, yaitu antara lain;

1. Pelaksanaan *responsiveness* telah diterapkan dengan baik, sehingga mampu memberikan kepuasan kepada anggota. Namun harus dilakukan dengan konsisten agar kepercayaan anggota tetap dipertahankan.
2. BMT lebih memperhatikan kepentingan pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik.

Dan ada juga beberapa saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya, yaitu antara lain:

1. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel penelitian selain dari variabel *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness*. Yaitu seperti variabel *competences*, *access*, *courtesy*, *communication*, *credibility*, *security*, dan *understanding the customer*.
2. Lebih menerapkan variabel *compliance*, karena variabel tersebut merupakan variabel yang penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan dilihat dari segi syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Al Qur'an

Depag. RI. (2005). Al Qur'an dan Terjemahannya. Bandung: Sygma.

Buku

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi analisis multivariat dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM*

SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Universitas Diponegoro

Hasan Ahmad Ridwan. (2013). *Manajemen Baitul mal Wa Tamwil*.

Bandung: CV Pustaka Setia.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*

Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Indeks0Prentice Hall.

Kuntjoro, Mudjarat. (2001). *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi untuk*

Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

Lovelock, Christoper dan Lauren Wright. (2005). *Prinsiples of Service*

Marketing and Manajemen. Jakarta: Indeks.

Noor Juliansyah. (2011). *Metode Penelitian*. Jakarta: Kencana.

Philip, Kolter. (1997). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan,*

Implementasi, dan Kontrol. Jakarta: PT. Prehallindo, 1997.

Philip, Kotler, dan A.B Susanto. (2000). *Manajemen Pemasaran Analisis,*

Perencanaan Implementasi Pengendalian. Jakarta: Salemba Empat.

Purnama, Nursya'bani. (2006). *Manajemen Kualitas Perspektif Global*.

Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Ekonisia Kampus

Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta.

Sugiyono. (1994). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV. Alfabeta

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&d*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.

Supriyanto, Achmad Sani dan Machfudz, Masyhuri. 2010. *Metodelogi Riset Manajemen Sumberdaya Manusia*. Malang: UIN Maliki Press.

Sunyoto, Danang. 2013. *Metodelogi Penelitian Akuntansi*. Bandung: Refika Aditama.

Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategy Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. (2008). *Service Management “Mewujudkan Layanan Prima”*. Yogyakarta: Andi.

Wijaya, Tony. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: Indeks.

Zeithaml. (2009). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm*. Mc. Grow Hill.

E-Journal

Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta. (2010). ” *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*”. Vol. 17. No. 2.

Dwi, Putri Cahyani. (2016). “ *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta*”. Vol. 6. No. 2

- Rahmawaty. Anita. (2015). “ *Model Shariah Relationship Marketing dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pada Lembaga Keuangan Mikro Syari’ah*”. Vol. 49. No. 2
- Valarie, A. Parasuraman A. Zeithaml dan Leonard L Berry. (1988). “ Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perception of Service Quality. “ *Journal of Economics*. Vol. 64:1
- Qawi , Abdul Othman dan Lynn Owen. (2001). “Adopting And Measuring Customer Service Quality (SQ) In Islamic Banks: A Case Study In Kuwait Finance House, “*International Journal Of Islamic Financial Services*. Vol;. 3:1 .
- Zainul, Aan Anwar dan Mohammad Yunies Edward. (2016). “Analisis Syariah *Compliance* Pembiayaan Murabahah Pada Gabungan Koperasi BMT Mitra Se-Kabupaten Jepara”.

Skripsi/Thesis

- Laksmi, Sri Pardanawati. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPR Syariah Dana Mulia Surakarta.
- Khatimah, Husnul. (2011). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Pada Nasabah BRI Cabang Semarang Pattimura.
- Mukholifah, Siti. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pada BPRS Dana Hidayatullah.
- Rahmat, Hendrio. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah dengan Dimensi CARTER

(Studi Pada Nasabah yang Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta).

Laksmi, Sri Pardanawati. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPR Syariah Dana Mulia Surakarta.

Mukholifah. Siti. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta.

Rahmat , Hendrio. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan jasa Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Dimensi Carter (Studi pada Nasabah yang Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta).

LAMPIRAN

Lampiran 1

Terjemahan Ayat

No. Urut	No. FootNote	Halaman	Terjemahan
1	18	20	Wahai orang-orang yang beriman ¹ Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakarya, Maha Terpuji.

Lampiran 2

Kuesioner Penelitian

Pertanyaan I

IDENTITAS RESPONDEN

PROFIL ANGGOTA BMT AL FATH MARGOYOSO PATI

Saya membutuhkan informasi tentang anda untuk memudahkan dalam membuat interpretasi makna dari data yang didapat. Oleh karena itu isilah data berikut ini dengan sebenarnya dengan cara melingkarai (o) jawaban dibawah ini:

1. Nama : (dapat diisi atau tidak)
2. Jenis Kelamin saya:
 - a. Laki-laki.
 - b. Perempuan
3. Umur saya:
 - a. Kurang dari 20 tahun
 - b. 20-29 tahun
 - c. 30-39 tahun
 - d. 40-49 tahun
 - e. 50 tahun lebih
4. Pendidikan terakhir saya dan pasangan saya:

	Pendidikan Responden		Pendidikan Suami/Isteri
a.	SD/MI/Paket A	a.	SD/MI/Paket A
b.	SLTP/MTS/Paket B	b.	SLTP/MTS/Paket B

	Pendidikan Responden (saya)		Pendidikan Suami/Isteri
a.	TNI/POLRI	a.	TNI/POLRI
b.	PNS	b.	PNS
c.	Pegawai Swasta	c.	Pegawai Swasta
d.	Wiraswasta/Pengusaha	d.	Wiraswasta/Pengusaha
e.	Lain-Lain (sebutkan):.....	e.	Lain-Lain (sebutkan):.....

a. Kurang dari 1 tahun
b. 1 – 2 tahun
c. 3 – 5 tahun
d. 5 tahun lebih

KUALITAS PELAYANAN
ANGGOTA BMT AL FATH MARGOYOSO PATI

1. **SS** : Sangat Setuju
2. **S** : Setuju
3. **N** : Netral
4. **TS** : Tidak Setuju
5. **STS** : Sangat Tidak Setuju

KEPUASAN NASABAH

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
Kepatuhan (Compliance)						
1.	Menjalankan prinsip dan hukum Islam.					
2.	Tidak ada pembayarn bunga baik untuk tabungan maupun pinjaman di BMT AL FATH.					
3.	Menerapkan ketentuan layanan produk secara Islami.					
4.	Kesempatan mendapatkan pinjaman bebas bunga.					
Jaminan (assurance)						
5.	Karyawan yang sopan dan bersahabat.					
6.	Menyediakan saran-saran/nasehat-nsaehat keuangan.					
7.	Interior kantor dan ruang tunggu yang nyaman.					
8.	BMT AL FATH menyediakan akses informasi rekening.					
9.	Tim manajemen yang berpengalaman dan memiliki pengetahuan luas.					
Keandalan (Reliability)						
8.	Pemberian layanan yang menyenangkan (waktu layanan yang cepat)					
9.	Penyediaan produk dan layanan yang luas.					
10.	Keamanan dalam bertransaksi yang terjamin.					
11.	Waktu (jam) layanan yang optimal.					
12.	Pengintegrasian penggunaan nilai tambah layanan (Seperti ketersediaan ATM)					

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)						
13.	Tampilan kantor dan fasilitas fisik yang menarik.					
14.	Transaksi yang cepat dan efisien.					
15.	Jam operasi yang jelas.					
16.	BMT AL FATH menyediakan bahan bacaan saat anggota menunggu .					
17.	Menyediakan layanan penarikan kas dengan hak istimewa.					
Empati (<i>Empathy</i>)						
18.	Lokasi yang mudah dijangkau.					
19.	Nama, reputasi dan citra yang mudah dikenali.					
20.	BMT AL FATH memiliki aset dan modal yang besar.					
21.	Penyediaan area parker yang memadai.					
22.	Kerahasiaan data anggota yang terjamin.					
23.	Manajemen BMT AL FATH yang meyakinkan.					
24.	Penyediaan produk dan layanan yang menguntungkan.					
25.	Penetapan tarif layanan yang rendah.					
Daya Tanggap (<i>Responsivennes</i>)						
26.	Penyediaan ketentuan konsultasi keuangan.					
27.	Karyawan BMT AL FATH bersedia membantu anggota.					

28.	Cara karyawan BMT AL FATH dalam melayani anggota secara Islami.					
29.	Menyediakan pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan.					
30.	Layanan yang cepat dan efisien.					
31.	Mempunyai cabang yang tersedia dengan cukup.					
Kepuasan						
23.	Saya merasa puas dengan sistem syariah yang dijalankan BMT AL FATH.					
24.	Saya merasa puas terhadap kinerja karyawan BMT AL FATH.					
25.	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan anggota.					
26.	Kualitas keseluruhan pelayanan BMT AL FATH memberikan kepuasan kepada anggota.					

Lampiran 3

Data Deskriptif Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	54
Perempuan	46
Total	100

Karakteristik responden berdasarkan umur

Umur	Jumlah
<20	4

20-29	40
30-39	33
40-49	20
50>	3
Total	100

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

Pendidikan	Jumlah
SD	5
SMP	14
SMA	44
S1	35
LAIN-LAIN	2
Total	100

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah
TNI	0
PNS	4
PEGAWAI SWASTA	41
WIRASWASTA	39
LAIN-LAIN	16
Total	100

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

PENDAPATAN	JUMLAH
<1000000	25
1000000-2500000	48
2600001-5000000	21
>5000000	6
Total	100

Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi anggota

LAMA	JUMLAH
------	--------

<1	16
1 sampai 2	13
3 sampai 5	39
5 sampai 7	32
Total	100



Lampiran 4

Data Jawaban Responden

[illegible]

18	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4
29	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4
32	5	1	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	1	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
36	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
40	5	3	3	3	4	3	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
41	3	4	4	4	3	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4

[illegible]

66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	5	2	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
68	5	1	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
70	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
71	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
73	5	2	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
74	5	2	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	5	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	5	5	5	4	3	4
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
77	3	3	3	3	5	3	4	4	4	3	4	5	5	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4
78	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
79	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4
80	4	2	5	4	3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
81	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
83	4	4	4	3	5	4	3	4	5	5	3	5	5	4	3	5	5	5	5	3	5	4	5	4
84	4	3	4	4	4	3	5	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4
85	4	1	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4
86	2	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	3	2	2	5	5	3	4	4	3	3	3	3
87	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	3	4	2	5	5	3	4	4	3	3	3	3
88	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
89	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4

[illegible]

Lampiran 5

Hasil Uji Validitas

Hasil Uji Validitas *Compliance*

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTALX1
X1.1	Pearson Correlation	1	-.075	.315**	.307**	.487**
	Sig. (2-tailed)		.458	.001	.002	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	-.075	1	.148	.121	.670**
	Sig. (2-tailed)	.458		.141	.229	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.315**	.148	1	.566**	.683**
	Sig. (2-tailed)	.001	.141		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.307**	.121	.566**	1	.676**
	Sig. (2-tailed)	.002	.229	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTALX1	Pearson Correlation	.487**	.670**	.683**	.676**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Hasil Uji Validitas *Assurance*

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	TOTALX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.329**	.472**	.747**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.329**	1	.466**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.472**	.466**	1	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
TOTALX2	Pearson Correlation	.747**	.793**	.810**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Hasil Uji Validitas *Reliability*

		Correlations			
		X3.1	X3.2	X3.3	TOTALX3
X3.1	Pearson Correlation	1	.573**	.511**	.837**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100

X3.2	Pearson Correlation	.573**	1	.574**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.511**	.574**	1	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
TOTALX3	Pearson Correlation	.837**	.840**	.835**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Hasil Uji Validitas *Tangibles*

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TOTALX4
X4.1	Pearson Correlation	1	.217*	-.040	.127	.425**
	Sig. (2-tailed)		.030	.692	.207	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.217*	1	.527**	.409**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.030		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	-.040	.527**	1	.620**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.692	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	.127	.409**	.620**	1	.804**
	Sig. (2-tailed)	.207	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTALX4	Pearson Correlation	.425**	.760**	.784**	.804**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Hasil Uji Validitas *Empathy*

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	TOTALX5
X5.1	Pearson Correlation	1	.317**	.334**	.719**
	Sig. (2-tailed)		.001	.001	.000
	N	100	99	100	100
X5.2	Pearson Correlation	.317**	1	.625**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000
	N	99	99	99	99
X5.3	Pearson Correlation	.334**	.625**	1	.772**
	Sig. (2-tailed)				
	N				

	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	100	99	100	100
TOTALX5	Pearson Correlation	.719**	.789**	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	99	100	100

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

Uji Validitas *Responsiveness*

Correlations					
		X6.1	X6.2	X6.3	TOTALX6
X6.1	Pearson Correlation	1	.630**	.364**	.805**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X6.2	Pearson Correlation	.630**	1	.454**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X6.3	Pearson Correlation	.364**	.454**	1	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
TOTALX6	Pearson Correlation	.805**	.855**	.768**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Uji Validitas Kepuasan Anggota

Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	TOTALY
Y1	Pearson Correlation	1	.652**	.556**	.535**	.835**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.652**	1	.619**	.611**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.556**	.619**	1	.486**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.535**	.611**	.486**	1	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTALY	Pearson Correlation	.835**	.877**	.813**	.777**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Lampiran 6

Hasil Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas *Compliance*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	103	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	103	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.733	5

Hasil Uji Reliabilitas *Assurance*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	103	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	103	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	4

Hasil Uji Reliabilitas *Reliability*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	103	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	103	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.842	4

Hasil Uji Reliabilitas *Tangibles*

Case Processing Summary		
	N	%
Cases		
Valid	103	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	103	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.776	5

Hasil Uji Reliabilitas *Empathy*

Case Processing Summary		
	N	%
Cases		
Valid	102	99.0
Excluded ^a	1	1.0
Total	103	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Hasil Uji Reliabilitas *Responsiveness*

Case Processing Summary		
	N	%
Cases		
Valid	103	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	103	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.823	5

Lampiran 7

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		103
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.23372590
Most Extreme Differences	Absolute	.118
	Positive	.114
	Negative	-.118
Kolmogorov-Smirnov Z		1.196
Asymp. Sig. (2-tailed)		.115
a. Test distribution is Normal.		

Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

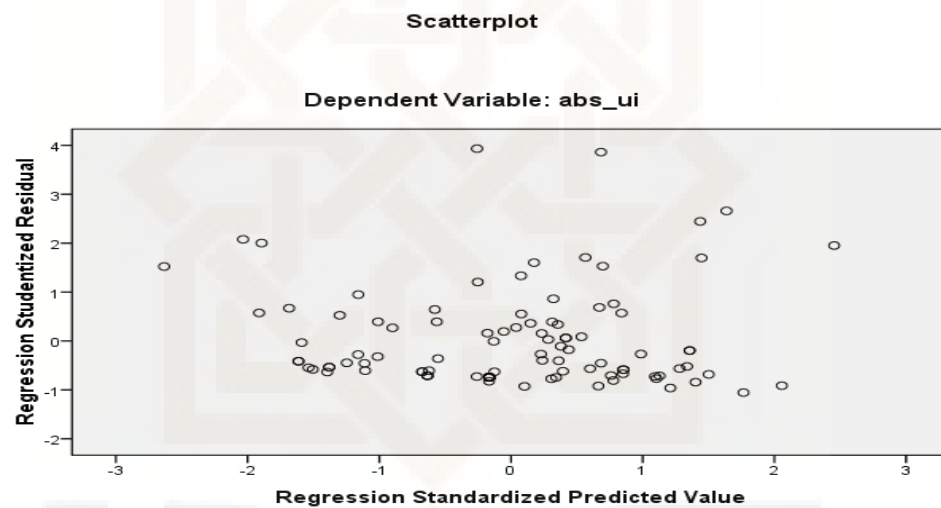
Correlations			Collinearity Statistics	
Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
.293	.075	.056	.811	1.233
.436	-.027	-.020	.496	2.015
.550	.176	.135	.371	2.697
.325	.151	.115	.760	1.315
.518	.123	.093	.497	2.011
.596	.285	.224	.467	2.141

a. Dependent Variable: TOTALLY

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.870	1.123		1.666
	TOTALX1	-.083	.054	-.172	-1.550
	TOTALX2	.006	.096	.009	.066
	TOTALX3	.023	.101	.038	.228
	TOTALX4	-.007	.053	-.015	-.126
	TOTALX5	.074	.093	.114	.804
	TOTALX6	-.073	.105	-.103	-.702

a. Dependent Variable: abs_ui



Lampiran 8

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a											
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.891	1.540		2.526	.013					
	TOTALX 1	.054	.074	.063	.733	.465	.293	.075	.056	.811	1.233
	TOTALX 2	-.035	.131	-.029	-.264	.792	.436	-.027	-.020	.496	2.015
	TOTALX 3	.244	.139	.221	1.755	.082	.550	.176	.135	.371	2.697
	TOTALX 4	.110	.073	.132	1.499	.137	.325	.151	.115	.760	1.315
	TOTALX 5	.154	.127	.133	1.217	.227	.518	.123	.093	.497	2.011
	TOTALX 6	.418	.144	.327	2.911	.004	.596	.285	.224	.467	2.141

a. Dependent Variable: TOTALY

Lampiran 9

Hasil Uji Persamaan Regresi

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.659 ^a	.434	.398	1.27170

a. Predictors: (Constant), TOTALX6, TOTALX4, TOTALX1, TOTALX5, TOTALX2, TOTALX3

b. Dependent Variable: TOTALY

Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	118.961	6	19.827	12.260	.000 ^a
	Residual	155.252	96	1.617		
	Total	274.214	102			

a. Predictors: (Constant), TOTALX6, TOTALX4, TOTALX1, TOTALX5, TOTALX2, TOTALX3

b. Dependent Variable: TOTALY

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.891	1.540		2.526	.013
	TOTALX1	.054	.074	.063	.733	.465
	TOTALX2	-.035	.131	-.029	-.264	.792
	TOTALX3	.244	.139	.221	1.755	.082
	TOTALX4	.110	.073	.132	1.499	.137
	TOTALX5	.154	.127	.133	1.217	.227
	TOTALX6	.418	.144	.327	2.911	.004

a. Dependent Variable: TOTALY

Lampiran 10

Dokumentasi Penelitian



Saat memberikan pengarahan dalam mengisi kuesioner



Lampiran 11



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp (274) 589621, 512474, Fax. (274) 586117
E-mail: febi@uin-suka.ac.id Yogyakarta 55281

Nomor : B-329 /Un.02/DEB.1/PN.01.1/02/2017

06 Februari 2017

Sifat : Penting

Lamp. : 3 bendel

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan
BMT Al Fath Pesagen Gunungwungkal
Kabupaten Pati, Jawa Tengah

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dalam rangka memenuhi tugas akhir/skripsi yang berjudul "**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota dengan Dimensi Carter (Studi Kasus pada BMT Al Fath Pesagen Gunungwungkal, Pati)**", dengan Dosen Pembimbing Joko Setyono, SE., M.Si, diperlukan penelitian.

Oleh karena itu kami mengajukan permohonan izin kepada Bapak/Ibu Pimpinan BMT Al Fath bagi mahasiswa kami :

Nama : Zuanita Amalia Sulistiyani.

NIM : 13820054

Program Studi : Perbankan Syariah

Alamat : Manggis, Baturetno, Banguntapan, Bantul, Yogyakarta
untuk melakukan penelitian di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin. Sebagai bahan pertimbangan bersama ini kami lampirkan :

1. Proposal Skripsi
2. Fotocopy Kartu Tanda Mahasiswa (KTM)
3. Fotocopy Kartu Rencana Studi (KRS)

Demikian surat permohonan ini disampaikan, atas diperkenankannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

a.n. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Tembusan:
Dekan (sebagai laporan)

Lampiran 12



SURAT KETERANGAN
No: 364 /KJKS BMT.AF/II/2017

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Drs. Abdurrohman
Jabatan : Manager KJKS BMT AL FATH

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : ZUANITA AMALIA SULISTİYANI
NIM : 13820054
Jurusan : PERBANKAN SYARIAH FEBI
UIN SUNAN KALIJAGA

Benar-benar telah melakukan penelitian di KJKS BMT AL FATH untuk penulisan tesis dengan judul :

" ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
ANGGOTA DENGAN DIMENSI CARTER"
(STUDI PADA KJKS BMT AL FATH PESAGEN GUNUNGWUNGKAL PATI)

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pati, 8 Februari 2017



(Drs. Abdurrohman)

Lampiran 13

**Curriculum Vitae (CV)**

Data Pribadi :

Nama : Zuanita Amalia Sulistiyani
Tempat, tanggal lahir : Pati, 02 Januari 1995
Jenis Kelamin : Perempuan
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Status : Belum menikah
Tinggi/Berat : 155cm/55kg
Alamat : Langgen Harjo RT:10 RW:02, Juwana, Pati
Telp./Hp : 081282580224
E-mail : szuanita.amalia@gmail.com

Pendidikan Formal

2001 – 2007 : MI Matholi'ul Falah Langgen Harjo, Juwana, Pati
2007 – 2010 : MTS Matholi'ul Falah Langgen Harjo, Juwana, Pati
2010 – 2013 : MA Raudlatul Ulum Guyangan, Trangkil, Pati
2013 – Sekarang : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta